

ESTUDIO DE MERCADO ALMENDRAS – EL SALVADOR

ProChile San Salvador, abril 2009

PRODUCTO

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0802

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Los demás frutos de cáscara frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados

CODIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

0802 LOS DEMAS FRUTOS DE CASCARA FRESCOS O SECOS, INCLUSO SIN CASCARA O MONDADOS

08021 - Almendras:

08021100 - - Con cáscara

08021200 - - Sin cáscara

SITUACION ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL

Partida	DESCRIPCION	Arancel General	TLC MEXICO	TLC REP. DOM.	TLC PANAMA	TLC CHILE	CAFTA	TLC TAIWAN
0802	LOS DEMAS FRUTOS DE CASCARA FRESCOS O SECOS, INCLUSO SIN CASCARA O MONDADOS							
08021	- Almendras:							
08021100	- - Con cáscara	0	0		0	0	0	0
08021200	- - Sin cáscara	0	0		0	0	0	0

OTROS IMPUESTOS: I.V.A. 13%

BARRERAS PARA ARANCELARIAS: No existen

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

El trámite para iniciar el registro de estos productos generalmente lo inicia el importador, sin embargo para información general se adjunta este resumen para conocimiento de los exportadores.

Se presenta una solicitud ante el Departamento de Saneamiento Ambiental del Ministerio de Salud Pública de El Salvador acompañada de los siguientes:

a) Poder a nombre del profesional químico farmacéutico responsable

b) Composición cualicuantitativa del producto: El listado de ingredientes deberá presentarlo en orden decreciente de acuerdo a la formulación del alimento. Únicamente debe cuantificar los aditivos alimentarios que se adicionen siendo éstos: saborizantes, colorantes, emulsificantes, preservantes, edulcorantes y cualquier otro que contenga el producto de acuerdo a la normativa nacional o internacional. Los demás ingredientes deberán describirse en forma cualitativa.- Se deberán presentar dos originales de la fórmula cuali-cuantitativa, una se incorporará en el expediente y

la otra se presenta en el laboratorio al momento de entregar las muestras.- La fórmula deberá estar firmada por el profesional responsable de la formulación.- Para aquellos productos en los que se dificulta obtener la fórmula de composición, se permitirá que transcriban de la etiqueta los ingredientes, la transcripción debe ser firmada por la persona que la realice.

c) *Etiquetas*

Deberán presentar dos etiquetas originales para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la Norma Salvadoreña Obligatoria: Norma General para el etiquetado de los alimentos pre-ensados

Norma Oficial Salvadoreña NSO 67.10.01:03

Norma General para el etiquetado de los alimentos pre-ensados:
<http://www.infoq.org.sv/dbnormas/nso%2067.10.01.03.pdf>

Es obligatorio para importadores y distribuidores de productos de consumo humano, proceder al cumplimiento de estas normas mediante la utilización de etiquetas en sus productos, cuyo contenido y características están definidos por la FAO a través de su Código Alimentario, así como también en las disposiciones reglamentarias promulgadas por el Gobierno.

La etiqueta o contra etiqueta en español debe contener las siguientes menciones obligatorias:

- _ Nombre del producto.
- _ Tipo de producto.
- _ Graduación alcohólica.
- _ Volumen neto en centilitros.
- _ Lista de ingredientes.
- _ País de origen.
- _ Nombre y dirección del fabricante, envasador, distribuidor, importador, exportador o vendedor del producto.
- _ Código de barras
- _ Nombre y dirección del importador.
- _ Un aviso relativo a los riesgos que supone el consumo de alcohol: "El abuso del licor es nocivo para la salud".

El registro previo de las etiquetas no es requisito para la comercialización de los productos, sin embargo, es obligación del fabricante o importador, cumplir la normativa vigente. La omisión detectada por las autoridades involucra la denuncia del producto y los responsables de su comercialización ante la Comisión Nacional de Protección al Consumidor, entidad que podrá imponer diversas sanciones, tanto comerciales como económicas.

d) *Certificado de Libre Venta, extendido por las autoridades de salud competentes del país exportador, en caso de productos procedentes de los Estados Unidos de América, se aceptará el Certificado, avalado por un notario público de ese país. Cuando el idioma no sea el español deberá presentar diligencias de traducción.*

e) *Licencia de funcionamiento de la Bodega.*

Deberá presentar copia del permiso de funcionamiento de la bodega en la que almacenará los productos, extendida por la Unidad de Salud más cercana; en caso no disponga de bodega deberá comunicarlo por escrito manifestando cual es el mecanismo de comercialización.

f) *Identificación y caracterización del producto:*

- Nombre del país en donde es fabricado el producto.

- Nombre del producto: especificar el nombre del producto: Refrescos, Galletas, Dulces, Leche, Queso, etc.
 - Marca comercial del producto: la marca comercial que de acuerdo al Registro de Comercio le hayan asignado.
 - Material del que está fabricado el envase: describir el material con que se ha fabricado el envase que esta en contacto directo con el alimento.
 - Contenido neto y peso escurrido por presentación: Deberá declararse el contenido neto en unidades del sistema métrico (Sistema Internacional). El contenido neto deberá declararse de la siguiente forma: i) en volumen, para los alimentos líquidos (lts, mililitros) ii) en masa, para los alimentos sólidos (kgs., gms.); iii) en masa o volumen, para los alimentos semisólidos o viscosos.
- Además de la declaración del contenido neto, en los alimentos envasados en un medio líquido deberá indicarse en unidades del Sistema Métrico Internacional la masa escurrida del alimento.

g) Muestras de los productos

- Deberá presentar cuatro muestras de cada producto de la siguiente manera: Muestras de alimentos sólidos 200 gramos cada una
 - Muestras de alimentos líquidos: 200 mililitros cada una. De licores dos botellas de 750 mililitros.
- La duración del trámite de este tipo de registro es de aproximadamente 120 días siempre que los documentos y muestras estén completos

Identificación de las agencias pertinentes ante las cuales se deben tramitar permisos de ingresos, el registro de productos y etiquetas:

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
www.mspas.gob.sv

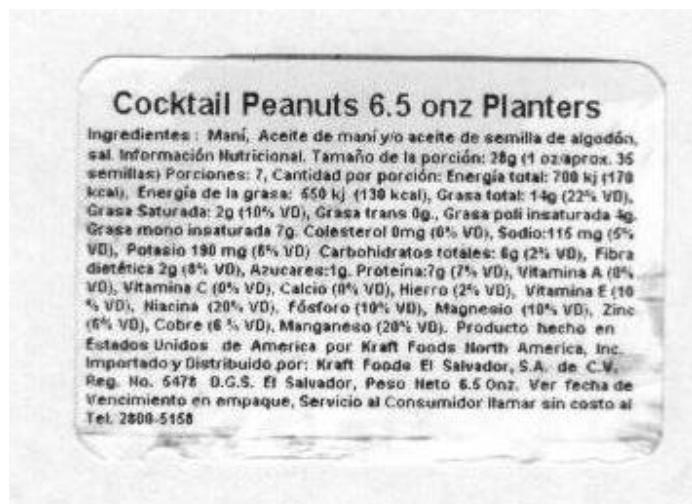
Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social: Requisitos y Formularios:
http://www.gaisa-mspas.gob.sv/gaisa/registro_sanit_nacional.htm

Ejemplos de etiquetado de productos:

Se presenta a continuación la imagen de una etiqueta alimenticia original, que viene impresa en el empaque del producto. A continuación se presentan dos alternativas autorizadas por la Ley, y que los importadores utilizan para las presentaciones de sus productos importados.

Serving Size 23g	
Servings per Container about 8	
Amount Per Serving	
Calories 160	Calories from Fat 120
% Daily Value*	
Total Fat 14g	22 %
Saturated Fat 1g	5 %
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0 %
Sodium 150mg	6 %
Total Carbohydrate 6g	2 %
Dietary Fiber 3g	12 %
Sugars 2g	
Protein 6g	
Vitamin A 0 %	Calcium 6 %
Vitamin C 0 %	Iron 6 %
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:	
	Calories: 2,000 2,500
Total Fat	Less than 65g 80g
Sat Fat	Less than 20g 25g
Cholest	Less than 300mg 300mg
Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carb	300g 375g
Fiber	25g 30g





ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES AÑO 2007

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Unidad)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Estados Unidos de América	78,144	355,478	83.98%
Guatemala	8,106	54,623	12.91%
Nicaragua	19,545	7,741	1.83%
SUBTOTAL	164,394	417,842	98.72
TOTAL IMPORTADO	123,787	423,264	100%

AÑO 2006

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Unidad)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Estados Unidos de América	68,160	312,345	76.85%
Guatemala	3,614	19,897	4.90%
Nicaragua	88,386	53,132	13.07%
SUBTOTAL	160,160	385,374	94.82
TOTAL IMPORTADO	231,723	406,433	100%

AÑO 2005

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN	CANTIDAD (Unidad)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACION EN EL MERCADO
Estados Unidos de América	71,094	208,045	95.96%
Guatemala	857	5,439	2.51%
Honduras	20,091	2,108	0.97%
SUBTOTAL	162,279	215,592	99.44
TOTAL IMPORTADO	101,134	216,812	100%

Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador

POTENCIAL DEL PRODUCTO:

En el pasado, los frutos secos se usaban principalmente en confitería y para hacer pan, más que para consumirse directamente. El consumidor salvadoreño no estaba acostumbrado a comer frutos secos, y el alto precio de muchos frutos secos diferentes al maní tradicional produjo pequeños cambios en el mercado. Sin embargo, en los últimos años se ha visto diversificar el gusto de consumidor. El uso se está expandiendo más allá de modos tradicionales y los consumidores mantienen cada vez más la imagen de los frutos secos como un alimento saludable y de alta nutrición. Como resultado, la popularidad de los frutos secos está creciendo.

Entre los consumidores más educados, también, el contenido nutricional de los alimentos, y sus habilidades para mantener y mejorar la salud, se ha convertido en un criterio común de selección por parte del consumidor. Últimamente con el acceso fácil al Internet, las personas tienen más acceso para leer artículos de revistas o información disponible sobre el valor nutricional de los frutos secos. La información disponible describe cómo los frutos secos representan una excelente y equilibrada fuente de proteína vegetal, potasio y fibra natural. Además también se puede entender cómo el suministro abundante de Vitamina E en la almendra ayuda a la actividad capilar y por lo tanto ayuda a prevenir el envejecimiento y las enfermedades del corazón. El resultado ha sido un crecimiento en el interés por los frutos secos como una forma de comida y snacks sanos.

El Salvador representa un mercado pequeño para este producto, sin embargo las importaciones del mismo se han mantenido constantes durante la última década. En El Salvador, este es un producto de consumo selectivo y el suministro total de almendras es importado. Los principales proveedores del producto son, Guatemala y Estados Unidos. Además de las almendras importadas con marcas, existe una empresa que se dedica a la importación, procesamiento y distribución de almendras a granel, esta empresa mantiene pequeños centros de venta adentro de los supermercados, en los cuales los compradores las pueden comprar a granel y por peso. Otros consumidores de este producto, que son generalmente, los hoteles, restaurantes y pastelerías compran directamente a sus proveedores nacionales. Por lo que se recomienda ponerse en contacto con una empresa que conozca bien el mercado y que maneje otras líneas, especialmente las gourmet.

Es obvio por los resultados obtenidos en este estudio, que los principales proveedores de este producto dejan espacio para otros competidores. Los

consumidores son cada vez más conscientes de que la Vitamina E se presenta en grandes cantidades en la almendra, la cual ayuda a prevenir muchas enfermedades degenerativas combatiendo la acción de oxidantes que causan el envejecimiento de las células.

Formas de consumo del producto:

Se consume como fruto seco para snack, en la industria de la panadería (mazapán, turrón, nougat) en garrapiñadas (dulces típicos), componente de salsas, recubierta de azúcar acaramelada, o tostadas. Interviene en diversos platos dulces, salados, en salsas, paté, helados y como acompañante de carnes y pescados. Su aceite se usa como laxante o en preparaciones farmacéuticas y perfumería.

Existen también en el país algunas empresas procesadoras y distribuidoras que entre sus líneas de producción incluyen almendras. Estas empresas están especializadas en producción y/o venta de snack y mezclas de nueces y frutas secas para el consumo final e institucional. En el país se encuentran en las diferentes formas en que estos productos se comercializan: Con cáscara, sin cáscara, blanqueadas, en trozos, en tajadas, rostizadas, endulzadas y saladas. Los consumidores en este mercado están acostumbrados a consumir estos productos principalmente empacados en envases transparentes ya que es la manera en que se reciben de los proveedores internacionales.

Temporadas de mayor demanda/consumo del producto:

Si bien es cierto que el consumo de almendras se realiza durante todo el año, este se ve visiblemente elevado durante las festividades de navidad y año nuevo.

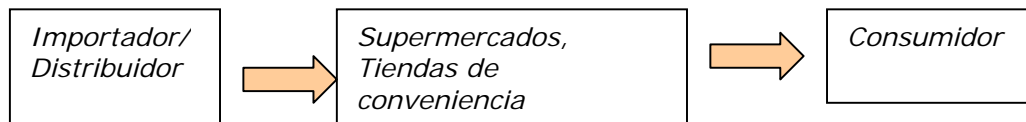
PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA

Producto	Tamaño /peso	Precio Dólares	Origen
Almendras en tajadas	Bolsa, 1 libra	\$5.84	Fabricación USA, por Original Nut House
Almendras en tajadas	0.73 oz.	\$0.76	Fabricación USA, por BADIA
Almendras ahumadas	Lata, 1 libra	\$7.63	Fabricación USA, por PLANTERS
Almendras con adición de azúcar	Lata, 1 libra	\$7.84	Fabricación USA, por PLANTERS
Almendras enteras	Bolsa, 1 libra	\$5.84	Fabricación USA, por Original Nut House
Almendras Rostizadas al horno	Bolsa, 1 libra	\$10.64	Fabricación USA, por Original Nut House
Almendras enteras, a granel	1 libra	\$5.01	Procesadas en USA, por Bazzini, importadas y distribuidas al mercado por casa Bazzini
Almendras en tajadas, granel	1 libra	\$5.01	Procesadas en USA, por Bazzini, importadas y distribuidas al mercado por casa Bazzini

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los canales de comercialización más utilizados por empresas extranjeras son las compañías distribuidoras de alimentos en general, las cuales se encargan de abastecer a supermercados y minoristas.

La estructura actual de los canales de distribución para estos productos en términos generales se define así:



Los productos alimenticios suelen ingresar vía terrestre, ya que llegan vía marítima, en contenedores a través de puerto Quetzal o puerto Santo Tomás de Castilla (ambos en Guatemala) y después son transportados por carretera a El Salvador. Los importadores de este tipo de productos son por lo general distribuidores de productos de consumo masivo, y la mayoría cuenta con su propia flota de vehículos. Las distribuidoras comercializan la mayoría de los productos importados, no obstante, en los últimos años se ha visto un crecimiento y un marcado interés en las cadenas de supermercado de importar directamente, especialmente productos alimenticios.

En El Salvador, los supermercados más importantes son:

- o Supermercados Selectos- 58 sucursales
- o Walmart Centroamerica: Walmart aun no funciona con este nombre en El Salvador, sin embargo a mediados del año 2007, compraron los supermercados: La Despensa de Don Juan (36 sucursales) y también los Supermercados Paiz 3 hipermercados, y utilizando estas cadenas iniciaron sus operaciones en el país. Los nombres de estas cadenas se mantienen todavía.
- o Supermercados Europa 2 hipermercados, una sucursal
- o PriceSmart, parte del Grupo Costco internacional (2 sucursales)

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

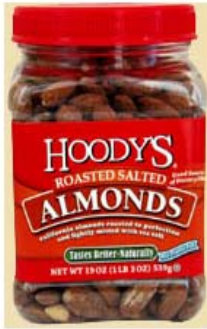


Fundada en 1960, por el inmigrante de origen español, José Badia, establecido primero en Cuba y mas tarde en Puerto Rico, esta gran empresa tiene ahora presencia en 1,100 puntos de EEUU, en muchos mercados internacionales en tres continentes, distribuciones de talla internacional y una dinámica de producción sustentada por un crecimiento de 28,000 pies y líneas con la ultima tecnología en la nueva bodega proyectan a Badia como un gran líder en la categoría





Iniciada hace mas de un siglo por el inmigrante holandés A.C. Hoodenpyle . Actualmente esta exitosa empresa radicada en Oregon, USA, esta presente en una buena cantidad de mercados internacionales.

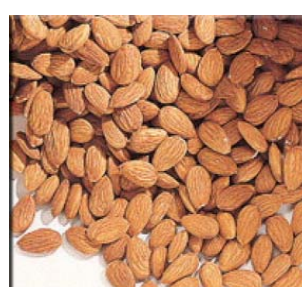


Planters se inicio con la visión en los Estados Unidos de Norte América con la visión del joven inmigrante italiano, Amedeo Obici, Fundada en el año de 1906, ahora mas de 100 años después, esta empresa es la mas grande del mundo dedicada a la fabricación y comercialización de nueces de varios tipos.





Bazzini, fue originalmente fundada en Estados Unidos, por el inmigrante italiano Anthony Bazzini. La empresa que opera en este país es actualmente un franquiciadora. Casa Bazzini, es una empresa 100% salvadoreña que se especializa en la importación y exportación, manufactura y procesamiento de productos alimenticios, especializada en la manufactura y procesamiento de toda la gama de semillas comestibles, nueces y frutas deshidratadas, productos confitados, harinas, leche de soya y sus derivados, horchatas, encurtidos, jaleas, sopa de frijoles y frijoles fritos. Esta empresa distribuye sus productos en los supermercados a través de pequeñas estaciones fabricadas por ellos, en las que las personas pueden servirse los productos por peso. Distribuyen toda clase de frutas secas y nueces, y estas tres presentaciones de almendras.



SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

Para el buen éxito de la gestión comercial, es importante que la empresa tome nota de los aspectos que se enumeran a continuación:

Diseñar una estrategia adecuada, antes de pensar contactar clientes la empresa debe entonces contar con:

- *Listas de Precio de exportación*
- *Logística de transporte*
- *Aranceles e impuestos*
- *Barreras no arancelarias / normas*
- *Países competidores*

Selección correcta de los canales de distribución / comercialización en el mercado meta

- *Canales ya establecidos*
- *Distribuidores / representantes / mayoristas*
- *Infraestructura*

Escuchar al representante / distribuidor / cliente y seguir sus sugerencias en cuanto a:

Características del producto

- *Empaque / presentación del producto*

Afinar / seleccionar medio de transporte adecuado

- *Evaluar opciones*
- *Minimizar costos*

Cobros:

- *ofrecer plazos de mercado y minimizar riesgos*
- *Evaluar condiciones de crédito comercial*

Participar en ferias internacionales o misiones comerciales

- *Sondear el mercado*
- *Hacer contacto con clientes potenciales*
- *Tener una actitud preactiva*

Dar seguimiento a las entrevistas / contactos

- *Cumplir rápidamente compromisos de información*

Tener en cuenta aspectos legales / abogados locales

- *Registros de marca*
- *Contratos de exclusividad o no*
- *Prever conflictos*
- *Conocer legislaciones locales relacionadas*

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

NO HAY

OTRA INFORMACION RELEVANTE

Gobierno Electrónico El Salvador: Sitio Web en el que se encuentran todas las instituciones publicas del país: http://www.elsalvador.gob.sv/sitios_gobierno.htm

CONACYT: Institución de carácter autónomo descentralizado, que actúa como la autoridad superior en materia de política científica y tecnológica. También vigila la aplicación de las normas técnicas en todos los sectores.

www.conacyt.gob.sv

Cámara de Comercio e Industria de El Salvador: www.camarasal.com

Asociación Nacional de la empresa privada: www.anep.org.sv

Registro de marcas: www.cnr.gob.sv

Registro nacional de comercio: www.cnr.gob.sv

ANEXO 1**RESUMEN DE LOS REQUISITOS DE IMPORTACION POR RUBROS**

Productos	Trámite o documento	Institución Responsable	Prerrequisito
Alimentos, bebidas y materias primas	Registro	Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS)	Análisis físico - Químico y bacteriológico del MSPAS
Productos Alimenticios	Autorización de importación	MSPAS	Registro
Alimentos frescos	Autorización de importación	MSPAS	Presentar autorización de importación del MAG
Medicinas y materias primas y sustancias precursoras	Registro	Consejo Superior de Salud Pública	Análisis realizado por la Junta de Vigilancia de la Profesión Química Farmacéutica (JVPOF) y la Junta de Vigilancia de la Profesión Médica (JVPM)
Cosméticos, productos de limpieza	Registro	JVPOF	Análisis de la JVPOF
Materia prima para la industria farmacéutica, industrial, textil y productos veterinarios	Visado	JVPOF	Presentar factura y pago de derecho de visado
Animales, vegetales, productos y subproductos	Autorización de importación fitosanitaria o zoosanitaria	Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)	Debe estar registrado y presentar autorización de importación del MSPAS para alimentos procesados
Agroquímicos, fertilizantes, fármacos y biológicos de uso veterinario	Visado	<u>MAG</u>	Tener producto registrado
Agroquímicos e insumos de uso agrícola y alimentos para animales	Visado	<u>MAG</u>	Tener producto registrado

ANEXO 2

Resultados de encuesta publicada por la defensoría del consumidor, 23 de marzo, 2009

Comportamiento del Consumidor – Aspectos considerados en el proceso de compra



Producto	Prioridad 1	Prioridad 2	Prioridad 3
Alimentos Frescos	Aspecto o apariencia (color, textura, olor)	Precio	Marca del producto
Alimentos Procesados	Aspecto y diseño del envase o empaque	Precio	Ofertas y promociones
Medicamentos	Precio	Marca del producto	Laboratorio que lo elaboró
Electrodomésticos	Precio	Marca del producto	Condiciones de garantía
Telefonía Celular Prepago	Precio del aparato	Ofertas y promociones	Servicio más barato
Telefonía Celular Pospago	Estar comunicado permanentemente	Costo de tarifa	Modelos de los aparatos

Nivel de Confianza de los consumidores salvadoreños



- Sólo las **farmacias**, como proveedoras de medicinas de calidad, obtienen calificación satisfactoria de confianza (4.10)
- **Supermercados de cadenas**: segundo tipo de establecimientos en que más confían los consumidores respecto a la calidad de los productos procesados (3.79) y la entrega de pesos y medidas exactas en los alimentos (3.64)
- En tercer lugar, se encuentran las **cadena de almacenes especializados** en el cumplimiento de garantías (3.38).
- Los **bancos** ocupan el cuarto lugar de los establecimientos en que más confían los consumidores, por la calidad de los productos financieros que ofrecen (3.37)
- Los **mercados municipales** son valorados similarmente a los establecimientos formales en lo que respecta a la entrega de pesos y medidas exactas en los alimentos (3.32) y la calidad de los productos procesados (3.0).

Nivel de Confianza de los consumidores salvadoreños



- Los establecimientos con menor nivel de confianza para los consumidores son:
 - **Ventas callejeras**: presentan la menor confianza respecto a la calidad de los productos procesados (1.80) y la entrega de pesos y medidas exactas de los alimentos (1.95)
 - **Mercaditos ambulantes**: segundo tipo de establecimientos en que menos confían los consumidores respecto a la calidad de los productos procesados y la entrega de pesos y medidas exactas de los alimentos (2.04 y 2.27 respectivamente)
 - **Mercados**: establecimientos en que menos confían los consumidores respecto a la calidad de los medicamentos que venden (1.95)
- **Confianza en la no aplicación de cobros indebidos**: no hay un solo establecimiento que alcance el punto intermedio (los consumidores tienen un deficiente nivel de confianza).