

CAPITULO I

GENERALIDADES DE LA MEDIANA EMPRESA DE LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS PLASTICOS EN EL SALVADOR.

A. LA MEDIANA EMPRESA EN EL SALVADOR

1. ANTECEDENTES DE LA MEDIANA EMPRESA EN EL SALVADOR

La situación de la mediana empresa salvadoreña se ha visto afectada a partir de 1979, por la agudización de la crisis política, la cual aceleró el proceso de debilitamiento de la economía.

Esta crisis económica se caracterizó por tres fenómenos: la dependencia hacia el sector externo para inversiones de capital, la imposibilidad de desarrollar una industria nacional competitiva frente a la competencia extranjera, y la creciente lucha armada.

Dentro de ese contexto, estas empresas se concentran en tres ramas industriales que son: alimentos, textiles y prendas de vestir, y productos de metal, equipo y maquinaria.

Los principales problemas percibidos por los pequeños empresarios fueron, en orden de importancia los siguientes: escasez de materia prima importada, el tipo de cambio, el precio en el mercado y la escasez de divisas, la carga tributaria fiscal, la inestabilidad en el suministro de energía eléctrica, y el desabastecimiento, y/o los precios de la materia prima nacional, la dificultad en las relaciones con el sector laboral (conflictos), y el difícil acceso al crédito formal.

Los problemas identificados en los estudios auspiciados por instituciones de apoyo estatales fueron una deficiente administración, una baja utilización de la capacidad productiva, un financiamiento inadecuado, y la inexistencia de un vocero que permita una acción coordinada, principalmente de los pequeños empresarios.

En los años 1984 – 1989, un grupo de trabajo multi institucional desarrolló los lineamientos de la estrategia para la mediana empresa salvadoreña.

Esta estrategia tiene como objetivos: a) contribuir al proceso de descentralización de la producción, b) contribuir a una mejor utilización de la mano de obra, c) mejorar la capacidad de exportación, d) desarrollar la capacidad de asistencia a nivel nacional

Para lograr estos objetivos se pretende crear varios sistemas de apoyo que necesitan en una alta coordinación interinstitucional como lo son: un sistema de garantías, un sistema de exportaciones, un sistema de asistencia técnica y un sistema de identificación de oportunidades.

Para fines de 1984 se estaba iniciando su implementación, según percepción de funcionarios del sector público, esta no se había convertido en medidas o resoluciones concretas.

Las instituciones de apoyo coinciden en reconocer la importancia del subsector en el futuro desarrollo económico del país.

Para fortalecerlo, las organizaciones de apoyo están tendiendo a un servicio complementario, o sea, con financiamiento, con asistencia técnica y con capacitación, al mismo tiempo si es requerido por el usuario.

Esta tendencia surge de las experiencias pasadas, donde faltaba coordinación interinstitucional, los recursos eran escasos, y la baja eficacia y eficiencia de la entrega de los servicios de las medianas empresas condujeron a resultados que han sido de poco impacto, así como al desvío del apoyo a segmentos distintos al de la mediana empresa, y al mismo tiempo, el mediano empresario vea con escepticismo, las posibilidades de un soporte oportuno y efectivo para sus problemas.¹

El sector de las micro, pequeñas y medianas empresas, PYME, representan más del 90% del total de empresas en El Salvador, como en cualquier otro país, y significan una fuente importante de generación de empleo y de valor agregado decisivo para nuestra economía.

Sin embargo, este sector, por su debilidad es de lo más sensible cuando la economía de un país entra en la fase de desaceleración, como sucede en El Salvador en los últimos años.

Con el proceso de apertura, la fuerte competencia en los mercados locales, el lento crecimiento de la economía, y los efectos de los terremotos del 2001, las micro, pequeñas y medianas empresas han caído en un franco deterioro y muchas de ellas han tenido que cerrar por quiebra.

¹ Monografía "Diagnóstico General de la Situación de la mediana empresa en El Salvador. FUSADES

Ciertamente en el sector de las PYME existen rigideces para adaptar sus procesos productivos, incorporar nueva tecnología, entre otras razones por la escasez de información, por la falta de acceso al crédito y por la falta de recursos humanos para impulsar estos cambios.²

Propuesta de política estratégica para las micro, pequeñas y medianas empresas por parte del gobierno:

Dentro de los planes del gobierno con relación a las PYME se encuentra una propuesta de política estratégica que tiene como objetivos:

- Procurar un mayor grado de formalización para las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Preparar a las micro, pequeñas y medianas empresas ante los retos de la apertura comercial y la globalización.

Dentro de esta propuesta, destacan algunos puntos importantes como.

- Crear y promulgar la ley para el Fomento del sector de la micro, pequeña y mediana empresa de acuerdo a lo establecido en el artículo 115 de la Constitución de la República.
- Implantar programas para mejorar el acceso al crédito de las micro y pequeñas empresas.
- Promover la asociatividad entre las empresas de un mismo rubro, que les permita negociar insumos, establecer canales de distribución locales y en el extranjero aprovechando economías de escala.
- Capacitar a las MIPYME en programas de acceso a mercados, competitividad, calidad y transferencia de tecnología para potenciar los beneficios de la apertura con los tratados comerciales.³

² Revista de la Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP) 2001 Pág. 36

³ Revista de la Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP) 2001 Pág. 37

2. DEFINICIÓN DE LA MEDIANA EMPRESA

Mediana Empresa: es aquella donde el dirigente máximo no puede por si mismo identificar y conocer a todos los miembros de la organización, necesitando de tres o cuatro personas, que junto a él, se responsabilicen de las principales funciones y conformen la dirección de la misma, evaluando y decidiendo sobre aspectos específicos y de gran importancia para el funcionamiento eficiente de la firma.⁴

Retomando el estudio de Carlos Briones y Jorge Peña para la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ): “Es necesario señalar que la inclusión del concepto de mediana empresa constituye una novedad en el país, ello se debe a que en una economía pequeña y poco industrializada como la salvadoreña este concepto tiende a confundirse con el de gran empresa; existe un problema de inadecuación conceptual porque las unidades productivas que en otros países se clasificaran como mediana empresa, en las economías centroamericanas pueden considerarse gran empresa”.

Industria: es el sector de la economía conformada por empresas que se dedican a la producción de bienes elaborados mediante la transformación de materias primas, es decir la transformación física o química de sustancias inorgánicas u orgánicas en productos nuevos, ya sea el trabajo se efectúe a maquina o a mano.

Comercio: empresas que se dedican a la actividad propia del intercambio de bienes, en general ventas, compras entre personas – físicas o jurídicas – o entre países. Existen dos tipos de comercio comúnmente utilizados: al detalle (al consumidor general) y al por mayor.

Servicios: empresas que prestan sus servicios, pero que no participan en la elaboración de bienes

En nuestro país no existe una definición precisa y homogénea del significado de PYME, pues dicha definición varía entre las diferentes definiciones públicas y privadas que tienen relación con este sector empresarial. Algunos las clasifican por el número de empleados, sus ventas anuales o mensuales, por su capital y por el monto de créditos que solicitan y otorgan. Esto dificulta la construcción de una definición única

⁴ Drucker, Peter F. “La Gerencia” Ed. El Atenea, Buenos Aires.

prestándose a ambigüedades. Por ejemplo, por el número de empleados una empresa puede considerarse para algunas instituciones como una pequeña y sin embargo, por su capital es clasificada como una mediana por otras instituciones.

3. CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN DE LA MEDIANA EMPRESA

Existen dos criterios para clasificar a las empresas en micro, pequeña, mediana y grande; estos son:

3.1 Criterio de Orden Cuantitativo o Técnico.

Este criterio se basa en datos precisos y específicos de la empresa, en nuestro país no existe uniformidad entre las distintas instituciones encargadas de clasificar las empresas, y cada una de ellas establece la definición de acuerdo a sus intereses y objetivos.

Para el caso, la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), las clasifica por número de personas que laboran en la empresa; el Banco Multisectorial de Inversiones (BMI), las clasifica por el número de personas que laboran en la empresa y sus ventas anuales; la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), por el número de personas que laboran en la empresa y el valor de sus activos, el Instituto Salvadoreño del Seguro Social (I.S.S.S.) clasifica por el número de personas empleadas.

a) Criterio de Personal Empleado⁵

Con este criterio la clasificación de las empresas se hace de acuerdo al número de personas empleadas en una empresa, estableciendo rangos de personal para la micro, pequeña, mediana y gran empresa.

Micro Empresa:	De 1 a 10 personas
Pequeña Empresa:	De 11 a 49 personas
Mediana Empresa:	De 50 a 99 personas
Gran Empresa:	De 100 ó más personas.

⁵ Criterio de clasificación de empresas por la DIGESTYC.

b) Criterio del valor de las ventas anuales⁶

Se toma como base el total de las ventas anuales de las empresas clasificándolas de la siguiente manera:

Micro Empresa: Aquellas cuyas ventas no excedan de \$ 68,571.43

Pequeña Empresa: Aquellas cuyas ventas anuales estén entre \$ 68,571.43 hasta \$ 685,714.29

Mediana Empresa: Aquellas cuyas ventas anuales estén entre \$ 685,714.29 hasta \$ 4,571,428.57

Gran Empresa: Aquellas cuyas ventas anuales sean mayores de \$ 4,571,428.57.

3.2 Criterio de Orden Cualitativo

Este criterio se fundamenta en el tipo de dirección de la empresa y el grado de de personalización de las relaciones patrono-trabajador y patrono-cliente. En esta categoría los criterios más importantes son:

a) Criterio en materia de personal:

De acuerdo a este criterio se analizan aspectos tales como: capacidad para resolver conflictos laborales de carácter técnico, centralización del poder en el nivel superior, dedicación en el tiempo a tareas administrativas, de producción, de finanzas, ventas, y necesidad de planificación.

b) Criterio de la estructura organizativa:

Existen diferentes tipos y tamaños de empresas que necesitan distintas estructuras, políticas, estrategias y comportamientos.

Cuanto más grande es la empresa más necesitará de su aparato organizativo, de procedimientos especializados complejos, que posibiliten una adecuada gestión empresarial.

A continuación se presenta el Cuadro No 1, el cual refleja las diferentes clasificaciones de la mediana empresa de acuerdo al criterio de cada una de las instituciones:

⁶ Criterio de clasificación de empresas por el Banco Multisectorial de Inversiones.(BMI)

Cuadro No. 1

CLASIFICACIÓN DE LAS PYME		
INSTITUCION	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
BMI	Que posea de 11 a 49 empleados y cuyas ventas anuales se ubiquen en US\$685,714.29	Emplea entre 50 a 100 trabajadores y tienen ventas anuales entre : US\$685,714.30 a US\$4,571,428.57
BID	Emplea entre 11 a 99 trabajadores y realiza ventas anuales entre: US\$3.0 millones y US\$5.0 millones	
CONAMYPE	Hasta 50 personas y ventas entre: US\$5,714.28 y US\$57,142.85 mensual	
FUSADES	Emplea entre 10 a 50 trabajadores y realiza ventas mensuales menores a US\$57,142.29	Ocupa entre 50 y 99 trabajadores y tiene un capital de \$85,715.01 hasta \$228,572.00
SUPERINTENDENCIA DEL SISTEMA FINANCIERO	Hasta 50 empleados y con ventas mensuales mayores de: US\$5,714.28 y US\$5,714.29	
CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE EL SALVADOR	Emplea de 6 a 25 personas y cuenta con un capital de US\$2,971.43 a US\$5,714.29	Emplea de 26 a 50 personas y cuenta con un capital de US\$5,828.57 a US\$17,142.86
FINANCIERA CALPIA	Créditos entre US\$5,142.85 y US\$57,145.85	
INSAFORP	11 A 49 personas	De 50 a 99 personas
FUNDAPYME	Unidades empresariales no agrícolas que empleen entre 5 a 49 personas	Unidades empresariales no agrícolas que empleen entre 50 a 99 personas

Fuente: FUNDAPYME, Desafíos y Oportunidades de las PYME salvadoreñas, Construyendo una Agenda de Desarrollo 2002,pag.5

4. IMPORTANCIA DE LA MEDIANA EMPRESA

La importancia de las Medianas Empresas como unidades de producción de bienes y servicios en nuestro país y en el mundo entero, justifica la necesidad de dedicar un espacio a su conocimiento. Estas empresas poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultará una buena fuente generadora de empleo, sobre todo a profesionales y demás personal calificado. Específicamente las medianas empresas se ven afectadas de acuerdo a diferentes reducciones en la economía; es por ello que la economía de las medianas empresa aseguran el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra, la

cual cumple un papel esencial en el correcto funcionamiento del mercado laboral, así mismo constituyen una parte sustancial de dicha economía.

Tienen efectos socioeconómicos importantes que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor, así también reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado, favoreciendo las conexiones laborales, que en general sus orígenes son unidades familiares.

Por otro lado las medianas empresas además de presentar mayor adaptabilidad tecnológica disminuyen sus costos de producción, y la aparición de nuevas tecnologías ayuda a estas empresas a la búsqueda de mejores y mayores resultados económicos.

A medida que la mediana empresa va desarrollándose, conforma un sector importante en la economía, va obteniendo apoyo por parte del sector privado y público.

Las instituciones de apoyo a la microempresa más importantes son: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), Fundación de Pequeñas y Medianas Empresas (FUNDAPYME), Asociación de Medianos Empresarios Salvadoreños (AMPES), Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP), Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE); todas ellas realizan su labor de apoyo mediante la organización de cursos, la asistencia directa, la formación de medianas empresas, charlas y financiamiento.

Dentro de las instituciones del sector estatal y mixto se encuentran: Federación de Cajas de Crédito (FEDECREDITO), la Federación de Asociaciones Cooperativas de Ahorro y Crédito de El Salvador (FEDECACES); las cuales se dedican, tanto al servicio de asistencia técnica como al funcionamiento.

Además de estas instituciones de carácter nacional, los organismos internacionales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID) y el Banco Multisectorial de Inversiones (BMI), entre otros; han colaborado y/o tienen sus planes propios para apoyar a éste sector de la industria.

Las agencias internacionales tienen dentro de sus prioridades el desarrollo de la mediana empresa, lo cual sumado al interés interno de mejorar el apoyo a este sector,

llevará a un sustancial aumento en la demanda de servicios de asistencia técnica y gerencial.

El sector privado está tomando conciencia de la importancia de la mediana empresa, aunque en la actualidad aun subsisten ciertas diferencias entre los distintos sectores, especialmente entre la grande y pequeña empresa.

4.1 Importancia de las pequeñas y medianas empresas en la economía salvadoreña.

En El Salvador, la mayoría de las empresas son de pequeña escala, constituyendo el 99.8% del sector empresarial no agrícola del país. Dentro de este amplio parque empresarial se encuentran las PYME, pequeñas y medianas empresas, representando el 9% del total, es decir, 12,900 empresas tal como se presentan en el Cuadro No 2:

Cuadro No. 2

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS PYME		
TAMAÑO	No. DE EMPRESAS	%
Microempresa	130,804	90.8
Pequeña Empresa	12398	8.7
Mediana Empresa	502	0.3
Gran Empresa	316	0.2
Total	144020	100

Fuente: DIGESTYC, Encuesta económica 1999

Las PYME desempeñan un papel importante para la economía salvadoreña generando el 33% del total de empleos, es decir, 204,350 plazas, presentando las pequeñas y medianas empresas un empleo promedio de 32 y 77 plazas respectivamente; contribuyendo en un 45% a la generación del Producto Interno Bruto (PIB) para 1999. Por lo tanto, el desarrollo de la PYME y su inserción en la actual economía globalizada, constituye una de las estrategias más efectivas para combatir la pobreza, promover el bienestar, fortalecer la democracia y la estabilidad social.

En el Cuadro No 3 presentan el número de empleos que generan las PYME en El Salvador:

Cuadro No. 3

NUMERO DE EMPLEOS GENERADOS POR LAS PYME

Tamaño	Empleos	%	Promedio Por establecimiento
Microempresa	249,089	40.1	1.9
Pequeña empresa	165,049	26.7	32.5
Mediana empresa	38,086	6.2	77.4
Gran empresa	167,868	27	531.2
TOTAL	620,092	100	

Fuente: DIGESTYC, Encuesta Económica 1998.

En el Cuadro No 4 presentan la contribución de las PYME en el Producto Interno Bruto de El Salvador:

Cuadro No. 4

**CONTRIBUCION DE LAS PYME AL PIB
(MILES DE US\$)**

SECTOR	TAMANO DE LAS EMPRESAS				
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Industria	569,561.50	440,980.80	175,147.60	638,233.50	1,823,923.40
Comercio	748,989.50	586,334.20	81,679.80	96,188.30	1,513,191.80
Servicios	520,908.20	670,634.7	92,789.30	170,130.00	1,454,462.20
TOTAL	1,839,459.20	1,697,949.70	349,616.70	904,551.80	4,791,577.40
Aporte s/el PIB	40.70%	37.60%	7.70%	14%	100%

Fuente: DIGESTYC, Encuesta Económica anual, 1999

5. CARACTERÍSTICAS DE LA MEDIANA EMPRESA

Con frecuencia la administración de la mediana empresa se encuentra en manos de un número limitado de personas, que a veces son miembros de una sola familia. Los propietarios suelen desempeñar un papel activo en la gestión de la empresa en la que sus metas personales se confunden con los de la empresa.

La mediana empresa se caracteriza por:

- Una activa participación de parte del propietario y/o gerente en el manejo cotidiano de la empresa.
- Presentan tres o más niveles jerárquicos claramente definidos.

- Existen entre las medianas empresas un gran número de ellas que son de tipo familiar, principalmente en el sector industria.
- La gran mayoría están registradas legalmente como Sociedad Anónima de Capital Variable.
- Poseen las áreas básicas funcionales, tales como: Administración y Finanzas, Mercadeo y Ventas, Producción, Servicio y Atención al Cliente e Informática.
- La mayoría no tiene ningún tipo de certificación para la calidad y el medio ambiente pero consideran que es conveniente.
- Utilizan la subcontratación a otras empresas para que realicen tareas específicas en diferentes áreas.
- Tratan de trabajar en equipo, aunque aún tienen características de trabajo de grupo.
- Existe un alto grado de descentralización de la autoridad.
- Incorporación continua de tecnología que permite mejorar el desarrollo del negocio.

Durante el periodo de marzo-mayo de 2002, a través del Programa de Entorno de FUNDAPYME se llevo a cabo la Encuesta Empresarial FUNDAPYME, 2002; dirigida a una muestra de pequeñas y medianas empresas del país. Esta encuesta se realizó con el objetivo de estimar de forma cuantitativa la gravedad y la prioridad de los principales obstáculos del entorno de la PYME salvadoreña. De dicha encuesta se logra construir un perfil para ese sector:

- La mayoría de las PYME son empresas “maduras”. El 55% de las PYME encuestadas tienen más de 10 años de existencia. Ese nivel de antigüedad se acentúan en el sector de la mediana empresa, en donde el 72% tienen mas de 10 años de haber sido fundadas
- Las pequeñas empresas tienen un promedio de 14 empleados permanentes y las medianas empresas un promedio de 70 empleados permanentes.

- La PYME salvadoreña tiene una oferta exportable poco desarrollada, ya que solamente el 14% de las empresas exportan actualmente. De estas empresas, el 90% lo hacen a países de Centro América y en este momento el 8% no exporta pero tiene interés de hacerlo en el futuro.
- Las PYME tienen como principal cliente a los consumidores finales, dado que para el 54% de las empresas, el consumidor final constituye, de su grupo de clientes el segmento de mayor importancia.
- Las PYME tienen poca dependencia de sus principales proveedores, el 36% de las PYME compran a sus dos principales proveedores entre el 1% y el 20% del total de bienes o insumos que necesitan para realizar su actividad; el 34% compra a sus dos principales proveedores entre el 22% y el 40% del total de insumos y solamente el 6% del sector PYME muestra una alta dependencia de sus proveedores, ya que demanda de ellos entre el 81% y 100% del total de sus compras.
- Las PYME presentan una tendencia hacia la concentración, en los Departamentos de San Salvador, La Libertad, Santa Ana y San Miguel, donde se encuentran el 87% del total de PYMES y dentro de estos, solo en San Salvador se localiza el 54%, el resto están distribuidas en los demás departamentos del país.
- La mayoría de empresarios PYME son del género masculino, representando el 73% de los empresarios entrevistados.
- El 28% de los propietarios y gerentes propietarios de las empresas entrevistadas posee título universitario y el 4% ha realizado estudios de post grado.
- Los empresarios PYME tienen una experiencia empresarial relativamente amplia. El 56% de los empresarios del sector manifiestan tener una experiencia empresarial mayor de 10 años.
- Las empresas PYME utilizan servicios de Internet, puesto que el 44% de las PYME tiene acceso a este servicio.⁷

⁷ Programa de Entorno de FUNDAPYME: Encuesta Empresarial FUNDAPYME 2002.

6. FACTORES QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO DE LA MEDIANA EMPRESA

Las PYME salvadoreñas se enfrentan a diversos obstáculos que imposibilitan su desarrollo. De acuerdo a esto se reflejó en los resultados de la investigación realizada por el Programa Entorno de FUNDAMYPE, dichos obstáculos son:

- La tendencia que existe en el sistema financiero salvadoreño de exigir garantías reales, generalmente hipotecarias, esto se debe a la poca diversificación que existe en el sistema de garantías vigente. Este obstáculo se agrava aun más debido a la falta en nuestro país de una banca especializada de fomento a la MYPE. Otro problema es que en nuestro país se tiende a sobreproteger a las instituciones financieras, lo que recae en una subvaluación de las garantías.
- Las excesivas barreras burocráticas o administrativas, que imponen el Estado, que se caracteriza por un excesivo número de trámites que las empresas deben cumplir para operar dentro de la formalidad, cuales se traducen, en costos de tiempo para los empresarios.
- Prácticas abusivas de posición dominante y practicas de competencia desleal que desincentivan la competencia y limitan las ventas.
- Las condiciones de calidad deficiente de las carreteras, caminos, infraestructura portuaria y aduanera. Por otro lado, se enfrentan a elevados costos de electricidad, telefonía, lo que limita su competitividad y eleva sus costos.
- El acceso restringido de la PYME a los procesos de contrataciones y compras del sector público, debido a los requisitos y procedimientos administrativos actuales en dichos procesos.
- Las asimetrías a las que se enfrentan las PYME, las cuales son de dos tipos. Las primeras, tienen que ver con el acceso a la información sobre oportunidades de comercio exterior, y las segundas, se refieren al escaso apoyo a las exportaciones que estas reciben, privilegiando este apoyo a actividades exportadoras de las unidades empresariales de mayor tamaño.

- La baja calidad de los servicios de apoyo disponibles, especialmente la oferta de capacitación y consultoría.
- Tecnología obsoleta, lo cual no favorece el desarrollo de las condiciones de competitividad de las empresas. Esto se debe, en parte, a las grandes dificultades para obtener financiamiento en condiciones adecuadas de acceso, además, la PYME no disponen de información sobre tecnologías apropiadas a sus necesidades.
- Deficiente calidad y disponibilidad de recursos humanos. El perfil existente de la fuerza laboral salvadoreña presenta varias deficiencias, entre las que se pueden destacar: la falta de experiencia previa; bajo nivel de formación técnica y profesional; poco desarrollo de habilidades para la lectura y escritura; capacidad de escuchar, expresión, capacidad para identificar problemas, diagnosticar y solucionar, poca capacidad para manejar equipo destinado a procesar información, poca iniciativa para tomar decisiones, para trabajar en equipo y falta de conocimiento de otros idiomas. A pesar de estas deficiencias, en el mercado laboral salvadoreño las empresas muestran poco interés en la capacitación y formación del recurso humano.

7. ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA MEDIANA EMPRESA

Se determina que en toda mediana empresa deben existir áreas o departamentos que la constituyan; una de las indispensables es el área Administrativa, Financiera, Mercadeo, Informática y Servicio al Cliente con sus funciones de Staff contribuyendo a que el personal de línea trabaje con mayor eficacia, actuando como soporte, por otro lado se encuentran las áreas con funciones de línea que son las que tienen un impacto directo en la concreción de los objetivos, éstas son: producción , ventas, operaciones entre otras.

En muchas empresas las funciones se realizan a partir de la búsqueda del cumplimiento y alcance de metas y objetivos pero también se encontraron empresas que sus funciones se realizan de manera práctica por ser muy técnicas, esto es para los sectores Comercio e Industria, a diferencia del sector Servicios, éstas funciones sirven de soporte a otros departamento.

La comunicación dentro de la mediana empresa se da en tanto en forma vertical como horizontal, esto implica que si existe una buena comunicación lo cual es muy importante para el logro de los objetivos considerado un elemento primordial en el sistema de información interno.

Las certificaciones ISO para la calidad y medio ambiente en las medianas empresas salvadoreñas, hoy en día no existe preocupación o interés por obtener una certificación en las mismas, debido a que la mayoría piensa que es conveniente pero no la tienen, así como otras expresan que no hace falta.

La subcontratación de otras empresas es utilizada por las medianas empresas para el desarrollo de aquellas actividades complementarias a la actividad propia del negocio. En su mayoría estas empresas subcontratan en las áreas de mantenimiento, capacitaciones y servicios contables entre otras.

7.1 Descripción organizacional de la mediana empresa

Primer Nivel

Propietario:

En algunas ocasiones los propietarios de la empresa, son los que ocupan el cargo de Gerente General, son los que llevan a cabo la dirección y coordinación de todos los departamentos de la empresa.

A continuación se presentan las funciones generales:

- Establece las políticas, normas y reglamentos internos que rigen la empresa.
- Autorizar las compras que realizan la empresa.
- Es el que toma las decisiones en base a los informes que se remiten de todos los Departamentos.
- Decide sobre la ejecución de nuevos proyectos.
- Determina las estrategias en beneficio de la empresa.

Segundo Nivel

Área Financiera.

El Área Financiera es una de las más importantes, porque presenta las proyecciones, tendencias y liquidez de la empresa, establece parámetros para invertir en un proyecto. El Encargado de Contabilidad es una dependencia del Área Financiera, el cual realiza las siguientes funciones como llevar todos los registros contables e informar sobre la situación financiera al Jefe del Área, en este hay colaboradores que están bajo el mando del Jefe del Área Financiera, quienes dan apoyo en llevar todos los registros contables.

Área Administrativa

El Área Administrativa realiza las actividades de elaboraciones de manuales e instructivos o documentos normativos para la ejecución de proyectos, además es el encargado de la compra de mobiliario y equipo, a demás de coordinar las capacitaciones, con el fin de proveerles nuevos conocimientos o reforzarlos, para que el personal sea más eficiente en sus funciones.

Además se coordina con el Departamento de Recursos Humanos, el cual realizan en conjunto con el Jefe del Área, las actividades de reclutamiento y selección del personal, entre otras funciones se destacan la elaboración de planillas de sueldo, pago de comisiones.

Área de Comercialización

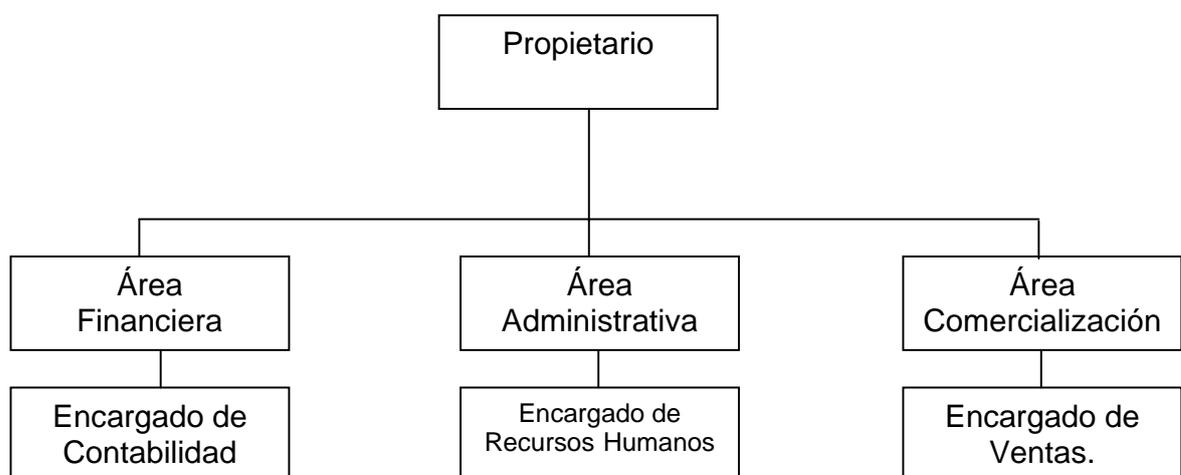
El Área de Comercialización constituye una herramienta para tener éxito en los negocios, su enfoque esta orientada a satisfacer al cliente mediante su profundo conocimiento, contribuye a los Jefes de Áreas a diseñar estrategias para incrementar la cartera de clientes. Dicha Área se diseña las estrategias de promoción y publicidad, con el fin de elevar el volumen de ventas y por ende ingresos a la empresa.

El encargado de Ventas es una dependencia del Área de Comercialización en el cual se lleva a cabo la programación de la producción requerida, en conjunto con el encargado de producción, que es el responsable de supervisar la elaboración del producto, en donde existe estricto control de calidad en la producción, posteriormente el producto es enviado a la bodega para luego lanzar al mercado.

El Área tiene como objetivo minimizar los costos, sin bajar la calidad del producto, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes, incrementando así la capacidad productiva en coordinación con los planes de venta.

A continuación se presenta un organigrama en el cual se identifican las diferentes áreas que constituyen a una empresa:

Figura No. 1: Organigrama de las medianas empresas.



Fuente. Realizado por grupo de trabajo

B. LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS PLASTICOS EN EL SALVADOR.

1. SECTOR DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA

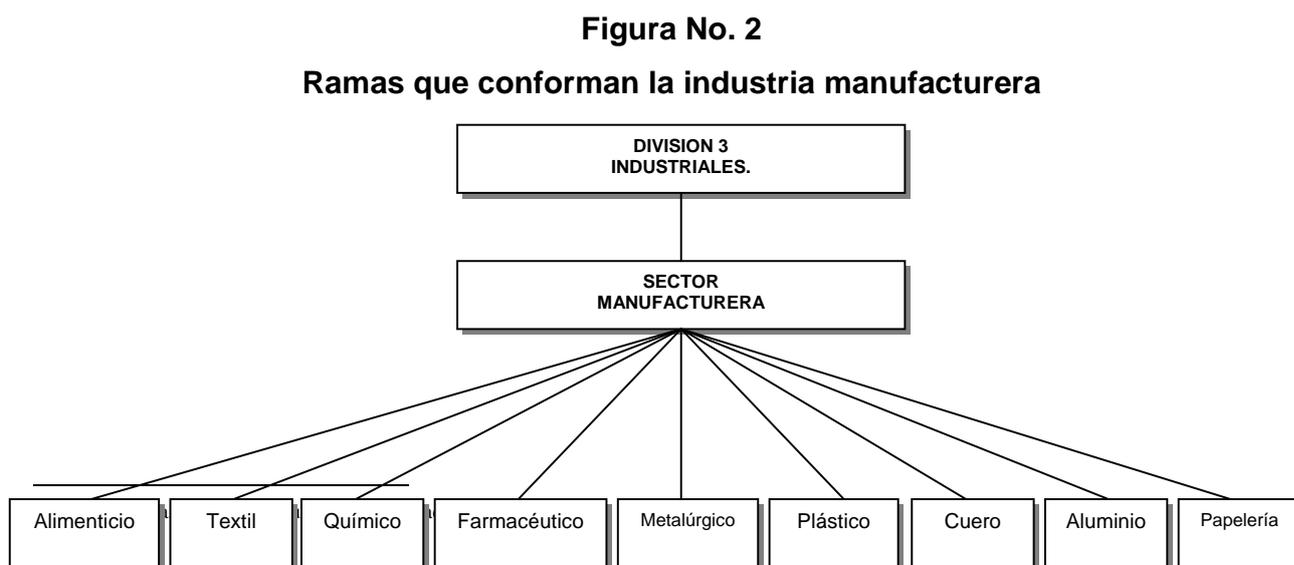
1.1. Definición de la industria manufacturera

Cuando se habla de la manufactura salvadoreña, se hace referencia a la fabricación de productos como los siguientes: hilos, pulpa de maderas, resinas sintéticas, refinería de petróleo, productos medicinales.

Podemos definir la industria manufacturera como: “la transformación física y química de materiales y componentes en productos nuevos, ya sea que el trabajo se efectúe con máquinas, a mano, en la fábrica, en el domicilio, o que los productos se vendan al por mayor y al por menor.”⁸

1.2 Principales ramas

La clasificación de la industria manufacturera conlleva a determinar los diferentes sectores que lo conforman, e identificar al sector que es sujeto de investigación. A continuación se presenta las diferentes ramas que conforman la industria manufacturera:



Fuente: Directorio de la Asociación Salvadoreña Industrial 2002.

2. LA INDUSTRIA DE PRODUCTOS PLASTICOS EN EL SALVADOR.

2.1 Antecedentes y evolución.

En El Salvador, comienza la industria del plástico, cuando a principios de los años cincuenta aparecen los peines plásticos, estos artículos eran producidos por la empresa Amapola, y dirigida por el señor Jacir Hasbun; quien fue el pionero de la industria plástica en El Salvador.

En el año de 1955, se estableció otra nueva empresa de la industria plástica que nació con el nombre de: Industrias Plásticas, S.A, y en sus comienzos probó dos líneas de fabricación de artículos plásticos: La línea de moldeo por inyección y la línea de moldeo por extrusión. Esta última comprendía la fabricación de perfiles, tubos, mangueras y películas para bolsas. Luego se especializó en la fabricación a gran escala de bolsas y bobinas en diferentes medidas y espesores.

En la década de los sesentas, la industria del plástico tomó especial importancia en el país, pues se establecieron empresas dedicadas a la fabricación de artículos plásticos para el hogar, industria y empaque.

Es importante mencionar que en la década de los setenta, surgieron en el país un interesante grupo de talleres de Matricería especializados en la fabricación de los moldes, troqueles y dados necesarios para los diferentes procesos de moldeo.⁹

Actualmente en El Salvador, solamente la empresa TACOPLAST, S.A. de C.V. cuenta con un taller de Matricería dentro de su fábrica llamado TACOTA, S.A. de C. V. (TACOPLAST Talleres, S.A. de CV.)

En la industria del plástico, la comercialización como una actividad que permite hacer llegar los productos a los clientes, ha tenido un lento crecimiento, ya que desde que las empresas incursionaron dentro de la industria nacional, se han dejado guiar por técnicas que en los años cincuenta existían y que también se vieron influenciadas

⁹ Hernández Alma, Hernández Crissia, Pineda Loida. Tesis. Universidad Francisco Gavidia. El Salvador.2004.Pág.1

directamente por ser empresas constituidas con capital familiar, que en su mayoría sus dirigentes no eran conocedores de técnicas mercadológicas.

Hasta la fecha se observa que el clima en la comercialización no ha cambiado de manera considerable. Es notorio que en los departamentos de comercialización, mercadeo o ventas cuentan con debilidades en la gestión comercializadora, como por ejemplo personal de ventas no calificado, personal especializado en otras áreas pero ejecutando labores de venta, poca capacitación y técnicas de venta empíricas en cuanto a las necesidades de mercado.¹⁰

Esta industria hace esfuerzos en participar en ferias y eventos relacionados al tema, para estar a la vanguardia de los nuevos conocimientos sobre plásticos y los retos que debe superar año con año para poder subsistir el mercado global y competitivo que la rodea.

Centroamericanos, argentinos, Mexicanos y Europeos trataron de lograr alianzas comerciales en un evento relacionado a la industria plástica en el mes de junio del año 2003, en el primer “Encuentro sectorial Al Invest Plásticos 2003” desarrollado por la Fundación Salvadoreña para el desarrollo económico y social (FUSADES).

En el evento los empresarios establecieron contactos comerciales, acuerdos sobre transferencia de tecnología y búsqueda de alianzas, todo esto con el objetivo de buscar mejorar la competitividad de las empresas de la industria plástica en el área latinoamericana, e incluso con países asiáticos como China, la cual representa una amenaza por su producción a escala y el bajo costo de la mano de obra. Treinta empresas Europeas participaron en el encuentro, sesenta y cuatro Salvadoreñas y otras empresas de países como México, Argentina, España, Austria, Italia y Francia.

Las empresas Salvadoreñas incluidas en este documento que estuvieron presentes fueron OMNIPLASTIC y PLASTYMET. La primera comercializa pelotas de vinil,

¹⁰ Hernández Alma, Hernández Crisia, Pineda Loida. Tesis Universidad Francisco Gavidia, El Salvador 2004 Pág. 10

artículos para el hogar y escolares, al igual que la segunda, que además cuenta con una línea de artículos para bebés como pañales y biberones.

Para alcanzar los objetivos de llegar a otros mercados, Ricardo Moran, Presidente de la Asociación Salvadoreña de la Industria del Plástico (ASIPLASTIC) asegura que se hacen esfuerzos para establecer alianzas comerciales con países europeos y Latinoamericanos para fortalecer el mercado; y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, puede ayudar a través de las divisas generadas por esta actividad, beneficiando a la economía del país.

Cabe destacar que a nivel regional, la competencia más fuerte proviene de Guatemala y Costa Rica. Guatemala ofrece varias ventajas para los empresarios salvadoreños a causa de su tamaño y cercanía; sin embargo, en Nicaragua han abarcado casi la totalidad del mercado en cuanto a productos de plástico se refiere.¹¹

2.2 Definición de la industria del plástico.

La industria del plástico es el sector que se dedica a la elaboración de productos (semi-elaborado y terminado), a partir de la transformación de los polímeros orgánicos sintéticos que constituyen la materia prima.

Es una rama industrial no muy joven en este país, ya que el 86% de las empresas tiene más de 20 años de existencia y se caracterizan por reunir, principalmente a un gran número de medianas empresas.

Plástico es “un producto sintético fabricado a partir de recursos naturales, como petróleo, gas natural, carbón y sal común”¹²

Plástico proviene de la palabra griega “plásticos”, que significa que se puede moldear y formar. Aun esta palabra se utilizó por primera vez como sustantivo alrededor de 1909, actualmente se emplea de manera común como sinónimo de polímeros.

¹¹ Hernández Alma, Hernández Crisía, Pineda Loida. Tesis universidad Francisco Gavidia, El Salvador 2004 Pág. 3

¹² Directorio de asociados. Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI). El Salvador, 1996, Pág. 24

Los plásticos son uno de los numerosos materiales poliméricos que tienen moléculas extremadamente grandes.

Según el diccionario Larousse, el plástico “es una materia prima sintética consistente, por lo general en resina artificial, susceptible de ser moldeada o moldeable en caliente o a presión.”¹³

2.3 Clasificación del sector de productos plásticos.

Para efectos de este documento, se ha considerado utilizar el grupo de las medianas empresas de la industria de plástico bajo el parámetro del número de empleados que la conforman y el capital de trabajo; para ello se ha tomado en consideración la clasificación que hace la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), quienes establecen que las medianas empresas son aquellas que cuentan entre 50 y 99 empleados y un capital de \$85,715.01 a \$228,572.00.¹⁴

2.3.1 Clasificación Industrial Internacional Uniforme.

Para clasificar la industria manufacturera de productos plásticos, se usará la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (C.I.I.U.) la cual enumera toda la gama de actividades de industrialización del plástico que pueda existir en nuestro país.

A continuación se presenta la clasificación de las industrias manufactureras de productos plásticos según C.I.I.U:

Categoría D, Industrias manufactureras
División 25, Fabricación de productos de caucho y plástico
Grupo 252, Fabricación de productos de plástico
Clase 2520.¹⁵

¹³ García, Ramón-Pelayo y Gross. Diccionario Básico. Primera Edición Larousse. México. Pag. 251

¹⁴ Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES)

¹⁵ Clasificación Internacional Industrial uniforme CIIU

2.4 Proceso de producción de la industria de plásticos.

Para llevar a cabo el proceso de producción es necesario identificar que tipo de tecnología utilizan las empresas plásticas para el desarrollo de los productos, el tipo de tecnología que utiliza el sector de plásticos en los procesos es automatizada y semi-automatizada.

Los sistemas de producción mas utilizados en el país por la industria del plástico son los siguientes:

- Moldeo por transferencia.
- Moldeo por extrusión.
- Moldeo por soplado.
- Moldeo por inyección.

Moldeo por transferencia

Definición.

Este sistema es similar al de inyección con la diferencia que se usa básicamente con resinas termoestables, debido a que estas resinas se mantienen plastificadas corto tiempo y altas temperaturas, en la maquina solo se descarga la cantidad correspondiente a cada pieza a fabricar y a las temperaturas de la maquina deben ser mayores a las usadas en los moldes por inyección.

Moldeo por extrusión

Definición.

Es un proceso continuo, en que la resina, fundida por la acción de temperatura y fricción, es forzada a pasar por un dado que le proporciona una forma definida y

enfriada finalmente para evitar deformaciones permanentes. Se fabrican por este proceso: tubos, perfiles, películas, manguera, láminas y filamentos.

Presenta alta productividad y es el proceso más importante de obtención de formas plásticas en volumen de producción. Su operación es más sencilla, ya que una vez establecidas las condiciones de operación, la producción continua siempre y cuando no exista un disturbio mayor.

Moldeo por soplado

Definición.

El modelo por soplado es un proceso discontinuo de producción de recipientes y artículos huecos, en donde una resina es fundida, es transformada en una preforma hueca y llevada a un molde final en donde por la introducción de aire a presión en su interior, se expande hasta tomar la forma de molde, finalmente es enfriada y expulsada como un artículo terminado. Ejemplo: cantaros, envases.

Moldeo por inyección

Definición.

Se utiliza en los casos en que se requiera obtener recipientes de boca ancha, con un cuerpo aun más ancho o de forma tal que no se pueda obtener por un proceso simple de soplado. Ejemplo: huacales, macetas.

2.5 Situación actual de la industria de productos plásticos.

2.5.1 Aporte a la Economía Salvadoreña.

La industria del plástico en El Salvador representa un rubro importante en la economía del país. Por su potencial desarrollo, y ser generadora de empleos, ya que estos son

sustitutos de una gran variedad de productos naturales que se escasean tales como la fibra natural, madera, pieles y cueros, por productos sintéticos.¹⁶

Es uno de los 10 principales rubros de contribución al Producto Interno Bruto del país. En el cuadro No. 5 se presenta la contribución al PIB con respecto al sector de caucho y plástico:

Cuadro No. 5
Aporte al sector de Caucho y Plastico al Producto Interno Bruto
A Precios Constantes de 1990
(En Millones de Dolares y Porcentajes)

RAMA DE ACTIVIDAD	2000	2001	2002	2003	2004
3. Industria Manufacturera	1,734.10	1,804.20	1,856.10	1,898.60	1,911.70
Porcentaje %	23.02%	23.55%	23.70%	23.81%	23.61%
(Sector 27) Productos de caucho y plasticos	41.7	43.9	44.2	46.6	48.1
Porcentaje %	2.40%	2.43%	2.38%	2.45%	2.52%
Producto Interno Bruto Total a Precios de Mercado	7,531.00	7,659.70	7,830.50	7,972.50	8,095.40

Fuente: Revista Trimestral. Enero, Febrero, Marzo de 2005. Banco Central de Reserva de El Salvador.

El cuadro anterior presenta que el sector 27 de la industria manufacturera que se refiere a los productos de caucho y plásticos, han contribuido al PIB con los siguientes porcentajes en los últimos cinco años: en el año 2000 aportó un 2.40%, en el 2001 un 2.43%, en el 2002 un 2.38%, en el 2003 un 2.45% y en el año 2004 llegó a 2.52%.

2.5.2 Medianas empresas establecidas en el área metropolitana.

A continuación se presenta el Cuadro No 6, el cual contiene el número de empresas dedicadas a la fabricación de de productos plásticos ubicadas en el área metropolitana de San Salvador.

¹⁶ Información proporcionada por el Lic. Cesar Edgardo Melara, Director ejecutivo de ASIPLASTIC –Eco Amigos

Cuadro No. 6

CIU	ED	EMPRESA	DIRECCION	MUNICIPIO	TELEFONOS
3560	3	CAMPOS PEÑATE PRODUCTOS ACRILICOS, S.A. DE C.V.	COL. AMERICA CARR. A SAN MARCOS	SAN MARCOS	22802632
3560	3	DURMAN ESQUIVEL, S.A. DE C.V.	CALLE L-3 POL. C No. 32 ZONA INDUSTRIAL MERLIOT	ANTIGUO CUSCATLAN	22785744
3560	3	DYNATEC, S.A. DE C.V.	COL. LOS ALPES CONTIGUO A CEL	SOYAPANGO	22773066
3560	3	EXPON, S.A. DE C.V.	BLVD. DEL EJERCITO KM. 5 1/2	SOYAPANGO	22274133-22771616
3560	3	THERMOPLAST, S.A. DE C.V.	KM. 4 1/2 CARR. A PARQUE INDUSTRIAL SAN MARCOS	SAN SALVADOR	22204889-22204888
3560	3	FILAMENTOS Y PERFILES, S.A. (FILPERSA)	AVENIDA CERVANTES No. 126	SAN SALVADOR	22224629-22212004
3560	3	INDUSTRIAL Y COMERCIAL PAPELERA, S.A.(INCOPASA)	KM. 3 1/2 BOULEVARD DEL EJERCITO	SOYAPANGO	22931090-22931091
3560	3	INDUSTRIAL PLAST, S.A DE C.V.	6a. CALLE PONIENTE No. 922	SAN SALVADOR	22220970-22220061
3560	3	LENOSAL, S.A. DE C.V. (EX-LENOX DE CENTROAMERICA)	BLVD. DEL EJERCITO KM. 6 1/2	SOYAPANGO	22941854-22941860
3560	3	MANUFACTURAS FERNANDEZ, S.A. DE C.V. (MAFESA)	CALLE PRINCIPAL, CONTIGUO A CERILLERA LUZ	ANTIGUO CUSCATLAN	22430740-22430690
3560	3	MELENDEZ ZEDAN, S.A. DE C.V. (MEZESA DE C.V.)	35 CALLE ORIENTE No. 114, COL. LA RABIDA	SAN SALVADOR	22259226
3560	3	MULTIPLAST, S.A. DE C.V.	CARRETARA AL PUERTO DE LA LIBERTAD KM. 10 1/2	SANTA TECLA	22282358-222949
3560	3	PLASTINOVA, S.A. DE C.V.	FINAL AVENIDA LA CEIBA, COL. LAS DELICIAS	SANTA TECLA	22280715
3560	3	HERNANDEZ & CIA. (PLASTICOS INDUSTRIALES)	PROL. 7a. CALLE ORIENTE No. 76. COL. LOURDES	SAN SALVADOR	22931259
3560	3	SERVICIOS TECNICOS ASOCIADOS, S.A. DE C.V. (SERTEA)	ALAM. JUAN PABLO II Y 20 AVENIDA NORTE No. 421	SAN SALVADOR	
3560	3	SETRA	BLVD. VENEZUELA Y FINAL 6a. AVENIDA SUR	SAN SALVADOR	22225371
3560	3	TALLERES MONDINI, S.A. DE C.V. (BEST PLAST)	6a. AVENIDA NORTE No. 1430, Bo. SAN MIGUELITO	SAN SALVADOR	22254169-22251674
3560	3	TUBO MUEBLES, S.A. DE C.V.	6a. 10a. CALLE PONIENTE No. 2322	SAN SALVADOR	22710491
3560	3	COHETERIA VENUS	17 AV. SUR. No. 1416	SAN SALVADOR	22421123
3560	3	INVERSIONES DEL ISTMO, S.A DE C.V. (IDISA)	CALLE CONCEPCION No. 1033	SAN SALVADOR	22764005-22761976
3560	3	SEAL JET DE CENTROAMERICA, S.A. DE C.V.	29 AVENIDA NORTE No. 1220	SAN SALVADOR	22257094-22255768
3560	3	INFRANOVA, S.A. DE C.V.	PLAZUELA AYALA PJE. SORIANO No. 122, Bo. CONCEPCION	SAN SALVADOR	22224065
3560	3	POLIFLEX, S.A. DE C.V.	CALLE A VALLE NUEVO No. 5, COLONIA SANTA LUCIA	ILOPANGO	22940656-22940657
3560	3	INTERNACIONAL DE PLASTICOS, (INTERPLASTIC)	8a. CALLE ORIENTE No. 3-3a	SANTA TECLA	22280906-22280881
3560	3	CABOGAR, S.A. DE C.V. (ESCOBAS BARRESOLA)	km. 7 1/2, CARR. A SANTO TOMAS, COL. SANTA FE	SAN MARCOS	22201023
3560	3	PLASTICOS EL PANDA, S.A. DE C.V. (PEPSA)	JARDINES DE LA HACIENDA, C. PRINCIPAL No. A1-6	SAN SALVADOR	22788553
3560	3	GRUPO INDUSTRIAL PINTO	39 AV. SUR PJE. CHAVEZ PAPINI No. 101 COL. FLOR BLANCA	SAN SALVADOR	22989278-22982033

Fuente: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES)

2.5.3 Generación de empleo.

La industria del plástico en El Salvador representa un rubro importante en la economía del país, por su potencial desarrollo y por ser generadora de empleos, actualmente genera entre 5,000 a 7,000 empleos directos, es incuantificable el número de empleos indirectos que ésta industria genera puesto que existen un gran número de pequeños y micro empresarios que se dedican a comercializar los productos terminados, y es un medio de subsistencia para muchas familias que se dedican al comercio informal.

2.5.4 Exportaciones e importaciones de los principales productos.

Las empresas del sector exportan un 40% de su producción a Centroamérica y el Caribe. A continuación se presenta en el cuadro No. 7, el cual refleja las empresas exportadoras de productos plásticos, el país de destino y el producto a exportar:

Cuadro No. 7

EMPRESAS EXPORTADORAS DE PRODUCTOS PLÁSTICOS

EMPRESAS	PRODUCTO	DESTINO
INDUSTRIAL DE TUBERIAS S.A. DE C. V.- INTUSA	Tuberías lineales de PVC Accesorios de PVC Artículos de plástico Recipientes plásticos Tanques plásticos	CENTRO AMERICA
SALVAPLASTIC, S.A. DE C. V.	Manufacturas de plástico. Envases plásticos. Vajillas, art.de mesa y cocina. Art. Plásticos desechables. Art.de plásticos uso domestico. Macetas	CENTRO AMERICA
PLASTICOS TECNIFICADOS, S.A. DE C. V.	Envases plásticos. Tapones plásticos.	CENTRO AMERICA
PLASTICOS Y METALES, S.A.	Pachas Envases plásticos Vajillas, art.de mesa y cocina Tetinas y chupones p/biberones Art.de plásticos uso domestico	CENTRO AMERICA
BOLSAS DESECHABLES Y PLÁSTICOS	Productos desechables para alimentos	CENTRO AMERICA
CABOGAR, S.A. de C. V	Escobas de plástico	CENTRO AMERICA
PLÁSTICOS EL PANDA, S.A. DE C.V.	Tubos plásticos	CENTRO AMERICA
OMNIPLASTIC, S.A. de C.V.	Artículos plásticos	CENTRO AMERICA
MULTIPLAST, S.A.	Escobas plásticas Cepillos plásticos Monofilamentos Palas plástcas	ESTADOS UNIDOS
TACOPLAST, S.A. de C.V	Muñecas de plástico Juguetes de plástico Artículos del hogar de plástico	MEXICO

FUENTE: Realizado por grupo de trabajo con base a información de Banco Central de Reserva.

Para observar las exportaciones en cuanto a los productos de plástico, es necesario ubicarse en el sector de materias plásticas, caucho y sus manufacturas, que durante los cinco años han experimentado el siguiente comportamiento en términos de porcentaje:

en el año 2002 exportó un 2.10%, del total de las exportaciones del país, en el año 2003 un 2.21%, observándose un leve ascenso con relación al año anterior, continua con la misma tendencia en el año 2004 al registrar una exportación de 2.63%; en el primer trimestre del 2005 las exportaciones ascienden a 3.9% que de mantenerse, lograrían el mayor de los aportes en los últimos cuatro años.

En el cuadro No. 8 que se presenta a continuación se detallan los rubros que conforman el sector materias plásticas, caucho y sus manufacturas:

Cuadro No. 8

EXPORTACIONES TOTALES DE LA INDUSTRIA PLÁSTICA (FOB) SEGÚN EL SISTEMA ARANCELARIO CENTROAMERICANO (SAC) (EN MILES DE DOLARES)				
VII. Materias plásticas, caucho y sus manufacturas	2002	2003	2004	Ene-mar/2005* (p)
1. Tubos y accesorios de tubería de plástico	2,124.0	1,525.0	1,996.0	605.0
Porcentaje %	3.37%	2.20%	2.30%	2.40%
2. Placas, hojas, bandas, y películas de plástico	19,481.0	19,941.0	23,910.0	5,482.0
Porcentaje %	30.91%	28.87%	27.60%	21.82%
3. Cajas, bolsas, botellas, tapones y demás envases plásticos	15,526.0	19,291.0	29,710.0	9,040.0
Porcentaje %	24.64%	27.93%	34.29%	35.99%
4. Artículos de mesa y uso doméstico plásticos	12,425.0	13,609.0	15,614.0	5,229.0
Porcentaje %	19.72%	19.71%	18.02%	20.82%
5. Materias plásticas y sus demás manufacturas	12,974.0	14,165.0	14,725.0	4,596.0
Porcentaje %	20.59%	20.51%	17.00%	18.30%
6. Caucho y sus demás manufacturas	476.0	531.0	680.0	169.0
Porcentaje %	0.76%	0.77%	0.78%	0.67%
Exportaciones del sector en miles de dólares	63,007.0	69,062.0	86,634.0	25,120.0
Exportaciones del sector en porcentajes	2.10%	2.21%	2.63%	3.06%
Total de exportaciones todos los sectores	2,995,038.0	3,128,036.0	3,295,258.0	821,233.0

Fuente: Revista trimestral. Enero, Febrero y Marzo de 2005. Banco Central de Reserva de El Salvador

(p) Cifras Prelimitares

* Cifras de enero a marzo 2005

Con respecto a las importaciones de la industria plástica se observa el siguiente comportamiento de los últimos cuatro años en términos de porcentajes: en el año 2002 se importó un total de 4.62%, en el año 2003 un 4.69%, cifra que ascendió con relación al año anterior, en el 2004 se importó un 4.91%, continuando con la misma tendencia de crecimiento; para el primer trimestre del año 2005 (de enero a marzo) las importaciones reflejan un 5.61%, que de continuar así, sería el porcentaje más alto respecto a los años anteriores.

En el cuadro No. 9 que se presenta a continuación se detallan los rubros que conforman las importaciones del sector de las materias plásticas, resinas artificiales y sus manufacturas.

Cuadro No. 9

IMPORTACIONES TOTALES DE LA INDUSTRIA PLÁSTICA (CIF) SEGÚN EL SISTEMA ARANCELARIO CENTROAMERICANO (SAC) (EN MILES DE DOLARES)				
V.1 Materias plasticas, resinas artificiales, caucho natural y sintetico y manufacturas de otros productos.	2002(p)	2003(p)	2004(p)	2005(p)
1. Materias plasticas, resinas artificiales y sus manufacturas	187,307.00	217,211.00	253,657.00	74,030.00
Porcentaje	78.24%	80.42%	82.42%	85.53%
2. Caucho natural, sintetico, facticio y gomas naturales en formas primarias	2,181.00	2,674.00	2,711.00	400.00
Porcentaje	0.91%	0.99%	0.88%	0.46%
3. Llantas y bandas de rodadura para vehiculo	34,707.00	35,166.00	34,714.00	8,129.00
Porcentaje	14.50%	13.02%	11.28%	9.39%
4. Otras manufacturas de caucho	15,215.00	15,029.00	16,670.00	3,991.00
Porcentaje	6.36%	5.56%	5.42%	4.61%
Total de las Importaciones del sector	239,409.00	270,080.00	307,752.00	86,550.00
Importaciones del sector en porcentajes	4.62%	4.69%	4.91%	5.61%
Total de Importaciones de todos los sectores	5,184,452	5,754,268.00	6,268,754.00	1,542,106.00

(p) Cifras preliminares.

*Cifras de enero a marzo de 2005

Fuente: Revista trimestral. Enero, Febrero y Marzo de 2005. Banco Central Reserva de El Salvador.

Al analizar los datos de importación y exportación del sector, se observa que el volumen de importaciones radica en las materias plásticas en formas primarias, que constituyen las materias primas con que se fabrican los productos de plástico, esto se da debido a que en El Salvador no existen empresas que se dediquen a extraer los componentes que se necesitan para transformarlos en insumos para la producción de plásticos.

Esto se refleja notablemente cuando vemos las cifras, en el año 2002, las importaciones ascendieron a un 4.62%, superior al 2.1%, que se exportó en ese mismo año. En el año 2003 las importaciones aumentaron al 4.69%, mientras que las

exportaciones reflejan un leve crecimiento de 2.21%. Para el año 2004 las importaciones llegaron a un 4.91%, superior al 2.63% que reflejaron las exportaciones de ese mismo año; y en el primer trimestre del año 2005 las importaciones reportan un 5.61%, a diferencia del 3.6% de las exportaciones.

Haciendo una comparación de las importaciones con las exportaciones en el Cuadro No 10 se observa que la Balanza Comercial es negativa:

Cuadro No. 10

COMPARATIVO DE LAS EXPORTACIONES E INPORTACIONES EN LOS ULTIMOS CUATRO AÑOS (EN PORCENTAJES)				
CONCEPTO	2002	2003	2004	2005
Exportaciones de la industria en porcentajes	2.10%	2.21%	2.63%	3.06%
Importaciones de la industria plástica en porcentajes	4.62%	4.69%	4.91%	5.61%
Balanza Comercial	-2.52%	-2.48%	-2.28%	-2.55%

Fuente: Elaboracion propia con base en informacion de la Revista trimestral. Enero, Febrero y Marzo de 2005.
Banco Central de reserva de El Salvador.

2.5.5 Incentivos a la Industria.

Actualmente no existen mayores incentivos para el sector, lo único con que cuenta el sector es con el 6% que el gobierno devuelve a los exportadores que es un beneficio para todos los sectores que exportan sus productos fuera del área centroamericana. Este es un porcentaje del valor de las exportaciones que se reintegra a los exportadores, según la Ley de Reactivación de las exportaciones. No obstante el sector industrial hace esfuerzos por salir adelante y podría verse beneficiado por la propuesta de política estratégica cuyos objetivos son:

- Crear un ambiente favorable para las inversiones en el sector industrial.
- Fortalecer las empresas del sector para que puedan ser competitivas en el mercado mundial.

- Promover la libre competencia con los diferentes mercados para evitar prácticas poco transparentes en detrimentos para la industria.
- Impulsar la puesta en practica de sistemas de calidad que nos dé mayor eficiencia y productividad.¹⁷

2.5.6 Acuerdos Comerciales.

El Licenciado Cesar Melara Director Ejecutivo de la Asociación Salvadoreña de la Industria del Plástico (ASIPLASTIC), manifiesta que se hacen esfuerzos para establecer alianzas comerciales con países europeos y latinoamericanos para fortalecer el mercado; y el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, puede ayudar a través de las divisas generadas por esta actividad, beneficiando a la economía del país.

Los acuerdos comerciales pueden ser de beneficio para este sector depende de la preparación de las empresas de forma particular, actualmente la mayoría de empresas no están preparadas para competir ante otras empresas a consecuencia de los tratados de libre comercio.

Desde el punto de vista tecnológico las empresas están en desventaja por lo que se hace sumamente necesario que los administradores establezcan estrategias que les permitan competir en mejores condiciones y con la menor desventaja posible.¹⁸

A continuación se presenta en el Cuadro No 11 en cual refleja los diferentes Tratados Comerciales que ha firmado El Salvador y los productos incluidos en los acuerdos:

¹⁷ Revista de la Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP) 2003 Pág. 39

¹⁸ Información proporcionada por el Lic. Cesar Edgardo Melara, Director ejecutivo de ASIPLASTIC –Eco Amigos

Cuadro No 11
TRATADOS COMERCIALES DE EL SALVADOR

PAÍS	PRODUCTO
EL SALVADOR	Adhesivos a base de caucho y plástico, resinas amínicas, resinas fenolicas, cascos de seguridad de caucho o plástico, revestidas de plástico, Filtros; anuncios, letreros y placas indicadoras a base de plásticos, botones de presión y sus partes.
ESTADOS UNIDOS	Polímeros naturales, derivados del caucho natural, desechos, desperdicios y recortes, de plástico; tubos y accesorios de tubería, de plástico, revestimientos de plástico para suelos, paredes o techos, placas, laminas, hojas, cintas, tiras y demás formas planas autoadhesivas de plástico, bañeras, duchas, fregaderos, lavabos, bides, inodoros y sus asientos y tapas, cisternas (depósitos de agua) para inodoros y artículos sanitarios o higiénicos similares, de plástico, artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, capsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico, vajilla y demás artículos de uso domestico y artículos de higiene o de tocador, de plástico, artículos para la construcción, de plástico; las demás manufacturas de plástico y manufacturas; caucho natural, balata, gutapercha, guayule, chicle y gomas naturales análogas, en formas primarias o en placas, hojas o Tiras; caucho sintético y caucho facticio derivado de los aceites, en formas primarias; caucho sintético y caucho facticio; caucho regenerado en formas primarias; desechos, desperdicios y recortes.
MEXICO	Desechos, desperdicios y recortes, de plástico; Monofilamentos cuya mayor dimensión del corte transversal sea superior a 1 mm, barras, varillas y perfiles, incluso trabajados en la superficie pero sin otra labor, de plástico; Tubos y accesorios de tubería (por ejemplo: juntas, codos, empalmes (racores)), de plástico; Revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; revestimientos de plástico para paredes o techos; Placas, láminas, hojas, cintas, tiras y demás formas planas, autoadhesivas, de plástico, incluso en rollos; Las demás placas, láminas, hojas y tiras, de plástico no celular y sin refuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias; Las demás placas, láminas, hojas y tiras, de plástico; Bañeras, duchas, lavabos, bides, inodoros y sus asientos y tapas, cisternas (depósitos de agua) para inodoros y artículos sanitarios o higiénicos similares, de plástico.
REPUBLICA DOMINICANA	Plástico y sus manufacturas; caucho y sus manufacturas.
PANAMA	Plástico y sus manufacturas; polímeros de etileno en formas primarias; desechos, desperdicios y recortes, de plástico; monofilamentos cuya mayor dimensión del corte transversal sea superior a 1 mm, barras, varillas y perfiles, incluso trabajados en la superficie pero sin otra labor, de plástico; tubos y accesorios de tubería (por ejemplo: juntas, codos, empalmes (racores)), de plástico; revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; revestimientos de plástico para paredes o techos, definidos en la nota 9 de este capítulo; placas, laminas, hojas, cintas, tiras y demás formas planas, autoadhesivas, de plástico, incluso en rollos; las demás placas, laminas, hojas y tiras, de plástico no celular y sin refuerzo, estratificación ni soporte o combinación similar con otras materias; las demás placas, laminas, hojas y tiras, de plástico; bañeras, duchas, lavabos, bides, inodoros y sus asientos y tapas, cisternas (depósitos de agua) para inodoros y artículos sanitarios o higiénicos similares, de plástico; artículos para el transporte o envasado.

Fuente: Ministerio de Economía, www.minec.gob.sv

2.6 Análisis del entorno de la industria de plásticos.

2.6.1 Entorno Político.

Los esfuerzos del sector por crecer y seguir adelante, han sido realizados a través de la Asociación Salvadoreña de Industriales (A.S.I.), mediante la cual se han dado a conocer como un sector de gran importancia para el país, ante el gobierno.

En El Salvador la Industria de productos plásticos ha sido tomada en cuenta también en muchas decisiones importantes por parte del gobierno, formando parte así de todos los Tratados Comerciales que el país tiene actualmente. Una gran mayoría de sus

productos han sido incluidos dentro de las listas de productos negociados para formar parte de los tratados de libre comercio, siendo esto de beneficio para las empresas del sector con capacidad exportadora, ya que de esta forma pueden exportar productos a otros países, libres de aranceles. Esto a la vez se convierte en una oportunidad de mejora y crecimiento para las empresas con planes de crecimiento y expansión fuera del país, obligándolas también ha ser mas competitivas ante otras empresas que puedan entrar al mercado, lo cual implica que las empresa del sector necesitan programas de apoyo gubernamental para que puedan competir, debido ha que en la actualidad no cuentan con ningún apoyo de este tipo por parte del gobierno.¹⁹

2.6.2 Entorno Económico.

El crecimiento del sector se ha mantenido aunque últimamente el alza de la gasolina de los últimos días ha golpeado a la industria del plástico en El Salvador, parte de la materia prima que se utiliza en la elaboración de productos plásticos proviene de los combustibles. El alto precio del barril de petróleo no solo disparo el costo de la canasta básica, si no también los productos plásticos. Los precios alcanzaron este año nuevo record debido a que la materia prima para su elaboración sale del petróleo.

Según los vendedores, en promedio el impacto de los altos costos en los productos ha sido entre el 8 y el 15 por ciento.

Los mayoristas de artículos plásticos para el hogar y la cocina también coinciden al culpar el alza del precio de los combustibles como las causantes de que las empresas vendan más caro.

Las empresas salvadoreñas son susceptibles ante cualquier fenómeno que impacte los principales países de donde se obtiene la materia prima que es la resina, la cual se deriva del petróleo. Los principales países de donde se importa las materias prima son: Estados unidos, México y Brasil.²⁰

¹⁹ Información proporcionada por el Lic. Cesar Edgardo Melara, Director ejecutivo de ASIPLASTIC –Eco Amigos

²⁰ Información proporcionada por el Lic. Cesar Edgardo Melara, Director ejecutivo de ASIPLASTIC –Eco Amigos

En general, todas las empresas subieron los precios de los productos plásticos y de aluminio, aseguran los vendedores.

Los minoristas de bolsas plásticas dicen que todavía no están vendiendo más caro su producto, pero que los mayoristas ya les avisaron de las alzas para los próximos días por nuevos inventarios.

El incremento se hizo efectivo hace mes y medio, cuando las empresas productoras trasladaron el costo de la materia prima derivada del petróleo.²¹

2.6.3 Entorno Tecnológico.

Actualmente en el sector de productos plásticos, las empresas más grandes son las que cuentan con tecnología avanzada que les permite ser más competitivos en el mercado, tener mejores estándares de producción y calidad, en cambio son las medianas empresas las que tiene esa desventaja, debido a que el costo de la maquinaria utilizada para la producción es sumamente costoso y no tienen los medios de financiamiento para poder adquirirla, lo cual les obliga a producir utilizando métodos que a veces ya están obsoletos y que no les permiten producir con mejor calidad y ha gran escala.²²

2.6.4 Entorno Ecológico.

La Asociación Salvadoreña de la Industria del Plástico (ASIPLASTIC) cuenta con un programa de reciclaje de plásticos denominado ECOAMIGOS DEL PLASTICO, el cual fue creado a mediados del año 2001 que nace como resultado de algunas experiencias iniciales y asesorías obtenidas. Desde sus inicios este programa cuenta con el apoyo de su socio fundador patrocinador Cemento de El Salvador, S.A. (CESSA), para convertir el residuo plástico en energía (Recuperación Energética) ECOAMIGOS DEL PLASTICO, durante estos años ha desarrollado un programa educativo, que consiste en brindar charlas informativas y orientadoras a los centros educativos sobre el manejo adecuado de desechos sólidos y su posterior reciclaje.

²¹ Periódico Mas, sección nacional, 15 de abril de 2005.

²² Información proporcionada por el Lic. Cesar Edgardo Melara, Director ejecutivo de ASIPLASTIC –Eco Amigos

Actualmente, con logros satisfactorios, pero con expectativas y retos de lograr cada día mejores resultados, el programa ECOAMIGOS desde sus inicios ha recolectado la cantidad de 822,800 (a marzo 2005) libras de materiales plásticos y mantiene como compromiso, el buscar nuevos métodos que sean eficientes y que estos esfuerzos conjuntos, colaboren a conducir a la población Salvadoreña a lograr vivir en armonía con nuestro medio ambiente.

El programa de de Reciclaje cuenta con puntos claves para la recolección y origen de los materiales plásticos, entre los que se encuentran Estaciones de servicio Texaco, con quien ha logrado instalar en 14 de sus estaciones de servicio, contenedores receptores especializados, con el propósito de que sirvan a la comunidad en general como un medio específico, que oriente a la recolección de materiales plásticos y logre así colaborar a su tratamiento adecuado y a su posterior reciclaje. De la misma forma y en colaboración con Price Smart, prestan servicio a la comunidad, facilitando la disposición de los materiales plásticos con los contenedores que están físicamente en los parqueos de las tiendas los Héroes y Santa Helena.²³

2.6.5 Entorno Social.

Al reflexionar por unos minutos sobre las tremendas bondades que los productos plásticos nos brindan en nuestra vida cotidiana, en la medicina, la alimentación, la educación, higiene personal, seguridad, entretenimiento y tantas otras actividades básicas pero esenciales, los productos plásticos han ejercido y seguirán manteniendo una relevancia altísima en el desarrollo de la humanidad y que nuestro mundo definitivamente sería menos amigable sin ellos.

Una gran parte de los productos que utilizamos a diario son de plástico, lo cual ha venido también a simplificar y beneficiar la vida de quienes los utilizan, ya que es menos costoso adquirir productos plásticos que de vidrio o metal, que pueden ser menos duraderos y mas costosos.

²³ Revista Ecoamigos del plástico Pág. 5

A lo largo de la historia la industria ha sido una fuente de empleo para muchas personas en El Salvador, en la actualidad un gran número de empresas emplean también a un gran número de personas.²⁴

2.7 Análisis de la situación actual por medio de las cinco fuerzas competitivas en el sector de productos plásticos.

2.7.1 Competidores Actuales

Los competidores actuales del sector de productos plásticos son: México, Guatemala, Honduras, Estados Unidos, China y Colombia. Dichos países cuentan con una tecnología más avanzada, tienen la capacidad para fabricar productos de mejor calidad y presentación, lo cual afecta al mercado local en la demanda de sus productos.²⁵

2.7.2 Competidores Potenciales

A consecuencia de las aperturas comerciales que conllevan a la globalización se visualiza una invasión de productos plásticos provenientes de Estados Unidos y China, México, Canadá.

2.7.3 Proveedores

El Salvador importa cantidades substanciales de materia prima y maquinaria para la elaboración de productos plásticos.

En resinas plásticas, las importaciones vienen de México, Venezuela, Brasil y Colombia, aunque ellos tengan una reputación de entrega informal. Los Estados Unidos dominan el 80% de la importación de las resinas plásticas. El mercado es compartido por los

²⁴ Revista Ecoamigos del plástico, Pág. 2

²⁵ Información proporcionada por el Licenciado Cesar Edgardo Melara, Director Ejecutivo ASIPLASTIC

proveedores siguientes: Mobil Polymers (25%); Exxon (20%); Dow Chemical (15%); Polychem (10%)²⁶

Una de las deficiencias que se identificó como una problemática del sector de productos plásticos, es la informalidad por parte de los proveedores en la entrega oportuna de las materias primas.

Los salvadoreños tenemos una opinión favorable de los equipos de los Estados Unidos, la cual es reconocida por la alta calidad, avanzada tecnología y vida útil. Sin embargo los negocios salvadoreños también perciben los altos costos de compra y mantenimiento.

Los principales suministradores para el equipo son: Maprimaq Ltda; Mercados Internacionales S,A of C.V; y Muehlstein de El Salvador.

El sector de la industria del plástico no tiene la capacidad de negociación con este proveedor, por que existe dificultad para la adquisición de maquinaria de alta tecnología que provee, debido al alto costo y falta de medios de financiamiento.

2.7.4 Compradores Directos

Los compradores directos del sector de productos plásticos lo constituyen una diversidad de empresas que utilizan como producto complementario o productos terminados para posteriormente ser comercializados, entre esta gama de compradores se destacan los siguientes: supermercados, hospitales, emparadoras, embotelladoras, constructoras y otros.

2.7.5 El plástico como producto sustituto

El plástico ha recibido muy buena aceptación porque ha sustituido a materiales que por sus componentes se dañan por el paso del tiempo. Tal es el caso de las tuberías, que en años pasados se hacían de hierro para canalizar el agua potable y las aguas negras,

²⁶ ALIPLASTIC (Asociación Latinoamericana de la Industria Plástica) y la publicación plástica de la tecnología.

con la desventaja que con los años se oxidan y hace que el agua obtenga un olor y color turbio e insalubre, el PVC ha llegado a ser utilizado mundialmente para mejorar la calidad del agua que llega a los usuarios.

Los barriles que eran de hierro, han llegado a ser sustitutos por barriles de plástico que presentan mayor durabilidad y por higiénicos tienen mayor demanda. En el hogar, los artículos de cocina donde en un tiempo predominó el vidrio, el plástico ha cobrado en los últimos años un gran auge, como son los térmicos que se adecuan a las necesidades. Los platos, vasos y tasas que se fabricaban de porcelana ahora un buen porcentaje son de plástico.

Las aplicaciones del plástico en las sociedades avanzadas se han hecho innumerables. Las sustancias plásticas se hallan presentes en la mayoría de los objetos usuales en la vida cotidiana, su fácil manipulación, escaso costo de fabricación, baja densidad y resistencia al desgaste, los han convertido en sustitutos rentables de otros materiales tradicionales como el vidrio, la madera, y algunos metales en múltiples aplicaciones.²⁷

2.8 Marco legal

En El Salvador las leyes que regulan el funcionamiento de las empresas del sector de productos plásticos son:

2.8.1 Ley de Zonas Francas y de Comercialización.

Esta ley, reformada en 1,998, ha logrado promover las zonas francas como nuevos recintos para la fabricación de textiles en El Salvador. Tiene como objetivo fundamental regular el funcionamiento de las zonas francas, así como también generar beneficios y responsabilidades de los titulares en las empresas en cuanto a su desarrollo y administración.

²⁷ Información proporcionada por el Licenciado Cesar Edgardo Melara, Director Ejecutivo ASIPLASTIC

El incumplimiento de esta ley trae como consecuencia, el ser sancionado incluso con suspensión temporal o revocatoria definitiva de los beneficios otorgados a quien infrinja esta ley.

2.8.2 Ley de Reactivación de las Exportaciones.

Esta ley tiene por objetivo estimular las exportaciones no tradicionales del país hacia fuera del área centroamericana.

Sus beneficios excluyen a las empresas que operan en zonas francas o recintos fiscales y son los siguientes:

Exención de impuestos a las exportaciones, es decir, no se gravan las ventas al exterior, al mismo tiempo la exención del impuesto sobre el patrimonio, cuando la persona exporte el 100% de su producción, lo cual libera de este impuesto al capital destinado a la producción para exportación; la devolución del 6% de lo que se exporte, en compensación del valor de los impuestos de importación que el exportador tuvo que pagar por los insumos necesario para producir, y su reintegro se realiza en un plazo no mayor de 45 días desde el ingreso de las divisas.

2.8.3 Código de Comercio.

El Código de Comercio establece como poder matricular una empresa mercantil, el marco jurídico para formar una sociedad y como llevar la contabilidad formal e inscribir anualmente en el Registro de Comercio el balance general de la empresa.

2.8.4 Ley de Registro de Comercio.

Esta ley permite que los inversionistas registren una empresa de acuerdo a los requerimientos necesarios para su aprobación lo cual incluye:

- I. Matriculas de empresas y establecimientos.
- II. Escritura de constitución, modificación, fusión, transformación, disolución y liquidación de sociedades y además documentos relacionados al negocio.

2.8.5 Ley de Impuesto Sobre la Renta.

El propósito de esta ley es el de aplicar impuestos por la transferencia, importación, interacción, exportación al consumo de los bienes muebles corporales; prestación, importación, interacción, exportación, y al autoconsumo de servicios, de acuerdo con las normas que se establecen en la misma.

Como un incentivo a las zonas francas, la Ley de Impuesto Sobre la Renta es una de las que benefician al sector industrial, pues de acuerdo a los diferentes tratados comerciales están libres de este tipo de impuesto: la importación de maquinaria y equipo necesario para la producción exportadora, materia prima, bienes de trabajo y bienes intermedios.

2.8.6 Junta de Vigilancia de la Profesión Químico Farmacéutica

Para que las empresas de la industria plástica puedan importar su materia prima, deben inscribirse en la Junta de Vigilancia de la Profesión Químico Farmacéutica, que es la instancia que autoriza la salida del producto de la aduana. Para esto, se realizan los siguientes pasos:

- a) Verificación de la existencia de las bodegas
- b) Inspección de instalación de la maquinaria que utiliza
- c) Inspección de las condiciones de seguridad y manejo con las que operan
- d) Revisión de las facturas de los productos a importar.

2.9 Desarrollo de análisis FODA del sector manufactura de productos plásticos.

El desarrollo del análisis FODA, es el resultado de la información recopilada en la investigación y entrevista realizada a la Asociación Salvadoreña Industrial de Productos Plásticos (ASIPLASTIC), posteriormente la información fue clasificada en factores internos (Fortalezas y Debilidades) y externos (Oportunidades y Amenazas), con el fin de identificar las limitantes, la situación actual del sector y otros aspectos

que le impidan el crecimiento de dicho sector. A continuación se presenta un resumen del análisis FODA:

Fortalezas

A continuación se presentan las fortalezas identificadas en el sector de productos plásticos:

F.1: Nivel de experiencia que posee el sector en el desarrollo de los productos

Esto le permite al sector beneficiarse de los conocimientos adquiridos a través de la experiencia que posee el sector en la elaboración de productos plásticos. La industria plástica inicio las actividades en 1955 y desde entonces se mantiene como uno de los sectores productivos más importantes para el país.

F.2: Comunicación entre el Departamentos y Proveedores

Esta es una de las fortalezas más importantes que presenta el sector, la comunicación permite que el flujo de información sea más ágil y eficiente; logrando de esta forma que los requerimientos solicitados les sean proveídos con oportunidad, contribuyendo de esta forma a un mejor funcionamiento en el proceso de producción.

F.3: Ubicación Geográfica

El área metropolitana de San Salvador es un área en la cual las empresas se benefician de dicha arteria, cuentan con la accesibilidad a principales carreteras, facilitando el ingreso de materia prima y la salida de productos terminados y futuras ampliaciones. Su cercanía con centros poblacionales le permite la accesibilidad de la mano de obra y disponibilidad de los servicios (Energía eléctrica, agua, líneas telefónicas), y estos son de vital importancia para la operación de la planta.

F4: Formación profesional del sector

A través de la participación del sector en programas de capacitación ofrecidos por ASIPLASTIC, INSAFORP, Universidad Don Bosco con la carrera de Técnico en Plásticos; impartidos a mandos medios y a personal involucrado en el proceso.

Amenazas

A continuación se presentan las amenazas identificadas en el sector de productos plásticos:

A1: Incremento de precios en materia primas

El incremento de los precios afecta directamente los costos de producción; los cuales tienden a aumentar su precio de venta, ocasionando una disminución en la demanda.

Los precios de materia prima se harían notar más en países como El Salvador, por que son los más dependientes de la importación del petróleo. Un aumento del precio del petróleo provoca, como primer efecto inmediato, un aumento en la inflación y se incrementan los costos, prácticamente en todos los sectores.

A2: Alto número de empresas del sector plástico en el mercado

En El Salvador existe un alto número de empresas nacionales y extranjeras que ofrecen los productos al mercado cada vez con mayores estándares de calidad y a un menor costo; tal es el caso de la eminentemente competencia ocasionada por la llamada invasión china. Haciendo una innovación constante de los productos, de lo contrario este se ve amenazado a perder presencia en el mercado.

A3: Situación económica del país

La inflación económica de El Salvador es susceptible; a los cambios de las políticas económicas exteriores, afectando los costos de producción ya que estos sufren un aumento y la empresa pierde poder adquisitivo.

La situación económica del país no muestra una tendencia favorable, en cual presente mejoras en la economía, el PIB en los últimos años ha presentado un bajo crecimiento, además del alto índice delincriminal y violencia social hace más vulnerable la situación económica del país.

A4: Tratados de Libre Comercio

Con la introducción de los Tratados de Libre Comercio, se estaría dando la apertura del ingreso al país de empresas más sólidas y con tecnologías de punta, ofreciendo a los consumidores una gran variedad de productos, afectando directamente al sector industrial del país. China es una de las principales amenazas.

A5: Constantes cambios tecnológicos

Una empresa que no tome en cuenta los cambios tecnológicos tiende a que el proceso se vuelva más obsoleto, perdiendo de esta manera competitividad. Un factor importante para la supervivencia de las empresas plásticas es contar con tecnología y maquinaria reciente (Acabado superficial, colores, dimensión), una empresa con maquinaria obsoleta eleva los costos de mantenimiento y el proceso de producción tiende a ser más lento, debido a la ineficiencia de la maquinaria.

Oportunidades

A continuación se presentan las oportunidades identificadas en el sector de productos plásticos:

O1: Presentación corporativa a nivel centroamericano

Permitiendo que se establezcan contactos comerciales, acuerdos sobre transferencias de tecnologías, alianzas estratégicas con el fin de mejorar la competitividad en las empresas plásticas.

O2: Tratados de Libre Comercio

Con los tratados de libre comercio estos favorecen al sector, ya que brindan la oportunidad de introducir sus productos a nuevos mercados y de esta forma abrir nuevos nichos a nivel internacional.

O3: Demanda de productos plásticos en el mercado

En los mercados locales existe una necesidad de productos plásticos; lo que le permite al sector ofrecer una diversificación de productos a los consumidores.

Una forma de presentar la demanda de dichos productos, es por medio de la aportación que el sector hace al PIB, en el periodo analizado de 1998-2004, presenta un aumento gradual, lo cual representa un aumento de la demanda

O4: Miembro de ASIPLASTIC

Facilita el acceso a contactos para entablar negociaciones, así como la inclusión a los programas y proyectos de la Asociación en las acciones formativas y de capacitación en las áreas gerenciales, técnicas, supervisión. Con el propósito de prepararse en una forma mas competitiva y enfrentarse a los desafíos del mercado.

Debilidades

A continuación se presentan las debilidades identificadas en el sector de productos plásticos:

D1: Desperdicios en materia prima

Los desperdicios de materia prima son ocasionados por distintos factores como fallas en las maquinarias, problemas en los diseños de los moldes y por desgaste de los mismos, ocasionando pérdidas e incremento en los costos.

D2: Falta de innovación de los productos

La base del éxito de una empresa es la capacidad de innovación que esta posea. Las necesidades son cambiantes, lo que obliga a que las empresas estén innovando constantemente.

Un proceso de innovación con éxito conduce a la empresa a un nivel mayor de satisfacción del cliente y una mayor rentabilidad de la empresa; tiene que estar focalizado en el mercado; que tome en cuenta las necesidades de los clientes, las actividades de la competencia y las tendencias del mercado.

Conclusión del análisis FODA

Al analizar el entorno del sector de productos plásticos, a través de la herramienta del análisis FODA, se identificaron los siguientes puntos críticos más relevantes del sector:

La pérdida de competitividad es el resultado de una cadena de fallas que se dan dentro del sistema productivo y organizativo de las empresas, entre las cuales se mencionan las siguientes: falta de innovación, la tecnología y la maquinaria utilizada, permitiendo que la competencia se posea en el mercado; es por ello que es necesario impulsar los programas de mejora continua con el objetivo de aprovechar al máximo las

oportunidades y hacerle frente a los retos existentes en la actualidad; como los Tratados de Libre Comercio que son un vínculo o un obstáculo para el desarrollo de las empresas, tecnificar al personal a través de las diferentes carreras impartidas por las diferentes instituciones.