

UNIVERSIDAD DR. JOSE MATIAS DELGADO
FACULTAD DE ECONOMIA "SANTIAGO I. BARBERENA"



**“GUÍA PARA LA EXPORTACIÓN DE LOROCO FRESCO DESDE EL
SALVADOR HACIA ESTADOS UNIDOS, CONTEMPLANDO LAS
POLITICAS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO, (TLC).”**

TESIS PROFESIONAL

PRESENTADO POR:

Iaudia Marcela Rubio Imbers
199900401

Morena Guadalupe Villatoro Varela.
199900126

ASESORA:

LICDA. ROSARIO DE BARRIERE.

**PARA OPTAR AL TITULO DE
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

SAN SALVADOR, 22 DE NOVIEMBRE DE 2004

INDICE

<u>CONTENIDO</u>	<u>PAGINA</u>
Introducción	i
<u>CAPITULO I</u>	
Antecedentes y situación actual	
1.0 Antecedentes del sector agrícola en El Salvador.	1
2.0 Situación actual del sector agrícola en El Salvador.	3
3.0 Origen del cultivo del loroco.	6
4.0 Características generales de la especie.	7
5.0 Exportaciones de loroco en El Salvador.	9
5.1 Importancia de las exportaciones de loroco fresco. de El Salvador	12
<u>CAPITULO II</u>	
Marco teórico	
1.0 Generalidades del cultivo del loroco .	14
1.1 Clasificación de la especie.	15
1.2 Conceptualización.	15
1.3 Importancia de la guía para la exportación.	20
1.4 Ventajas de una guía para la exportación.	22
2.0 Exportaciones.	23
2.1 Concepto de exportaciones.	23
2.2 Clasificación de las exportaciones.	23
2.3 Tipos de exportaciones.	24

2.4 Importancia de las exportaciones.	25
2.4.1 Desarrollo de las exportaciones en El Salvador.	28
3.0 Instituciones y marco regulatorio en apoyo al desarrollo de las exportaciones.	29
3.1 Ministerio de de Agricultura y Ganadería (MAG).	29
3.2 Ministerio de Economía (MINEC).	30
3.2.1 Programas desarrollados por el MINEC.	31
3.2.1.1 Ley de Reactivación de las Exportaciones.	31
3.2.1.2 Fomento a las exportaciones (FOEX).	32
3.2.1.3 Trade Point El Salvador.	33
3.2.1.4 Fondo de Asistencia Técnica (FAT).	34
3.3 Centro de Trámites de Exportaciones de El Salvador (CENTREX).	35
3.4 Ministerio de Relaciones Exteriores (RREE)	36
3.5 Tratado de Libre Comercio Centro America –Estados Unidos, su importancia para el desarrollo de las exportaciones.	38

CAPITULO III

Investigación de campo

1.0 Objetivos de la investigación.	43
1.1 Objetivos generales.	43
1.2 Objetivos específicos.	43
2.0 Hipótesis de la investigación.	44
2.1 Hipótesis general.	44

2.2 Hipótesis específicas.	44
3.0 Metodología de la investigación.	45
3.1 Población investigada.	45
3.2 Tamaño de la muestra.	45
3.3 Recolección de datos.	46
3.3.1 Análisis e interpretación de los resultados.	46
3.4 Tabulación de las encuestas dirigidas a los productores de loroco y análisis de los resultados.	48

CAPITULO IV

Conclusiones y recomendaciones

1.0 Conclusiones.	65
2.0 Recomendaciones.	68

CAPITULO V

Propuesta de la elaboración de una guía para la exportación de la elaboración de loroco fresco desde El Salvador hacia Estados Unidos.	71
--	----

BIBLIOGRAFIA.	107
----------------------	-----

ANEXOS.	112
----------------	-----

INTRODUCCION

Nos encontramos al amanecer de una nueva era, los rápidos cambios que se han dado en el mundo a finales del siglo pasado con transformaciones significativas en los modelos económicos, sociales y tecnológicos han propiciado el surgimiento de una nueva era, en la cual las diferentes naciones se están consolidando en la búsqueda de esfuerzos integracionistas que mejoren su desequilibrio comercial y social, dentro de la nueva filosofía de globalización y de libre mercado.

De esta forma, se emplazarán los inminentes desafíos de corto, mediano y largo plazo, que posibiliten la inserción de las economías débiles en las economías fuertes, a través de una completa apertura de mercado, fomentando el intercambio comercial y social, especialmente con el intercambio de bienes y servicios.

Para la mayoría de los países, la agricultura es uno de los motores principales del desarrollo económico, debido a su gran aporte al Producto Interno Bruto, además es una fuente importante de ingresos y de generación de empleo para la población, especialmente en el área rural.

Por lo anterior, el sector agrícola es una de las bases importantes para el crecimiento económico de El Salvador; es por ello, que es importante promover

su conservación y desarrollo en una forma sostenible, específicamente en la diversificación en las exportaciones no tradicionales.

En el marco de la difícil situación que ha vivido el sector agrícola en El Salvador y conscientes de la complejidad de los problemas que enfrenta actualmente el sector agrícola, el gobierno ha puesto un gran énfasis e importancia en incentivar la exportación de cultivos no tradicionales, entre los cuales se encuentra el “loroco fresco”.

El loroco es un cultivo no tradicional que representa una excelente alternativa para fomentar las exportaciones no tradicionales, para tener una fuente alternativa de generación de ingresos y empleo. Hasta hace algunos años se ha podido ver el interés de las personas de desarrollar este cultivo y poder ofrecerlo en el exterior.

Las negociaciones comerciales entre países, específicamente el TLC El Salvador - Estados Unidos, abrirá las posibilidades de aumentar significativamente las exportaciones no tradicionales, por los beneficios de libre acceso al país y de arancel cero, para así incentivar a los productores de este cultivo a exportar a Estados Unidos.

El propósito general de esta tesis profesional es brindar una herramienta de trabajo a los productores interesados en exportar el loroco fresco hacia Estados Unidos, para que conozcan los pasos, requerimientos y regulaciones que son requeridos para realizar una operación de exportación.

Se ha considerado de gran beneficio el haberse apoyado en una buena bibliografía, combinado con las encuestas realizadas a los productores de loroco, entrevistas con diferentes instituciones gubernamentales y no gubernamentales más representativas del sector agrícola a nivel nacional.

El primer capítulo comprende los antecedentes y la situación actual de la agricultura, así como también los antecedentes históricos del cultivo del loroco, haciendo mención de sus orígenes en El Salvador y de sus principales características, y a la vez la evolución de las exportaciones de dicho cultivo y su importancia para el desarrollo del país.

En el segundo capítulo, como parte del marco teórico de la investigación, se ofrece una óptica integral sobre los conceptos del cultivo del loroco y aspectos básicos que abarcan la realización de una guía para la exportación, haciendo mención de los aspectos legales e instituciones involucradas en el proceso de exportación.

El tercer capítulo comprende la metodología de la investigación que se apoyará en los objetivos e hipótesis, como un esfuerzo para orientar en forma adecuada el trabajo de investigación.

El cuarto capítulo establece las conclusiones y recomendaciones de la investigación de campo, como resultado de la investigación bibliográfica y de campo que se efectuó.

Finalmente, como objetivo general en el capítulo cinco, se presenta el diseño y desarrollo de una guía para la exportación de loroco fresco desde El Salvador hacia Estados Unidos.

CAPITULO I

ANTECEDENTES Y SITUACION ACTUAL.

1.0 ANTECEDENTES DEL SECTOR AGRÍCOLA EN EL SALVADOR.

Tradicionalmente El Salvador, ha sido un país dedicado a la agricultura. La agricultura ha servido, para el sustento de la población, para la generación de fuentes de trabajo, así como para la obtención de divisas a través de la exportación de algunos de sus productos.

A través de la historia, el agro ha desempeñado un papel fundamental en la economía del país. Las exportaciones de productos agrícolas (café, algodón, caña de azúcar) han sido una fuente importante de ingreso, principalmente en el área rural, contribuyendo en gran medida al PIB de la nación.

El maíz, el arroz, el frijol y el maicillo o sorgo se han cultivado para la alimentación de los habitantes, mientras que el café, el algodón y la caña de azúcar son productos que han sido orientados a la exportación y también al sustento de la familia salvadoreña.

Hasta 1980 fue el café el principal producto de exportación de El Salvador, al cual se le consideró base del desarrollo económico del país. En esos años, el café contribuyó a un increíble auge económico. El 95%¹ de la economía dependía del café, que a la vez, se cotizaba a muy buenos precios en mercados internacionales.

El cultivo de café experimentó un aumento significativo durante los años 70, contando inicialmente con 210,265 manzanas de cultivo alcanzando las 256,695 manzanas a finales de los 70`s.

Un indicador importante de considerar es la producción de café como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB), el cual representó en los años 70 el 5.1% y para el año 1994 se observó un decrecimiento del 2.3%². Esto indicó una disminución de la participación del café como rubro importante del PIB de El Salvador.

Debido a la significativa reducción de las exportaciones de café que se presentaron en los últimos años, se han experimentado productos agrícolas alternativos que de alguna manera compensan esa significativa disminución. Entre los productos que se impulsaron están los cultivos no tradicionales, que ayudaron en gran medida a sustituir divisas ya no generadas por el café.

¹ Fuente: Banco Central de Reserva.

² Fuente: Ministerio de Economía de El Salvador.

A raíz del conflicto armado y aun después de los acuerdos de paz, los gobiernos no han logrado concretizar en su totalidad el desarrollo del sector agrícola en una forma sostenible, específicamente en las exportaciones, para no sólo depender de los productos tradicionales. El sector agrícola sigue siendo uno de los motores principales para la generación de fuentes de empleo de la población salvadoreña.

2.0 SITUACION ACTUAL DEL SECTOR AGRICOLA EN EL SALVADOR.

A pesar de lo difícil que sido desarrollar una visión sostenible del agro El Salvador sigue siendo un país agrícola. El gobierno actual está impulsando programas de reactivación y de promoción de productos no tradicionales.

También, es importante mencionar la pequeña participación del subsector de hortalizas (el güisquil, la remolacha, el loroco, la berenjena, la lechuga, el apio, el tomate, el chile verde, el cilantro, el pipian entre otros productos.), debido a la baja tecnología existente y la falta de sistemas de riego.

La producción de hortalizas sería muy importante dentro de una política de desarrollo para el sector. Esto se debe que las hortalizas son cultivos intensivos que generan empleo todo el año y no como los productos tradicionales que sólo son cultivos de temporada.

En los años 2001-2003 el sector agropecuario salvadoreño representó un porcentaje muy significativo de participación en la actividad económica nacional. Este se detalla a continuación:

Sector Agrícola	% de Participación
Producción Primaria	13%
Agroindustria	10%
Empleos Nacionales	28%
Empleo Rural	48%
Comercio Rural	20%

Fuente: Ministerio de Economía de El Salvador

Durante el año 2003 se observó una participación más amplia de este sector en la economía, aportando al Producto Interno Bruto (PIB), el 9.5% de un total de \$13.14 millones³.

Para el período comprendido de enero a junio del 2003, las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales crecieron en un 3.2%. Asimismo, las exportaciones de productos no tradicionales, tuvieron un favorable desempeño para el primer semestre del 2003, mostrando un incremento del 2.3% en relación al mismo período del año anterior.

³ Fuente: Banco Central de Reserva.

Hoy en día, las políticas del sector agropecuario se orientan a incentivar la diversificación de productos agrícolas en todo el país, promocionando exportación de cultivos no tradicionales los cuales representan nuevas alternativas de generación de divisas y empleo.

Actualmente el gobierno está desempeñando un papel importante en la reactivación de este sector. Aun más están redefiniendo diferentes áreas como:

- Formación del recurso humano
- Nuevas fuentes de financiamiento
- Asociatividad productora y comercializadora.

Uno de los principales apoyos de reactivación económica que esta desarrollando el gobierno de El Salvador es la posible ratificación del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, expandiendo las posibilidades de:

- Aumentar significativamente las exportaciones a ese país.
- Incrementar la generación de empleo.
- Expandir la oferta agrícola.
- Atraer un mayor número de inversionistas extranjeros.
- Mejorar la disponibilidad de insumos agrícolas.

Uno de los sectores más beneficiados con la posible ratificación del TLC-Centro América-Estados Unidos, podría ser el sector agropecuario. Este

tratado brindará oportunidades a los productos étnicos, entre ellos el loroco, para que pueda ratificarse el ingreso al mercado americano, con arancel cero. Esto, por ende, motivará a los productores de este cultivo a exportar hacia Estados Unidos.

Durante los últimos años, se ha aumentado el interés de cultivar y exportar nuevos productos y ofrecerlos en el exterior, especialmente en Estados Unidos donde viven aproximadamente dos millones⁴ de salvadoreños. Los cuales se encuentran concentrados principalmente en las ciudades de Los Angeles, San Francisco, Washington, Nueva York y Houston.

En la actualidad se incentiva la diversificación de cultivos no tradicionales, entre ellos el loroco fresco. Este producto representa una excelente alternativa de incrementar las exportaciones no tradicionales, lo que generaría ingresos de divisas y creación de nuevas fuentes de trabajo.

3.0 EL ORIGEN DEL CULTIVO DEL LOROCO.

El loroco es una planta de gran arraigo a nuestra cultura. Nuestros antepasados la conocían con el nombre de “Quilite”, nombre con el que también se le conoce actualmente en algunos lugares del país. Esta palabra significa en nahuatl “Cohollo” y en castellano “Hierba comestible”⁵.

⁴ Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores.

⁵ Fuente: Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal.

En la época precolombina, la civilización Maya fue la primera en desarrollar la agricultura, descubriendo muchos productos para su subsistencia, entre ellos el loroco. Este producto lo cultivaban en huertos familiares, donde se utilizaban para usos comestibles, sin nunca comercializarlo.

El loroco se cultivaba únicamente en Centro América en países como:

- El Salvador
- Guatemala
- Honduras
- Pequeñas siembras en Costa Rica, en la zona de Guanacaste.

Esta planta silvestre está asociada a la selva baja caducifolia y mediana sub.-caducifolia. En nuestro país, se distribuye desde el nivel del mar hasta los 1600 metros sobre el nivel del mar (msnm), especialmente en la zona central y occidental del país.

4.0 CARACTERISTICAS GENERALES DE LA ESPECIE.

Nombre Común: LOROCO, QUILITE

Nombre Científico: Fernaldia Pandurata (Woodson)

El loroco es una flor comestible, exótica y aromática, nativa de Centro América, a la que se le atribuyen propiedades afrodisíacas y que se utiliza en la preparación de diferentes comidas.

El loroco presenta un alto contenido nutricional, el cual se detalla a continuación:

CONTENDIO NUTRICIONAL DEL LOROCO	
POR CADA 100GRS. DE FLORES	
Muestra	Contenido
Valor energético	32 Cal.
Humedad	89.20 gramos
Proteínas	2.6 gramos
Grasa	0.2 gramos
H de C	1.4 gramos
Fibra	1.4 gramos
Cenizas	1.2 gramos
Calcio	58 gramos
Fósforo	46 miligramos
Hierro	1.1 miligramos
Vitamina A	
activada	55 miligramos
Tiamina	0.64 miligramos
Riboflavina	0.11 miligramos
Niacina	2.3 miligramos
Ácido ascórbico	12 miligramos

Fuente: Guía técnica del cultivo del loroco.

Los agricultores ven en este pequeño capullo de flor un buen futuro económico por su perspectiva de desarrollo tanto en el mercado local como en el exterior.

El loroco es actualmente de gran relevancia en el sector agrícola. Diversos agricultores de diferentes zonas del país han sustituido la siembra del maíz y de maicillo por la del loroco. La siembra de este cultivo se puede mantener durante todo el año, utilizando un adecuado sistema de riego.

Las principales zonas donde se encuentra la mayor concentración de este cultivo son:

ZONAS	DEPARTAMENTO	LUGAR
Paracentral	La Libertad	Zapotitàn
Occidental	Sonsonate	Caluco
	Santa Ana	Chalchuapa
	Santa Ana	Metapán
	Sonsonate	Juayúa
Central	La Paz	Hacienda Santa Clara
	Chalatenago	La Laguna, Nueva Concepción y Cereto.
Oriental	Usulután	Puerto Parada

Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería, División Agrícola.

5.0 EXPORTACIONES DE LORO CO EN EL SALVADOR.

Las exportaciones de loroco se iniciaron en el año 1991, registrándose 3,163.00 Kg, con un valor monetario de \$5,464.00⁶. Dichas exportaciones eran trianguladas por Guatemala, siendo este país, el que realizaba la exportación hacia Estados Unidos.

⁶ Fuente: Anuario de estadísticas agropecuaria, año 2002- 2003, MAG, Dirección General de Economía Agropecuaria.

Para ese período, El Salvador no contaba con la información suficiente, ni con la cantidad necesaria de producto para abastecer la demanda externa y realizar la operación. Así mismo, no se contaba con políticas de apoyo para que se fortaleciera el crecimiento del cultivo y las exportaciones.

La única forma de exportar el producto, objeto de estudio, era congelado. Esto se debía a que el gobierno de Estados Unidos no permitía el ingreso de loroco fresco, ya que podría contener plagas o residuos contaminantes. Es por ello, que El Salvador inició en el año 2001, las negociaciones preliminares para obtener el permiso de admisibilidad de loroco fresco.

En el año 2000 se realizó la primera exportación de este producto hacia Estados Unidos registrando cantidades aproximadas de 38,483.00 kilogramos (KG).⁷ (Anexo 1)

Durante el 2001 las exportaciones tomaron un mayor auge, debido a que los productores se fueron especializando en el manejo de la producción y adquiriendo mayor tecnología para brindar productos de calidad a los consumidores y poder acceder a los mercados internacionales.

A raíz del mencionado auge, surgió la necesidad de asociarse en pequeños grupos de productores de loroco, con la gran aspiración de ofrecer un producto salvadoreño al mercado americano. En coordinación con el

⁷ Fuente: Anuario de Estadísticas Agropecuarias 2002-2003

Ministerio de Agricultura y Ganadería se constituyó legalmente la Asociación de Productores de Loroco de El Salvador (APLORES).

En el periodo 2001-2002 las exportaciones aumentaron significativamente. Sin embargo, las empresas que desean exportar sus productos se enfrentan con la situación que no encuentran información sobre la forma de cómo exportar o a qué instituciones recurrir para que le proporcionen una información precisa y una asesoría adecuada para la exportación de su producto. (Anexo 2)

El 25 de julio del 2003, El Salvador logró la admisibilidad para exportar loroco fresco a los Estados Unidos. Esto representa una ventaja favorable para las empresas exportadoras. Asimismo, se introduce una nueva presentación al mercado meta.

En la investigación de campo se determinó que las empresas o pequeños productores que actualmente exportan este producto (enlatado, congelado y curtido) hacia Estados Unidos, lo hacen de manera individual y no por medio de la Asociación de Productores de Loroco de El Salvador (APLORES). Es por ello, que consideramos que este trabajo podría ayudar a los productores de loroco fresco a exportar hacia los Estados Unidos.

5.1 IMPORTANCIA DE LAS EXPORTACIONES DE LOROCO FRESCO DE EL SALVADOR.

El loroco es un cultivo no tradicional que representa un fuerte potencial en el mercado salvadoreño que vive en Estados Unidos y en otros países que gustan de productos exóticos en su cocina. Actualmente en Estados Unidos existe una firme demanda potencial de 2.6 ton⁸ de loroco fresco.

Con el Tratado de Libre Comercio que se negocia a nivel centroamericano con los Estados Unidos, se abrirán posibilidades de negocios, apoyo a la agroindustria y habrán mayores incentivos para impulsar la reactivación agroempresarial del país.

Las negociaciones del TLC generarán condiciones más favorables para la comercialización de los productos étnicos, logrando incentivar el aumento en las áreas de cultivo de loroco y motivando a los productores agrícolas que no cultivan este producto, para incursionar en la producción y comercialización de una manera competitiva.

Las exportaciones de loroco permitirán aumentar nuestra oferta exportable, generando valor agregado a la agroindustria y cumpliendo con las exigencias fitosanitarias que imponga la normativa exigida por el FDA en Estados Unidos.

⁸ Estudio de mercadeo realizado por FINTRAC – IDEA, año 2003.

La producción de loroco es un cultivo importante para El Salvador debido a que es altamente rentable, genera empleo, y diversifica la oferta agrícola exportable, por lo que se espera que productores y empresas comercializadoras se interesen en el desarrollo de este producto.

CAPITULO II

MARCO TEORICO.

1.0 GENERALIDADES DEL CULTIVO DEL LOROCO.

El loroco (*Fernaldia Pandurata*, Woodson)⁹ es un cultivo étnico que hace algunos años solo se encontraba en forma silvestre o cultivado en huertos familiares por amas de casa y pequeños agricultores, sin técnicas avanzadas del manejo de dicho cultivo, casi se cultivaba por costumbre y no se consideraba su valor nutritivo, comercial y sus múltiples usos.

El loroco se da en la Selva Baja Caducifolia, de donde la colectaban las tribus locales. El nombre que le aplicaban era el de “Quilite”, que significa “cohojo”, que significa hierba comestible. Los indígenas salvadoreños, a cualquier cultivo cuyas flores no fueran conspicuas y que obtuvieran colores atractivos (rojo, amarillo) las llamaban por el nombre de “Quilite” (Flores, 1977).

⁹ Fuente: Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y forestal.

1.1 CLASIFICACION DE LA ESPECIE

Clase	Magnoliatae
Sub-Clase	Asteriade
Orden	Gentianales
Familia	Apocynaceae
Tribu	Echitoideae
Género	Fernaldia
Especie.	Pandurata

Fuente: CENTA (Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria).

1.2 CONCEPTUALIZACION

Con el objetivo de proporcionar un mayor entendimiento en la lectura del presente documento, se han seleccionado los conceptos que permitirán la comprensión de los propósitos perseguidos, los cuales se definen de la siguiente manera:

a) GUÍA:

Es un conjunto de pasos lógicamente ordenados que permite al usuario establecer procedimientos que deben seguir para alcanzar un objetivo de una manera fácil y precisa.

b) GUIA DE EXPORTACIÓN:

La guía de exportación es un documento que contiene la información básica para guiar al empresario hacia la exportación de sus productos y servicios, dándole a conocer los procesos necesarios para acceder a un mercado y exportar su producto.

c) PRODUCCION AGRICOLA:

Es el rendimiento total de un cultivo obtenido por las actividades del productor. La producción agrícola tiene diferentes fases, estas fases, incluyen todos los aspectos de producción de una planta hasta el momento de la venta. La fase de producción puede durar desde unos meses hasta varios años dependiendo de la especie.

d) PRODUCTO:

El producto es el objeto del mercado, la fuente de satisfacción de las necesidades de los compradores. Para que el producto sea aceptado en los mercados mundiales, debe contar con niveles de calidad, ser atractivo a los clientes y cumplir con los requisitos exigidos por los mercados desde el punto de vista reglamentario hasta sus aspectos técnicos.

e) CALIDAD:

La Calidad es el conjunto de aspectos y características de un bien o servicio que determina la capacidad de sobrepasar las necesidades de las personas.

f) PRECIO:

Es la cantidad de dinero y/o otros artículos con la utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto. El precio es un factor significativo en la economía, en la mente del consumidor y en las empresas individuales.

g) PROMOCION:

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir, y recordarles al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

h) EMBALAJE:

El embalaje tiene la función de proteger el envase del producto a lo largo de la operación de exportación. Además es utilizado para el manejo y almacenamiento de la mercadería. Al mismo tiempo, permite la fácil movilización de la carga en el interior de la bodega, así como también, en el momento de realizar la embarcación. En el embalaje se debe detallar el nombre y dirección del exportador y consignatario o importador, basándose en las normas internacionales.

i) ENVASE:

El envase de un producto, es el envoltorio inmediato, proporcionándole la imagen en el que se refleja la marca, el producto, su contenido y la empresa encargada de su fabricación. Por su importancia, este debe ser atractivo al consumidor.

j) MARCA

La marca es el nombre asociado a uno o más artículos en la línea de productos. La marca se utiliza para identificar el producto de un vendedor o grupo de vendedores, para diferenciarlos de los productos rivales. La marca esta compuesta por palabras, letras o números que puede ser fáciles de recordar y vocalizar.

k) ETIQUETADO:

La etiqueta describe las características del producto. Además, promueve al producto por medio de diseños atractivos. La etiqueta puede ser muy sencilla, adheridas a los productos, complejas gráficas que son parte del envase. Como mínimo debe presentarse en dos idiomas, especificando el idioma del país de origen y el país comercializador.

l) TRASPORTE AEREO:

Este es el medio de transporte más utilizado por su rapidez para productos perecederos, permitiendo que el producto llegue en óptimas condiciones a un mercado determinado.

m) CERTIFICADO DE ORIGEN:

Este documento es utilizado para dar fé del origen del producto que se exportará hacia otros mercados que así lo exigen. Se utiliza para dar testimonio de la fabricación, el cultivo, el nacimiento o extracción del producto en El Salvador.

n) CERTIFICADO FITOSANITARIO:

Es el documento extendido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería. Este es requerido para la exportación de productos de origen vegetal y animal, en el cual se detalla si el producto a exportar no contiene ninguna plaga ni residuos tóxicos o enfermedades.

o) ARANCEL:

El arancel es un impuesto que grava la entrada (importación) de productos extranjeros.

p) INCOTERMS:

Los INCOTREMS son términos comerciales utilizados en el intercambio, que establecen las responsabilidades de importación y exportación dentro del comercio internacional.

q) CANALES DE DISTRIBUCION:

Los canales de distribución son un conjunto de personas o empresas que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto, a medida pase desde el fabricante al consumidor final o usuario final.

1.3 IMPORTANCIA DE UNA GUIA PARA LA EXPORTACION.

La importancia de una guía para la exportación radica en que en ella se establece el ordenamiento lógico de toda la gestión y proceso. La guía proporciona al usuario una visión clara a seguir para realizar una exportación y proporciona el significado de cada uno de los elementos necesarios para realizar la operación de exportación.

Una guía para la exportación facilita el conocimiento de cada una de las etapas involucradas dentro del proceso exportador orientando en la preparación de la información y documentación necesaria, de forma ordenada y estructurada.

También la guía facilita la labor a los responsables de la operación para que se conozca la información y documentación, a fin que la exportación se logre con éxito hasta su destino final, con la razonable seguridad de haber incluido los principales elementos que se requieren.

La guía puede usarse con flexibilidad y sentido práctico, sirviendo de apoyo e información a todas las personas involucradas en dicha operación.

Como instrumento de trabajo, proporciona tres tipos de herramientas:

- En sus apartados se plantean los pasos importantes que suelen tratarse al llevar a cabo una operación de exportación, con el propósito de aclarar como deben presentarse los requisitos y procedimientos para exportar el producto.
- Las instituciones involucradas en una operación de exportación indican de manera directa y operativa el tipo de información requerida para lograr el objetivo.
- La lista final con toda la información recopilada, es decir todo lo que ha de contener el documento para facilitar el proceso de exportación del producto.

1.3 VENTAJAS DE UNA GUIA PARA LA EXPORTACION.

Una ventaja muy importante de la guía para la exportación es que permite reflexionar al empresario sobre la propia situación de su empresa y sobre su posición frente a la opción de exportar: si es exportable su producto; si existe un mercado potencial y si puede adaptar su producto a ese mercado potencial.

Además es una fuente de consulta para productores, industriales, exportadores, comercializadores, investigadores y en general, a todo el público interesado en conocer, las opciones y los requisitos para llegar a los mercados internacionales.

También es un instrumento de consulta práctica y sencilla, una herramienta útil y actualizada que orienta en la preparación de la información y documentación necesaria, de forma ordenada y estructurada.

Otra de las ventajas principales que proporciona una guía de exportación, es que le permite al usuario conocer de manera detallada el orden lógico de los pasos necesarios para exportar el producto desde que se cultiva hasta que es colocado en los mercados exteriores.

2.0 EXPORTACIONES

2.1 CONCEPTO DE EXPORTACIONES

“Las exportaciones son operaciones de comercio exterior que supone la salida de un territorio aduanero, con carácter temporal o definitivo, con destino final o no a otro territorio aduanero, de mercancías, servicios o capitales contra el pago de su valor en divisas, compensación o sin divisas ni compensación”¹⁰.

2.2 CLASIFICACION DE LAS EXPORTACIONES.

Las exportaciones se dividen en:

De acuerdo a su operatividad:

- Exportaciones temporales son las que se realizan para participar en ferias, exportaciones en consignación y mercancías que no se pueden reparar en el país.
- Exportaciones definitivas cuando es la venta del producto hacia los mercados exteriores.

De acuerdo a su contenido:

- Prohibidas: que son productos que atentan contra la seguridad nacional, contra el patrimonio cultural, flora y fauna silvestre nacional.

¹⁰ Marvin Edgardo Castillo, Como exportar desde El Salvador, UCA Editores, 2001

- Restringidas: para exportar estos productos se necesitan autorizaciones previas.
- Libres: para exportar estos productos no se necesita ningún tipo de autorización previa.

2.3 TIPOS DE EXPORTACIONES.

Existen diferentes tipos de exportación en el comercio exterior, las más utilizadas en El Salvador se detallan a continuación:

- **EXPORTACION CORRIENTE:** Son las exportaciones cuya venta se hace en forma definitiva, de productos cultivados o elaborados en un 100% en el país de origen o con un alto componente de valor agregado nacional. Aquí se requiere el producto, según su naturaleza y el país de destino del mismo.
- **EXPORTACION TEMPORAL:** Se entiende por exportación temporal, los bienes que salen del país por un tiempo limitado, con la obligación de retornarlos al término del plazo estipulado. Estos pueden ser: maquinaria, repuestos para su reparación, envases vacíos, etc.
- **REEXPORTACION:** Es la exportación de bienes previamente importados y que tendrán como destino otro país, pudiendo ser el país del cual se importó, pero que el bien se remite a una persona o empresa diferente del proveedor original o resolución del Ministerio de Hacienda y de Trabajo para la reexportación de bienes de capital.

- **EXPORTACION SIN VALOR COMERCIAL:** Se entenderá como el envío de bienes para donaciones, tales como: muestras, bonificaciones, publicidad, etc.

2.4 IMPORTANCIA DE LAS EXPORTACIONES.

Las exportaciones hacen crecer económicamente a los países, ya que permite aumentar las divisas, generar empleo, mejorar la utilización de los recursos naturales, incrementar el desarrollo tecnológico, entre otros. Por esto los gobiernos se interesan en aumentar el volumen de las exportaciones y diversificar los productos y los mercados, dentro de las posibilidades que permite la globalización.

Desde el inicio del comercio mundial, las exportaciones han dado lugar a que los países se especialicen en la producción y elaboración de determinados productos, para los cuales tienen los recursos y las ventajas comparativas. No es, pues, casual que, hasta la fecha, la mayor parte de países en desarrollo se dediquen a producir y exportar bienes agrícolas y materias primas y a recibir en concepto de importaciones, maquinaria, bienes intermedios, manufactura, etc, los cuales no pueden ser producidos por ellos, dado su nivel de desarrollo industrial.

a. Ventajas de las exportaciones.

Un país crece económicamente al exportar, lo que implica una mejora en el nivel de vida de sus habitantes, sobre todo cuando las exportaciones sobrepasan las importaciones. Por eso los gobiernos se interesan en que se incremente el volumen de las exportaciones, las cuales posibilitan el aumentar las divisas, generar empleos, mejorar la utilización de los recursos naturales, incrementar el desarrollo tecnológico y otros beneficios.

Por consiguiente, los gobiernos, dado su interés en incrementar sustancialmente los ingresos en el rubro de las exportaciones, facilitan, en la medida de sus posibilidades la labor del sector empresarial, apoyándolo con programas que le permitan conocer e investigar los mercados y la participación en ferias internacionales entre otros.

b. Ventajas de las exportaciones a nivel de empresa.

Indudablemente son las empresas exportadoras las que se benefician directamente del desarrollo de la actividad de exportación, además de sus ventas locales, les permiten crecer y expandirse.

Múltiples son los beneficios que obtienen las empresas al exportar: incrementan y amplían sus mercados. Asimismo, la rentabilidad se ve favorecida debido a la disminución de los costos en razón de los incrementos de los volúmenes de producción. También las exportaciones

desarrollan la capacidad gerencial en el campo de las negociaciones, mejorar la imagen a nivel local, lo cual les abre las puertas de cara al sector gubernamental y bancario en cuanto a incentivos, líneas de crédito y pueden vender los productos en el exterior cuando la demanda interna es bastante baja.

El éxito y beneficio, nunca será igual en ninguna empresa, pues ello depende del nivel de las exportaciones que alcancen a consecuencia de su tamaño, las metas establecidas, los recursos disponibles y, sobre todo, la capacidad gerencial en la materia de comercio internacional. Por ello, es fundamental, que antes de iniciar un proyecto de exportación se haga un análisis estratégico sobre su situación interna, que le permitirá tanto establecer las fortalezas con las que cuenta, como definir las oportunidades que se le presentan. Esto es, que puede planificar y ejecutar un plan de negocio acorde con las condiciones que encuentre.

2.4.1 DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES EN EL SALVADOR.

(1999-2003)

EXPORTACIONES DE EL SALVADOR					
MILLONES DE US \$ (VALOR FOB)					
	1999	2000	2001	2002	2003
EXPORTACIONES DE FOB	2,510	2,941	2,864	2,996	3,136
Tradicional	307	354	205	161	163
Café	245	298	115	107	105
Azúcar	37	40	70	44	47
Camarón	25	16	20	9	11
No Tradicional	869	978	1,009	1,077	1,092
Centroamérica	637	736	721	740	746
Resto del Mundo	233	242	288	338	346
Maquila	1,333	1,609	1,650	1,758	1,881

Fuente: Banco Central de Reserva

Es importante destacar la disminución en la participación del sector agrícola en la balanza comercial de nuestro país, en el cuadro presentado anteriormente, se detalla la evolución que han experimentado las exportaciones de productos tradicionales como de los no tradicionales en los últimos años.

Se observó que las exportaciones de productos tradicionales han ido disminuyendo representando cantidades menores año con año, esto se debe a la crisis económica que experimentó a nivel mundial el sector cafetalero, debido a la reducción de los precios internacionales.

Lo anterior ha generado que se incentiven otros cultivos no tradicionales, estos han aumentado sus exportaciones a países como Centro América, así como también hacia Estados Unidos y otros mercados. Estos productos no tradicionales representan ventajas favorables para El Salvador, ya que el diversificar las exportaciones de productos agrícolas con cultivos que se puedan mantener durante todo el año, garantiza un constante ingreso de divisas y generación de empleo.

3.0 INSTITUCIONES Y MARCO REGULATORIO EN APOYO AL DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES.

3.1 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA DE EL SALVADOR. (MAG)

Esta institución juega un papel muy importante en el desarrollo de las exportaciones. Como función principal tiene la formulación, dirección y el control de vigilar la política de desarrollo del sector agropecuario. También como la evaluación del impacto de su aplicación, y la repercusión de las políticas macroeconómicas en el sector.

Este ministerio es el encargado de divulgar información relacionada al sector agropecuario, bajo la perspectiva económica, de manera que permita otra alternativa para conocer el comportamiento de las variables económicas y su incidencia en la producción primaria, agroindustrial y comercialización de productos agropecuarios.

El MAG cuenta con una división encargada principalmente de apoyar y orientar a los productores que estén interesados en comercializar sus productos en el mercado nacional como en el internacional denominada AGRONEGOCIOS. La función principal es dar a conocer y orientar a los productores, las diferentes opciones de producción y de comercialización de sus productos en mercados nacionales e internacionales, incluyendo la información de demandas u ofertas de productos, la participación en ferias, misiones comerciales y eventos especializados que les permita dar a conocer sus productos a otras empresas.

3.2 MINISTERIO DE ECONOMIA DE EL SALVADOR (MINEC)

Esta institución es la encargada de propiciar y apoyar el desarrollo económico y social diseñando políticas económicas en conjunto con el sector privado. Al mismo tiempo, vela por la emisión de normas que favorezcan un adecuado funcionamiento del mercado, la eliminación de obstáculos a la actividad productiva, el fomento de la competitividad, la atracción y promoción de inversiones. También promueve el fomento de las

exportaciones, el impulso de la actividad empresarial, el liderazgo en las negociaciones internacionales y la apertura de mercados que aumenten la generación de empleos; considerando las nuevas formas de comercio internacional.

3.2.1 PROGRAMAS DESARROLLADOS POR EL MINISTERIO DE ECONOMIA.

Existen varios programas los cuales están orientados al desarrollo de nuevos mercados internacionales y permiten que El Salvador tenga una participación activa en el comercio internacional, entre los cuales se enuncian los siguientes:

3.2.1.1 LEY DE REACTIVACION A LAS EXPORTACIONES

El gobierno de El Salvador con el apoyo del Ministerio de Economía creó la Ley Reactivación a las Exportaciones que es un mecanismo que permite la utilización adecuada de los recursos con el propósito de poder alcanzar el desarrollo económico, un adecuado nivel de empleo y la promoción del bienestar social.

Como objetivo principal de esta ley se encuentra el promover la exportación de bienes y servicios fuera del área centroamericana, por medio de instrumentos adecuados, que permitan a los titulares de empresas

exportadoras, la eliminación gradual del sesgo antiexportador, generado por la estructura de protección a la industria de sustitución de importaciones. Las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras que exporten bienes y servicios fuera del área centroamericana, gozan de los beneficios de esta ley.

Esta ley presenta múltiples beneficios para los exportadores a) devolución del 6% del valor FOB (free on Board)¹¹ de las exportaciones no tradicionales fuera del área centroamericana, cuyo valor haya sido ingresado al mercado cambiario, b) las exportaciones están afectos a una tasa cero por ciento del Impuesto al Valor Agregado (IVA) es decir que estas no pagan IVA en el país de origen.

3.2.1.2 FOMENTO A LAS EXPORTACIONES (FOEX)

Es un programa de apoyo que fue creado por el Ministerio de Economía con el apoyo del Banco Mundial y a través del Programa Nacional de Competitividad, teniendo como propósito principal de incentivar las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas exportadoras y/o con potencial de exportación. A este programa se le asignan recursos financieros no reembolsables para la ejecución de proyectos individuales y asociativos en el área de exportaciones.

¹¹ Valor FOB: Es el precio del producto que el vendedor asigna, tomando en consideración los costos hasta el puerto de embarque.

Pueden optar a este fondo todo tipo de empresas, personas jurídicas, del sector privado nacional, dedicadas a la producción de bienes o servicios, o grupos asociativos constituidos a lo menos por 4 empresas de iguales características, cuyas ventas anuales sean mayores a USA \$68,571 y menos a USA \$ 3 millones y empresas que cuenten con rango de trabajadores de 10 a 100.

Entre las principales actividades financiadas por el FOEX están la investigación de mercados que incluye actividades como la identificación y definición de las necesidades de los clientes potenciales, segmentos de mercados, análisis de las competencias, así como de los precios y condiciones de ingresos en los nuevos mercados. De igual manera en la participación en ferias comerciales (alquileres de stand, su construcción y decoración, transporte de muestras y viajes), el envío de muestras, las capacitaciones del personal de la empresa en el proceso exportador.

3.2.1.3 TRADE POINT EL SALVADOR

Este programa nació dentro del Area Estratégica de Acción Desarrollo de Exportaciones, creando un centro de servicios de comercio exterior especializados que apoyado con un portal de acceso a redes mundiales, permite el intercambio de información, identificación de oportunidades de negocios y proyección internacional de las empresas participantes,

permitiendo a las personas y empresas exportadoras lograr una mayor facilidad en el proceso de exportación.

Este centro es el encargado de presentar información relacionada sobre las tendencias de mercado en un país, así como también información sobre estadísticas, reglamentos y procedimientos de importación, seguridad e higiene, empaque y etiquetado, contratos internacionales, ferias y exhibiciones, normas técnicas, canales de distribución, procedimientos de exportación, competidores y proveedores.

3.2.1.4 FONDO DE ASISTENCIA TECNICA (FAT)

Es uno de los programas desarrollados por iniciativa del Ministerio de Economía, a través de la Conamype. Este programa consiste en brindar una oportunidad a las empresas a recibir apoyo técnico permitiéndole tener una mejor administración en sus negocios, por consiguiente esto conlleva a un mayor nivel de ventas y ganancias.

Este programa persigue apoyar a los micros y pequeños empresarios con un aporte económico directo en los pagos de servicios de consultoría para la adquisición de técnicas modernas que les permita mejorar su actividad empresarial y sus procesos productivos.

El FAT ofrece cuatro líneas de operación, adecuándolas a cada necesidad de los empresarios. Para efectos de esta investigación solo se consideró el Fondo de Asistencia Técnica para las exportaciones. Este fondo consiste en proporcionar un aporte económico brindado por el gobierno a aquellas empresas con potencial exportador, para que puedan adquirir servicios de asistencia permitiendo lograr un fortalecimiento y competitividad en las exportaciones.

El FAT exportador presenta múltiples beneficios a las empresas, ya que les permite mejorar estándares de calidad de los productos, el conocimiento de nuevos mercados para colocar sus productos. También les facilita la información para participar en ferias y misiones comerciales en otros países.

Las personas que pueden aplicar a este fondo son aquellas que poseen una micro o pequeña empresa que por lo menos tenga seis meses de operación en el mercado, con ventas anuales que no superen \$685,719.29 y con un número de trabajadores inferior a 50 y por último poseer la capacidad de cancelar el 20% del total de la consultoría.

3.3 CENTRO DE TRAMITES DE EXPORTACION DE EL SALVADOR. (CENTREX)

Este centro forma parte del Banco Central de Reserva y fue creado con el propósito de apoyar la actividad exportadora del país brindando apoyo y

asesoría a los exportadores actuales y a los potenciales. Una de sus funciones es agilizar, simplificar y centralizar los trámites administrativos de las instituciones participantes en la actividad exportadora.

También brinda información a las personas interesadas en exportar sobre el papel que desempeñan las instituciones involucradas en la actividad exportadora, sobre los acuerdos y esquemas preferenciales de comercio relacionados con las exportaciones, con el objetivo de impulsar y participar en desarrollo de proyectos de comercio exterior.

Esta institución es la encargada de impulsar proyectos avanzados sobre gestiones de la emisión y autorización de los documentos que son requisitos indispensables y obligatorios para realizar exportaciones desde El Salvador hacia otros países, así como de la creación de sistemas de información que facilite las exportaciones.

3.4 MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE EL SALVADOR (RREE).

Esta institución es el ente encargada de realizar actividades de promoción económica del país y de defender sus intereses económicos en el exterior. A través de la promoción de los productos y servicios salvadoreños en los mercados internacionales para atraer inversión extranjera directa al país.

Dentro del Ministerio de Relaciones Exteriores se encuentra el Area de Dirección General de Promoción y Relaciones Económicas, encargada del desarrollo de actividades de promoción económica, por medio de la participación en foros y eventos de interés, la difusión de material promocional y la organización de visitas empresariales. También se encarga del seguimiento del ambiente económico internacional y defensa de los intereses nacionales, a través de la negociación de instrumentos económicos y la participación de foros y negociaciones comerciales multilaterales y de integración centroamericana. Además desarrolla análisis de información económica internacional y nacional para la preparación de estudios de perfiles de mercados y países.

Esta área es una de las encargadas de la planificación y organización de las ferias, misiones y encuentros empresariales, con el objetivo que las personas y empresas exportadoras exploren nuevos mercados o nichos de mercados en el exterior, para poder diversificar las oportunidades de negocio y promover una imagen favorable del país en el exterior. Al mismo tiempo cuentan con un directorio de exportadores, el cual ofrece una clasificación sectorial de las empresas salvadoreñas exportadoras.

3.5 TRATADO DE LIBRE COMERCIO CENTROAMERICA – ESTADOS UNIDOS, SU IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES.

Las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre Centro América y Estados Unidos se enmarca dentro de las múltiples negociaciones comerciales que ha realizado El Salvador, las cuales se iniciaron a principios del año 2003 y logrando obtener el acuerdo a finales del mismo año.

La negociación del TLC C.A. – EE.UU., abrirá las posibilidades para incrementar significativamente las exportaciones a ese país, generar miles de nuevos empleos y atraer un mayor número de inversionistas extranjeros. Por lo tanto, esto generará una expectativa favorable para que las personas y empresas se interesen en conocer, explorar y ofrecer productos más allá de nuestras fronteras.

Se ha considerado que será como un complemento de nuestra oferta exportadora, que ayudará a dinamizar y agilizar el intercambio comercial. Nuestras principales exportaciones a ese país: textiles, ropa, café, camarones, azúcar y el cada vez más dinámico rubro de los productos no tradicionales, tendrán un crecimiento importante, el cual adquirirá un mayor impulso una vez que esté vigente el TLC con dicha nación.

Una parte elemental de mencionar es la alta cantidad de salvadoreños residentes en Estados Unidos que constituyen un sector importante en la relación comercial entre ambas naciones. Existe un mercado potencial fuerte de consumo de productos nacionales. Algunos productos que ya tienen gran demanda son: pupusas, loroco, quesos, refrescos preparados en polvo, dulce de panela, entre otros.

Con la posible ratificación del TLC, las oportunidades que se abrirán para nuestro país son enormes, pues se incrementarán nuestras exportaciones, por consiguiente la generación de nuevos empleos para desempeñar la nueva y adicional actividad exportadora que se tendrá.

Uno de los beneficios más importantes que se obtendrán es la eliminación de todos los pagos de aranceles a la exportación de productos entre sí y de eliminar toda medida que impida o dificulte el ingreso de productos al territorio de ambos países. Esto permitirá que los mercados se expandan a nivel internacional, estimulando la competitividad entre las empresas por ofrecer bienes y servicios de mejor calidad.

Entre los principales beneficios del la posible firma de un Tratado de Libre Comercio de Centroamérica con los Estados Unidos, están:

1. Acceso de los productos Centroamericanos al mercado más grande del mundo, es decir, a los Estados Unidos, con 280 millones de habitantes de alto poder adquisitivo.

2. Beneficios para muchos sectores con la posible firma de este tratado, dentro de los cuales se encuentra el sector agrícola.
3. Oportunidad de libre acceso al mercado de productos étnicos, entre ellos el loroco, ya sea fresco, congelado o enlatado.
4. Reactivación del sector agrícola, considerando que gran parte de los ingresos de El Salvador dependen de este sector.

Uno de los sectores que serán más beneficiados con la posible ratificación del TLC, es el no tradicional, ya que permitirá reactivar este sector e incentivar las exportaciones de productos étnicos, expandiendo nuestra oferta exportable para no solo depender de productos tradicionales de exportación. Entre los más importantes se destacan los siguientes:

- Que los Productos que hoy pagan impuesto como los contienen azúcar (empacados para venta al detalle), quesos étnicos, hortalizas frescas, frutas frescas, melón. Con el TLC no pagarán aranceles, es decir se les considerara un arancel “cero”
- Mecanismos para reducir el riesgo a obstáculos (Barreras no arancelarias)
- Fitozoosanitarios en fronteras, es decir se contará con establecimientos de representación de APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) para realizar las inspecciones de los productos que ingresaran al país.
- Libre acceso al mercado de productos étnicos. horchata, ajonjolí, loroco, queso, semita, quesadillas, tamales, pupusas, especias.

Con la posible ratificación de este tratado se abren nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo para El Salvador, incrementar la posibilidad de multiplicar los actuales niveles de intercambio comercial de bienes y servicios, al mismo tiempo se logrará la transferencia de tecnología y facilitará el ingreso de nuestros productos a mercados desarrollados, propiciando un aumento de las exportaciones, de la tasa de crecimiento de la economía y generando mayores oportunidades de empleo.

Este tratado establece disposiciones y regulaciones que deben cumplirse para ingresar los productos a los Estados Unidos, como lo son la previa autorización del FDA (Food and Drug Administration), institución encargada de regular tanto los alimentos importados como los nacionales, excepto las carnes y los huevos para reproducción. Asimismo, es la responsable de hacer cumplir las leyes de seguridad, incluyendo las normativas de importación y exportación.

Con el fin de lograr una mayor seguridad y control sobre lo que ingresa a los Estados Unidos, a consecuencia de los atentados del 11 de septiembre de 2001, se creó la ley del Bioterrorismo, la cual entró en vigencia el 12 de junio del año 2003. Esta ley incluye un número de disposiciones que contribuyen a preservar la seguridad de los EE.UU. frente al bioterrorismo. Lo que esta ley pretende es reformar los requerimientos que ya se contemplan dispersos en otras leyes de este país, pero con una diferencia: ahora la FDA tiene la jurisdicción y más recursos para ejercerla.

Entre otras iniciativas, se invierte con una nueva autoridad al Secretario de Sanidad y Servicios Humanos (SSH), que le permite actuar para proteger el suministro nacional de productos frente a la amenaza de una contaminación intencionada. El FDA, como brazo normativo del SSH, es responsable del desarrollo y la puesta en práctica de estas medidas de seguridad.

Entre las principales disposiciones que contempla esta ley se encuentran el registro de procesadores, empacadores, exportadores y distribuidores ante el FDA (entidad estadounidense encargada de aplicar la ley) y la notificación previa de envío de productos a ese país. La norma también prevé la detención administrativa de cualquier producto sobre el cual se tenga sospecha de contaminación y bioterrorismo, entendiéndose este último concepto como “la manipulación de alimentos con fines terroristas”.

La norma es obligatoria para bebidas, frutas y verduras, pescado y mariscos, lácteos, huevos para consumo, golosinas, productos crudos y enlatados, los cuales representan un 55% de las exportaciones nacionales que tienen como destino Estados Unidos. Con lo anterior lo que se pretende es lograr un mayor control sobre todos los productos de origen animal y vegetal que ingresen a este país.

CAPITULO III
INVESTIGACION DE CAMPO.

1.0 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

1.1 OBJETIVO GENERAL

Recopilación de toda la información necesaria que facilite la elaboración de una guía para la exportación de loroco fresco desde El Salvador hacia Estados Unidos, contemplando las políticas y requerimientos establecidos en el Tratado de Libre Comercio (TLC).

1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conocer como las disposiciones reglamentarias nacionales y estadounidenses rigen la producción, presentación y transporte del producto hacia Estados Unidos.

- Establecer como se involucran las instituciones gubernamentales y privadas en el proceso de exportación de loroco hacia Estados Unidos.

- Identificar cuales son las necesidades y problemas a los que se enfrentan los productores al momento de realizar la operación de exportación.

2.0 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.

2.1 HIPOTESIS GENERAL

Hg: La existencia de una guía para la exportación de loroco ayudará a los productores a conocer los procedimientos y pasos a seguir para lograr una mejor comercialización del producto hacia Estados Unidos

2.2 HIPOTESIS ESPECIFICAS:

He1: Las regulaciones estadounidenses y salvadoreñas rigen el proceso de producción, presentación y transporte del producto.

He2: Las instituciones gubernamentales y privadas facilitan a los productores y empresas, las exportaciones de loroco hacia Estados Unidos.

He3: Los problemas con que se enfrentan los productores son debido a que desconocen la información necesaria para realizar el proceso de exportación.

3.0. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.

3.1 POBLACION INVESTIGADA

El segmento de estudio fueron todos los productores de loroco del país, que son 110 que se encuentran registrados en el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

3.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para efectos de esta investigación se tomó como tamaño de la muestra sólo a los productores potenciales e interesados a exportar su producto hacia Estados Unidos.

Esto se representa de la siguiente manera:

Plantaciones de loroco	Población
Productores potenciales e Interesados en exportar	20*
Total	20

*Se realizó un estudio cualitativo de la población a investigar: por lo que se hizo un censo en el cual se encuestaron a 20 productores, que representan

el 18% del total de productores registrados en el MAG, que tienen la capacidad de producir loroco de calidad que cuentan con los elementos necesarios para realizar dicho proceso y que estén interesados en exportar su producto hacia Estados Unidos.

3.3 RECOLECCION DE DATOS.

La metodología utilizada en la investigación para la recolección de datos se detalla de la siguiente manera:

Encuesta:

Sujeto Encuestado: Gerente de producción o propietario.

Lugar: Oficina Administrativa o plantación de loroco

Tipo de encuesta: Visita Personal

Instrumento de medición: Cuestionario previamente elaborado con preguntas abiertas y cerradas (Anexo 3)

3.3.1 ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

A continuación se detalla los nombres de las empresas y productores investigados:

LISTADO DE PRODUCTORES POTENCIALES ENCUESTADOS			
No.	Nombre	Ubicación	Departamento
1	Arnulfo Israel Figueroa	Izalco	Sonsonate
2	Jaime de Jesús Romero	Zapotitán, Cantón La Palomera	Santa Ana
3	Guillermo Sol	San Juan Opico	La Libertad
4	David Ernesto Dubon	Acartao	Chalatenango
5	René Molina	San Juan Opico	La Libertad
6	Catalina Rivas	San José Villanueva	La Libertad
7	Marymer de Arenas	San Luís Talpa	La Paz
8	PROCOMSU, S.A. DE C.V.	Puerto Parada	Usulután
9	La Escondida, S.A. de C.V.	Nueva Concepción, Cereto	Chalatenango
10	Ramón Sorto	Nahuizalco	Sonsonate
11	Ricardo Juárez	El Provenir	Santa Ana
12	Las tres Pringas, S.A. de C.V.	Cantón Tres Ceiba	Sonsonate
13	Francisca de Valencia	Caserío Loma Grande	La Paz
14	Jorge Sánchez	Cantón Istagua	Cuscatlán
15	Angel Ruiz	Cantón Parras, Lempa	San Vicente
16	Arnulfo Figueroa	Izalco	Sonsonate
17	Gustavo Denys	Hacienda El Socorro	Zacatecoluca
18	María de las Mercedes Echeverría	Comasagua	La Libertad
19	Ana Astrid Ávila	San Pedro, Cantón El Durazno	Ahuachapán
20	Berta de Cruz.	Tepecoyo	La Libertad

Fuente: Asociación de Productores de Loroco de El Salvador (APLORES)

3.4 TABULACION DE LA ENCUESTA A LOS PRODUCTORES DE LOROCO Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

A Continuación se presenta el análisis de la información recolectada en las veinte encuestas formuladas a los productores de loroco. El cuestionario contenía 16 preguntas, 4 de información general, 5 cerradas y 6 abiertas.

Las preguntas 1, 2, 3 y 4 incluyen información general de la plantación de loroco como el nombre de la empresa, del propietario, la dirección y el teléfono.

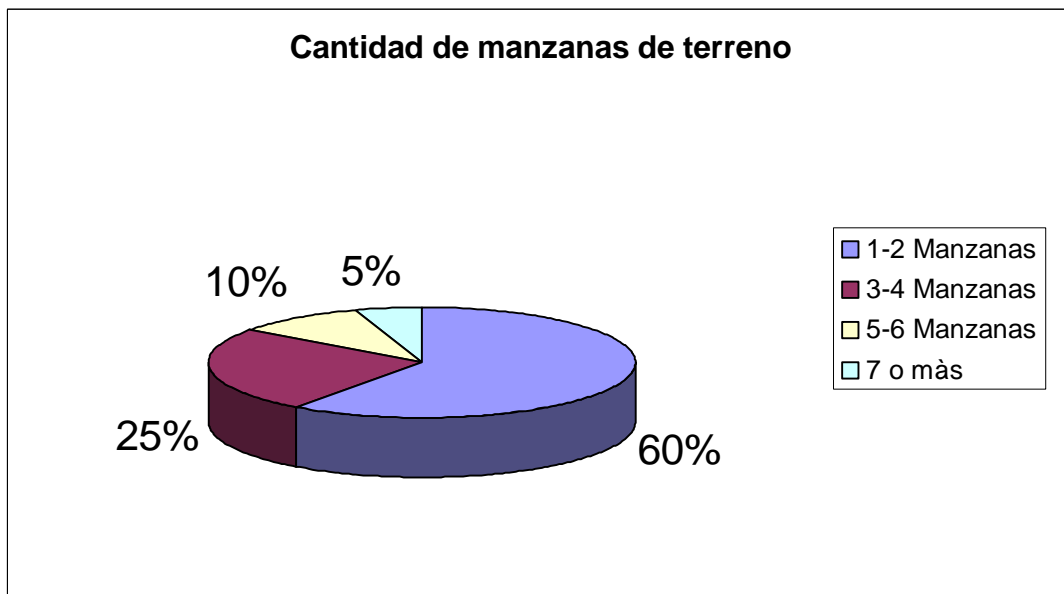
PREGUNTA No. 5

1. ¿Cuántas manzanas de terreno tiene para la producción del cultivo de loroco?

OBJETIVO: Identificar la cantidad de manzanas para la producción de cultivo de loroco.

ALTERNATIVAS	fa ¹²	PORCENTAJE
1-2 Manzanas	12	60%
3-4 Manzanas	5	25%
5-6 Manzanas	2	10%
7 o más	1	5%
Total	20	100%

¹² fa= frecuencia acumulada.



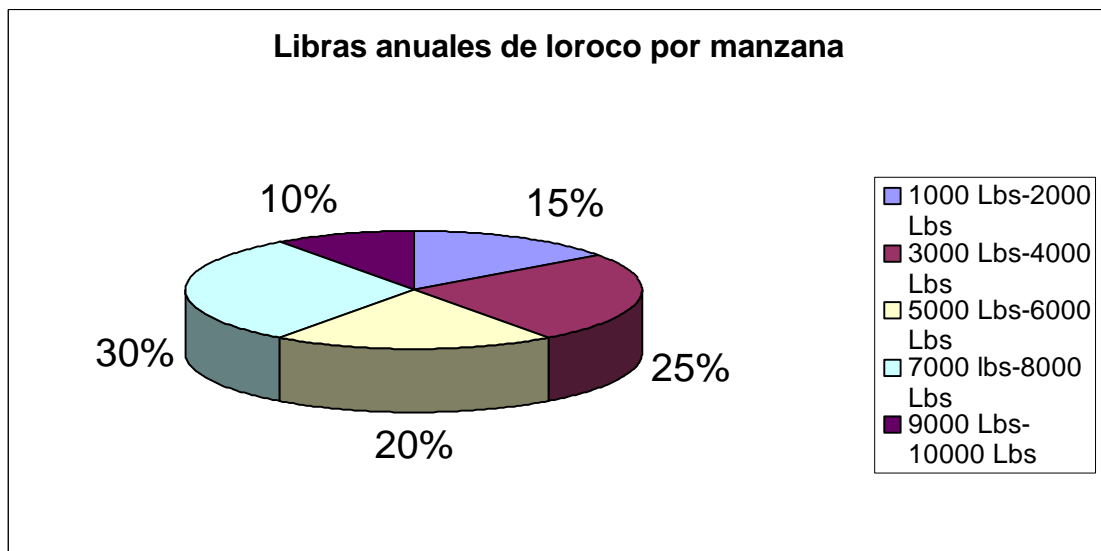
Más del 50 % de los productores de loroco poseen de una a dos manzanas terreno, siendo una minoría los productores que cuentan de tres a cuatro manzanas (25%), de cinco a seis manzanas (10%) y más de siete manzanas el (5%).

PREGUNTA No. 6

¿Cuántas Libras de loroco produce al año?

OBJETIVO: Determinar la producción de libras de loroco al año

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
1000 Lbs-2000 Lbs	3	15%
3000 Lbs-4000 Lbs	5	25%
5000 Lbs-6000 Lbs	4	20%
7000 Lbs- 8000 Lbs	6	30%
9000 Lbs-10000 Lbs	2	10%
Total	20	100%



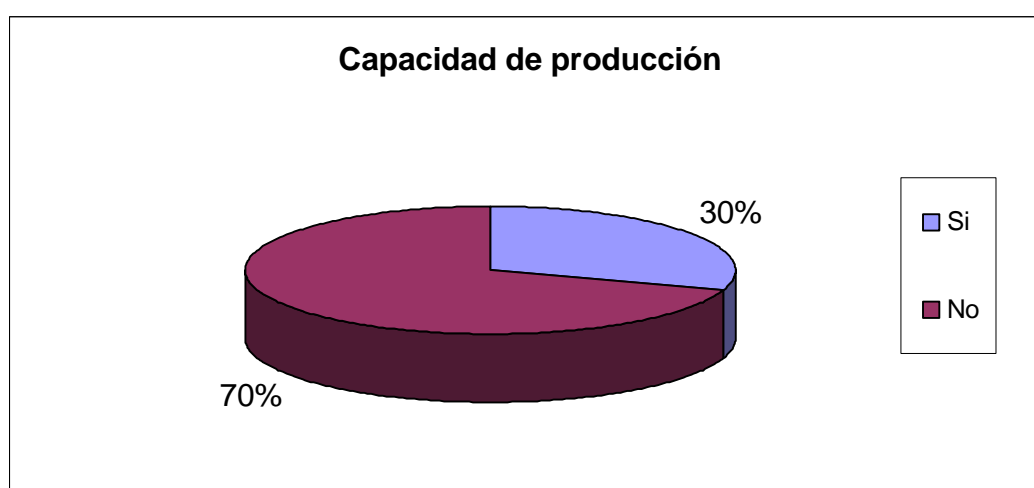
El 30% de los productores de loroco producen al año un aproximado de 8000 lb., el 25% se encuentran en un rango de tres mil a cuatro mil y el resto se encuentran en un rango de mil a dos mil libras anuales.

PREGUNTA No. 7

¿Cree usted que su plantación esta produciendo al 100% de su capacidad de producción?

OBJETIVO: Establecer cuales son las plantaciones que utilizan al máximo su capacidad de producción.

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
Si	6	30%
No	14	70%
Total	20	100%



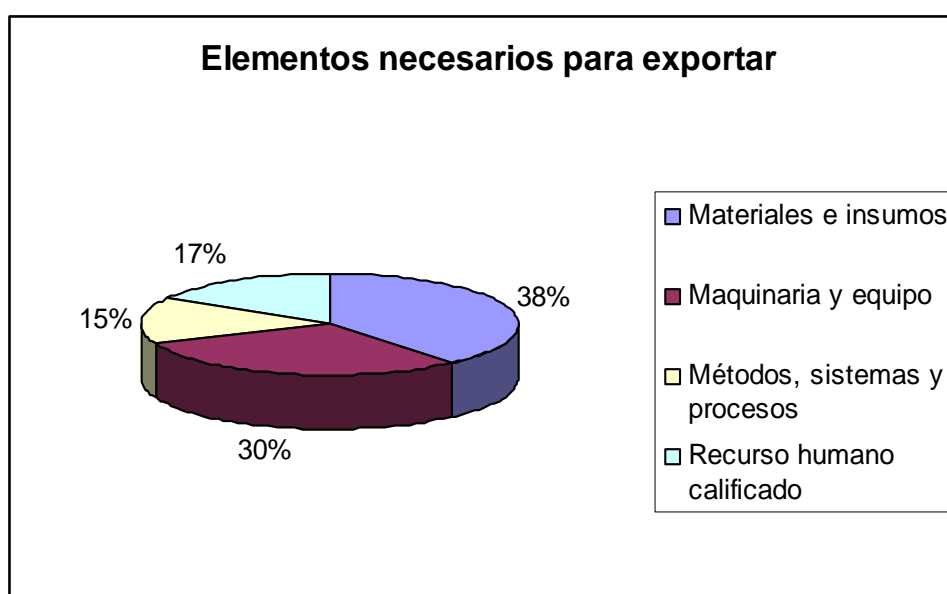
El 70% de los productores de loroco piensan que no están trabajando al 100% de su capacidad de producción.

PREGUNTA No. 8

¿Considera usted, que su plantación cuenta con los siguientes elementos para exportar?:

OBJETIVO: Identificar las plantaciones que cuentan con los elementos suficientes para la exportación de su producto.

ALTERNATIVAS	FA	PORCENTAJE
Materiales e insumos	21	38%
Maquinaria y equipo	16	30%
Métodos, sistemas y procesos	8	15%
Recurso humano calificado	9	17%
Total	54 ¹³	100%



¹³ La pregunta # 8 fue abierta, por lo que se realizó una parametrización de respuestas, debido a que los productores encuestados seleccionaron más de una alternativa.

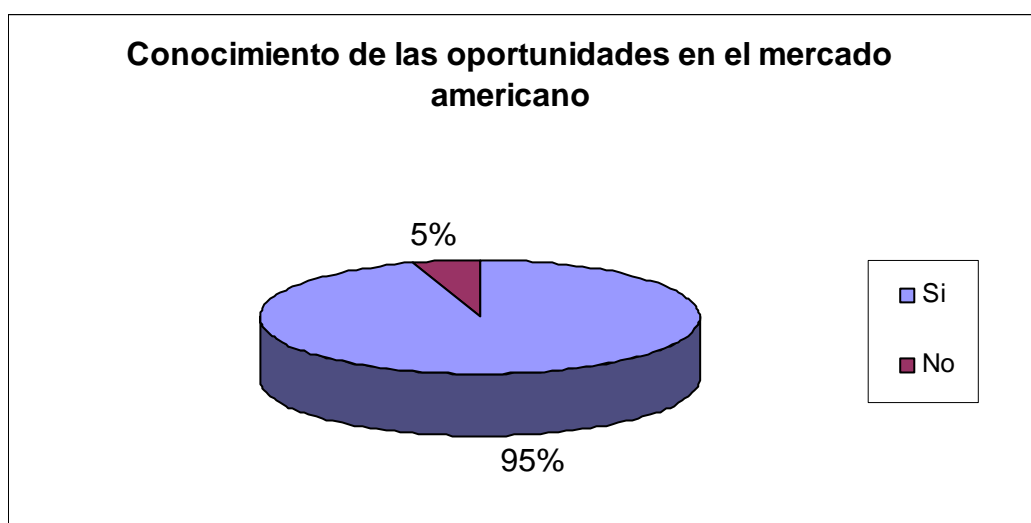
El 38% de los productores respondió que cuentan con los suficientes “materiales e insumos” para trabajar. Sin embargo, sólo el 30% respondió que cuenta con “maquinaria y equipo”. Mientras que 15% de los encuestados consideran que cuenta con: métodos, sistemas, procesos y recurso humano calificado.

PREGUNTA No. 9

¿Conoce la oportunidad de negocio que brinda el mercado americano para la exportación de productos étnicos, entre ellos el loroco?

OBJETIVO: Conocer si los productores están concientes de la oportunidad que brinda el mercado americano para su producto.

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
Si	19	95%
No	1	5%
Total	20	100%



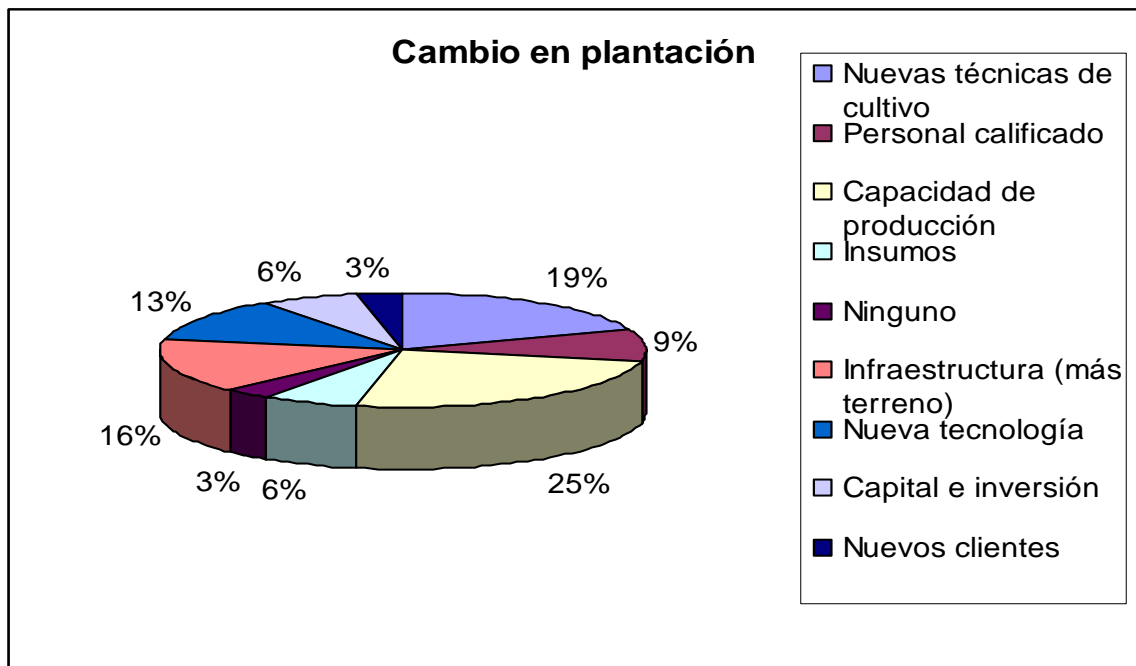
El 95% de los encuestados conocen las oportunidades que brinda el mercado americano al producto.

PREGUNTA NO. 10

¿Cómo cambiara su plantación si tuviera la oportunidad de exportar hacia Estados Unidos?

Objetivo: Conocer la visión que poseen los productores de loroco si se convirtieran en exportadores.

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
Nuevas técnicas de cultivo	6	19%
Personal calificado	3	9%
Capacidad de producción	8	25%
Insumos	2	6%
Ninguno	1	3%
Infraestructura (más terreno)	5	16%
Nueva tecnología	4	13%
Capital e inversión	2	6%
Nuevos clientes	1	3%
Total	32 ¹⁴	100%



¹⁴ La pregunta # 10 fue abierta, por lo que se realizó una parametrización de respuestas, debido a que los productores encuestados seleccionaron más de una alternativa.

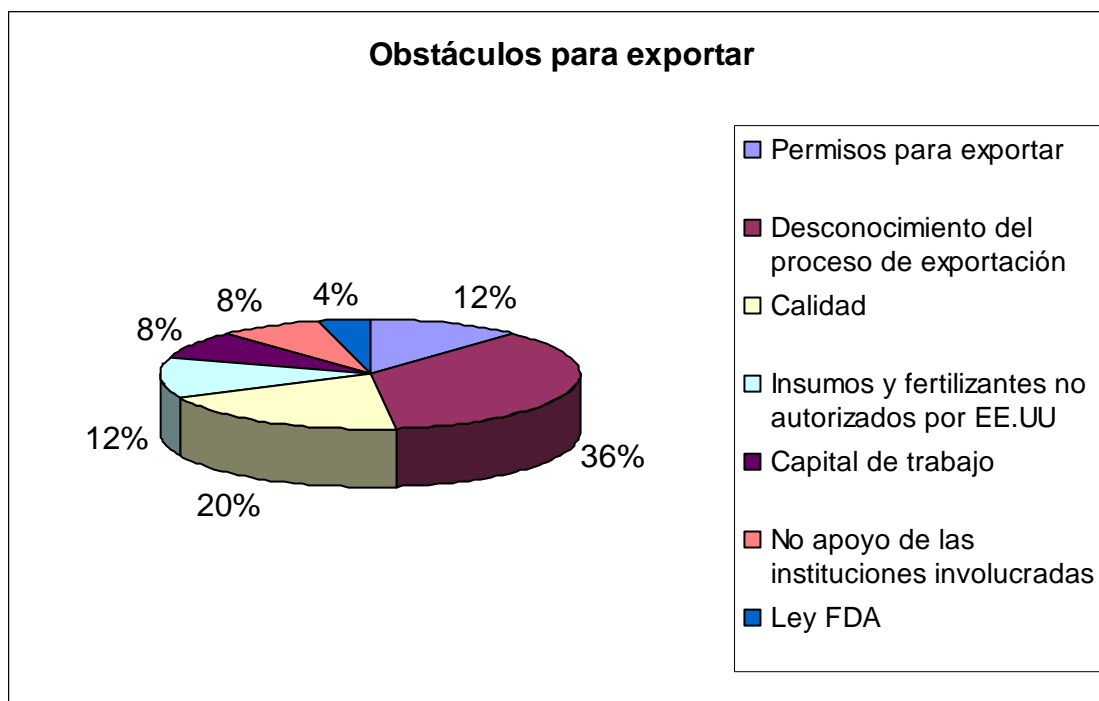
La mayoría de los encuestados concuerdan con la importancia de aumentar su capacidad de producción (25%). El 19% de los encuestados mejorarían nuevas técnicas de producción, el 16% piensan que es importante invertir en tecnología e infraestructura, mientras que el resto en otras opciones.

PREGUNTA NO. 11

¿Cuáles cree que son los mayores obstáculos para la exportación de loroco hacia Estados Unidos?

OBJETIVO: Identificar los mayores obstáculos que afrontan los productores de loroco para exportar hacia Estados Unidos.

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
Permisos para exportar	3	12%
Desconocimiento del proceso de exportación	9	36%
Calidad	5	20%
Insumos y fertilizantes no autorizados por EE.UU	3	12%
Capital de trabajo	2	8%
No apoyo de las instituciones involucradas	2	8%
Ley FDA	1	4%
Total	25 ¹⁵	100%



¹⁵ La pregunta # 11 fue abierta, por lo que se realizó una parametrización de respuestas, debido a que los productores encuestados seleccionaron más de una alternativa.

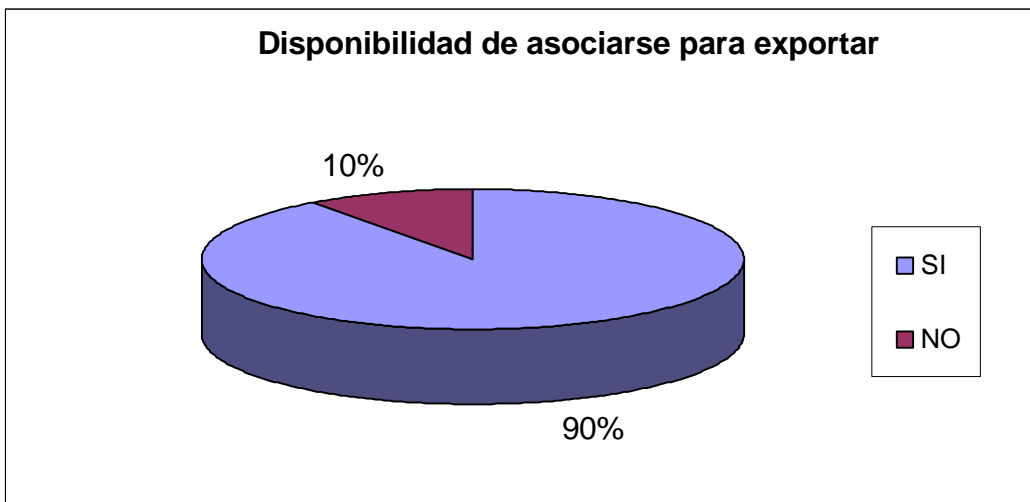
La mayoría de los productores de loroco desconocen el proceso para la exportación de loroco hacia los Estados Unidos, de igual manera no cuentan con la información precisa para la tramitación de permisos.

PREGUNTA No. 12

¿Estaría dispuesto a asociarse con otros productores para exportar el loroco hacia Estados Unidos?

OBJETIVO: Identificar la disposición de los productores en asociarse para exportar loroco hacia Estados Unidos.

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
Si	18	90%
No	2	10%
Total	20	100%



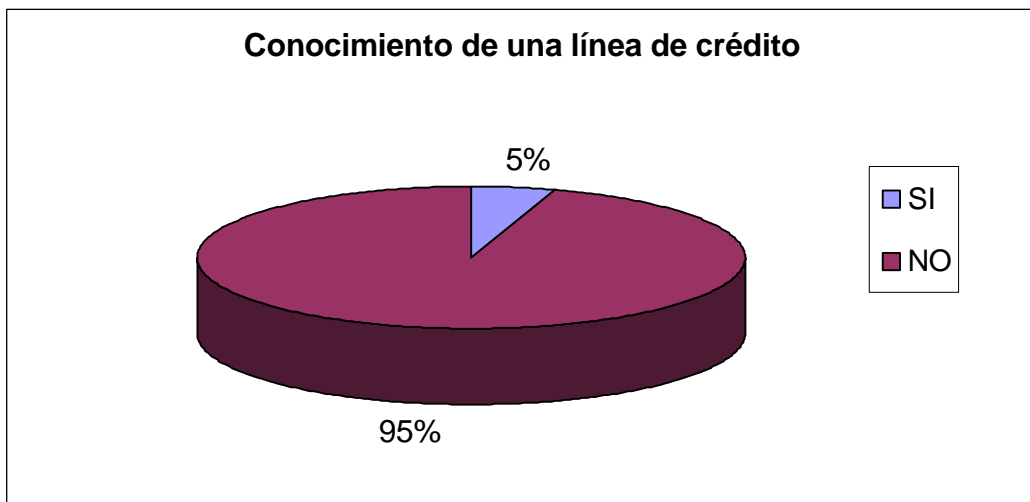
El 90% de los encuestados estarían dispuestos en asociarse con los demás productores para exportar el loroco fresco hacia Estados Unidos.

PREGUNTA No. 13

¿Conoce Usted alguna línea de crédito que proporcione cualquier banco o institución gubernamental para fomentar las exportaciones de loroco fresco hacia Estados Unidos?

OBJETIVO: Determinar si los productores tienen conocimiento de alguna línea específica de crédito para fomentar las exportaciones de loroco fresco hacia Estados Unidos.

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
SI	1	5%
NO	19	95%
Total	20	100%



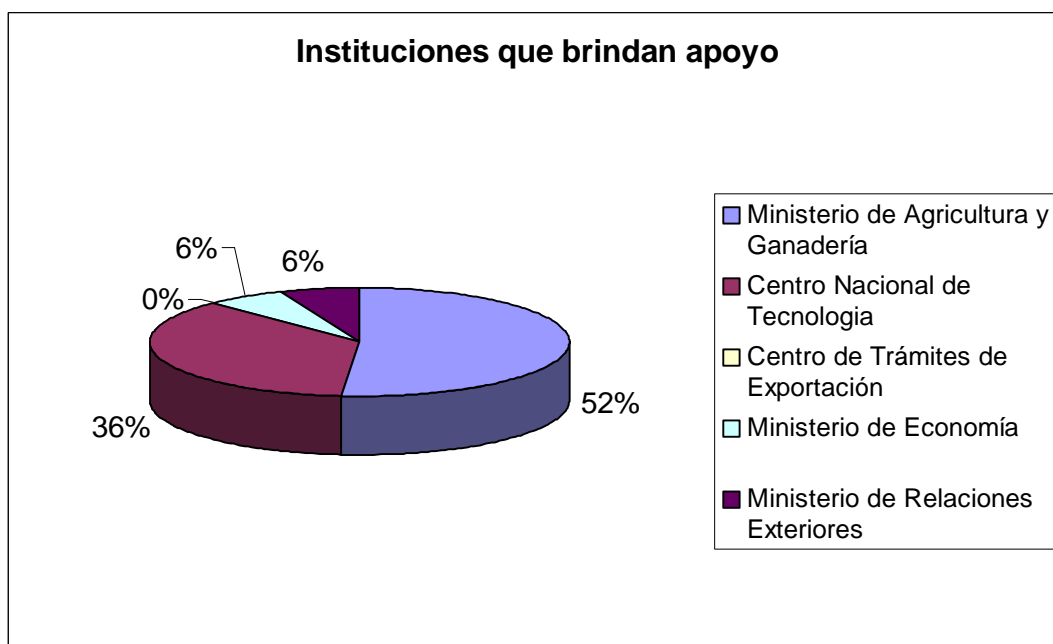
El 95% de los productores dicen no conocer ningún tipo de línea de crédito, para las exportaciones de loroco fresco hacia Estados Unidos.

PREGUNTA No. 14

¿De las siguientes instituciones gubernamentales y no gubernamentales cuales son las que brindan más apoyo al sector agrícola?

OBJETIVO: Conocer cuales son las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que más apoyan al sector agrícola.

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
Ministerio de Agricultura y Ganadería	17	52%
Centro Nacional de Tecnología	12	36%
Centro de Trámites de Exportación	0	0%
Ministerio de Economía	2	6%
Ministerio de Relaciones Exteriores	2	6%
Total	33 ¹⁶	100%



¹⁶ La pregunta # 14 fue abierta, por lo que se realizó una parametrización de respuestas, debido a que los productores encuestados seleccionaron más de una alternativa.

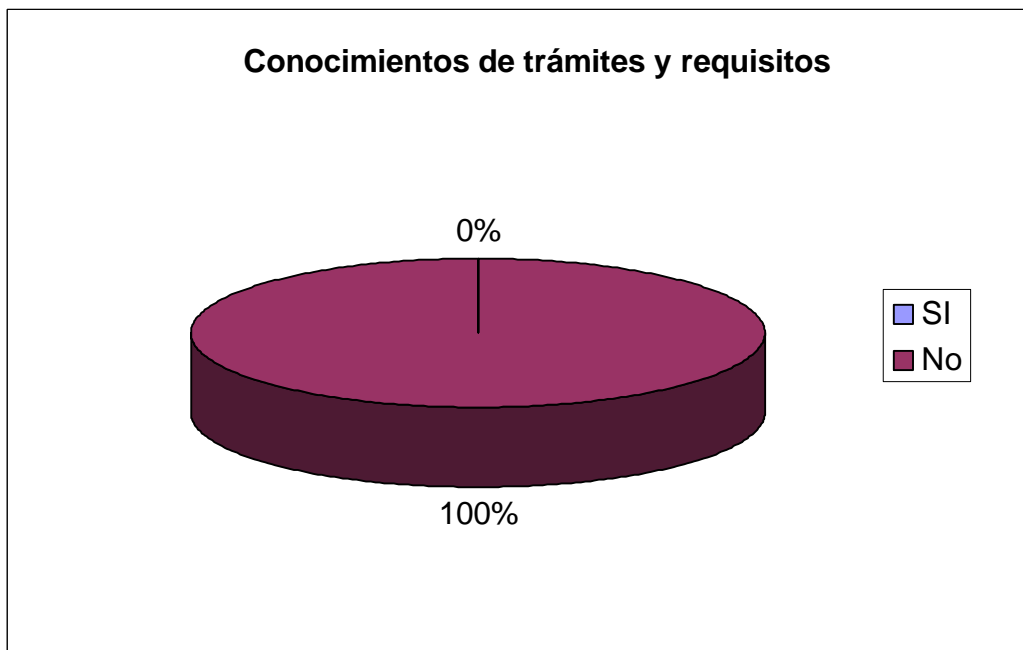
El 52% de los productores, dicen que reciben el apoyo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG); seguido por el Centro Nacional de Tecnología (CENTA) y después por el Ministerio de Relaciones Exteriores y por el Ministerio de Economía (MINEC). Los demás productores opinan que no reciben ningún tipo de ayuda por el Centro de Trámites de Exportación (CENTREX).

PREGUNTA No. 15

¿Conoce Usted todos los trámites, requisitos, procedimientos y regulaciones que son necesarios para realizar una operación de exportación de loroco fresco hacia Estados Unidos?

OBJETIVO: Identificar si los productores conocen el proceso de realizar una operación de exportación de loroco fresco hacia Estados Unidos.

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
SI	0	0%
No	20	100%
Total	20	100%



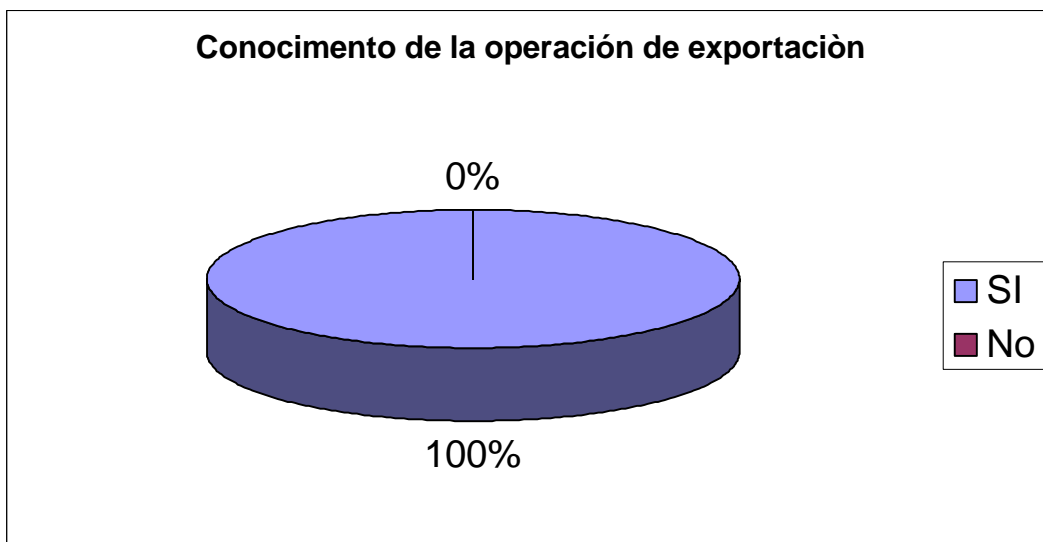
El total de los encuestados desconocen los trámites, procedimientos y regulaciones necesarios para realizar una operación de exportación de loroco fresco hacia Estados Unidos

PREGUNTA N0. 16

¿Considera Usted que con una guía para la exportación de loroco fresco hacia Estados Unidos será más fácil el proceso de realizar una operación de exportación?

OBJETIVO: Conocer la importancia que tendría la existencia de una guía para la exportación de loroco fresco hacia Estados Unidos.

ALTERNATIVAS	fa	PORCENTAJE
SI	20	100%
No	0	0%
Total	20	100%



Los productores de loroco respondieron que con una guía para la exportación de loroco fresco les sería de mucha utilidad, ya que les sería más fácil desarrollar el proceso para exportar hacia Estados Unidos.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

1.0 CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación bibliográfica y de campo efectuada a empresas y personas cultivadoras de loroco fresco, se pudieron estructurar una serie de conclusiones que posibilitarán orientar las recomendaciones para diseñar una guía para la exportación de loroco fresco desde El salvador hacia Estados Unidos.

- 1) Se determinó que la mayoría de cultivadores de loroco fresco desconocen la normativa, procedimientos, requisitos aduaneros, medio de transporte y gestión empresarial que deben desarrollarse para una exportación exitosa. La falta de una guía para la exportación de loroco fresco que oriente a los productores dificulta actualmente el inicio del proceso de exportación.

- 2) Se determinó que los pequeños agricultores obtienen una baja rentabilidad en los cultivos tradicionales. Es por ello, que se ha orientado a cultivar productos no tradicionales de exportación como es el loroco en forma fresca, para satisfacer la creciente demanda local y el potencial mercado de los emigrantes salvadoreños y centroamericanos en los Estados Unidos.

- 3) Los cultivadores de loroco en su mayoría son pequeños productores, por lo que no cuentan con infraestructura adecuada, capacidad técnica de producción, limitándoles cualquier posibilidad de exportación individualmente.
- 4) De acuerdo a investigación en las instituciones que apoyan al sector agrícola, se encontró información mínima en relación al cultivo de loroco fresco sobre técnicas de manejo fitosanitario del producto. No se encontró información sobre manejo poscosecha, presentación del producto (empaquete, embalaje, viñeta) y sobre el medio de transporte, utilizado para la exportación de este producto.
- 5) De acuerdo a investigación realizada por Institución no Gubernamental estadounidense FINTRAC, en la que se menciona que la demanda de loroco fresco en Estados Unidos es de 2.6 ton nos permite visualizar la oportunidad de desarrollo y crecimiento de las exportaciones no tradicionales hacia Estados Unidos.
- 6) La ratificación del TLC (Tratado de Libre Comercio) con los Estados Unidos, la aplicación de tasa cero en los impuestos de introducción y las autorizaciones especiales de USDA (United States Department of Agriculture) facilitarán a los pequeños productores de loroco el acceso de este producto al mercado estadounidense.

- 7) Se encontró que los pequeños agricultores de loroco fresco desconocen las líneas de crédito para fomentar los cultivos. Las exigencias para acceder a este tipo de financiamiento son muy rigurosas y requieren montos elevados de garantías, por lo que no son accesibles y ágiles para los pequeños productores.

- 8) La exportación de productos agrícolas hacia Estados Unidos, está sujeta a rigurosos requisitos aduaneros, sanitarios y regulaciones como la normativa dictada por el USDA (United States Department of Agriculture) y la Ley del Bioterrorismo que son exigidos por las autoridades estadounidenses para el ingreso de los alimentos fresco.

2.0 RECOMENDACIONES

Con el propósito de estructurar la guía para la exportación de loroco fresco desde El Salvador hacia Estados Unidos, es conveniente señalar ciertas recomendaciones que proporcionen un soporte práctico a la propuesta de este trabajo de investigación.

1) Las políticas de gobierno actualmente están orientadas a fortalecer el desarrollo de las PYMES (pequeñas y medianas empresas), a través de un significativo apoyo al fomento de las exportaciones no tradicionales. Es por esto que se recomienda a los productores de loroco fresco buscar apoyo en instituciones no gubernamentales como el Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador, AGRONEGOCIOS, FOEX, EXPRO, FAT EXPORTADOR.

2) Es importante recomendar a los pequeños productores de loroco formar una asociatividad de comercialización, de una manera estructurada, planificada y organizada por medio de consultaría administrativas específica. Esto les permitirá establecer y conocer los elementos suficientes para lograr una estructura organizativa ordenada y reunir todos los conocimientos necesarios para exportar con éxito hacia Estados Unidos. El trabajar bajo concepto de asociaciones tiene múltiples ventajas para los pequeños productores, ya que les permite disminuir costos en transporte y presentación del producto (empaquete, embalaje, viñeta).

3) Se recomienda al Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador, especialmente a la división de AGRONEGOCIOS contratar especialistas en manejo poscosecha y logística de exportación hacia Estados Unidos. Además, brindar asesoría y capacitación a los pequeños y medianos productores de loroco fresco sobre técnicas para aumentar la producción, proceso de empaque y manejo poscosecha para garantizar la calidad del producto.

4) El Ministerio de Relaciones Exteriores, Dirección General de Promoción y Relaciones Económicas, debe promocionar el cultivo de loroco en forma fresca por medio de la participación en feria y misiones comerciales en el exterior para aprovechar la admisibilidad aprobada por el USDA y la creciente demanda de loroco en el mercado estadounidense.

5) Se recomienda a los cultivadores de loroco fresco participar en los seminarios-talleres auspiciados por el Ministerio de Relaciones Exteriores que promocionan el conocimiento y aprovechamiento del TLC. Esto les servirá a los productores prepararse en el proceso de exportación al mercado estadounidense.

6) Las instituciones financieras juegan un papel fundamental en el éxito de los proyectos del sector agrícola, es por ello, que estas instituciones financieras como el BFA (Banco de Fomento Agropecuario) y otras

Instituciones Privadas evalúen la oportunidad de ofrecer líneas accesibles de financiamiento especializadas para los pequeños y medianos agricultores.

7) Se recomienda a los productores de loroco fresco el conocimiento y la puesta en práctica de las normativas dictadas por USDA (United States Department of Agriculture) y las Ley del Bioterrorismo, así como el cumplimiento de las mismas en el proceso de exportación de su producto hacia el mercado estadounidense.

8) La puesta en práctica, el análisis, el conocimiento y el seguimiento de la “Guía para la Exportación de Loroco Fresco” elaborada en esta investigación servirá y orientará a los pequeños productores de loroco a lograr una exportación exitosa de su producto hacia Estados Unidos.

CAPITULO V
PROPUESTA DE LA ELABORACION DE UNA GUIA PARA LA
EXPORTACION DE LOROCO FRESCO DESDE EL SALVADOR HACIA
ESTADOS UNIDOS.

INTRODUCCION.

Las exportaciones para un país además de considerárseles una fuente adicional de ingresos, generan muchos otros beneficios como son las ganancias de eficiencia por especialización, acceso a mejores bienes de capital e insumos, mejoras en las aptitudes gerenciales y técnicas, mayor capacidad de adaptación en los procesos, aparición de nuevos productos o mejora de los ya existentes, etc.

Sin embargo, se trata de una actividad que conlleva un número muy importante de acciones y procedimientos y cuyos resultados no siempre se visualizan en el corto o mediano plazo. En el caso de los pequeños productores de loroco, su escasa experiencia exportadora, hace difícil el inicio del proceso exportador, ya que se demanda una gran cantidad considerable de recursos humanos y económicos.

La exportación de productos agrícolas hacia Estados Unidos, está sujeta a un gran número de requisitos aduaneros y sanitarios que son exigidos por las autoridades estadounidenses para el ingreso de alimentos frescos.

Es importante conocer los requerimientos de forma general y específica para que a los productores de loroco fresco se les facilite y conozcan los pasos a seguir para la exportación de su producto a Estados Unidos

Por estas razones, se ha diseñado una guía para la exportación que facilite la exportación de loroco fresco desde El Salvador hacia Estados Unidos, como instrumento de apoyo a la actividad exportadora dirigido precisamente a aquellos pequeños productores de loroco que desean iniciar o profundizar en la actividad exportadora.

Esta "Guía para la Exportación de Loroco Fresco" ha sido creada para proporcionar de manera simple y sistematizada, la información relacionada con la operación exportadora. En ella, se han contemplado aspectos como: requisitos fitosanitarios nacionales y estadounidenses, trámites, medio de transporte, ley del bioterrorismo, presentación del producto, etc.

I PARTE

1. TRAMITES REQUERIDOS POR EL SALVADOR PARA REALIZAR UNA EXPORTACION DE LOROCO FRESCO HACIA ESTADOS UNIDOS.

1.1 TRAMITES PARA REGISTRARSE COMO EXPORTADOR.

1.1.1 Solicitud de NIT de importador

Esta solicitud es un requisito para realizar una operación de exportación de loroco fresco, ésta se obtiene en el Ministerio de Hacienda, en la ventanilla de la Dirección General de Impuestos Internos o en el Ministerio de Economía en la Oficina Nacional de Inversión.

Este trámite solo se realiza una vez y es gratuito. El NIT de importador es utilizado tanto para operaciones de importaciones como de exportaciones. En las ventanillas de la DGII o en la Oficina Nacional de Inversiones, deberá solicitar el formulario F-215 (Anexo 4) anexando los documentos que se detallan a continuación:

1.1.1.1 Persona Natural:

1. Llenar y presentar el formulario F-215

2. Presentar fotocopias de documento de Identidad Personal, del propietario de la empresa.
3. Autorización por escrito si la persona que esta realizando el trámite difiere de la persona propietaria de la empresa.

Persona Jurídica

1. Llenar y presentar el formulario F-215.
2. Presentación de la escritura de constitución, debidamente certificada.
3. Credencial de representación Legal de la Empresa.
4. Fotocopia de DUI y NIT del representante legal de la empresa.
5. Autorización por escrito si la persona que esta realizando el trámite difiere del representante legal.

1.2 INSCRIPCIÓN COMO EXPORTADOR EN EL CENTRO DE TRAMITES DE EXPORTACIÓN (CENTREX)

Este trámite es un requisito necesario que toda persona natural o jurídica debe cumplir para obtener su registro de exportador en el CENTREX, para así poder realizar la operación de exportación; es importante mencionar que este trámite solo se realiza una vez y no tiene ningún costo.

En las ventanillas del CENTREX, el exportador deberá solicitar y llenar la tarjeta de inscripción de exportadores (Anexo 5), además, deberá anexar los documentos que se detallan a continuación:

1.2.1 Si es Persona Natural:

1. Número de Identificación Tributaria de Importador (NIT de Importador)
2. Carné de Contribuyente del IVA (si aplica)
3. Documento único de identidad, carné de residente o pasaporte, del exportador y de los funcionarios autorizados que firmarán los documentos relacionados a trámites de exportación en nombre del exportador.
4. **Solicitud de Afiliación al Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX)** (opcional)

1.2.2 Si es persona Jurídica:

1. Número de Identificación Tributaria de Importador (NIT de Importador)
2. Carné de contribuyente del IVA (si aplica)
3. Escritura de constitución de la empresa
4. Punto de Acta y/o poder donde aparezca la representación legal de la empresa (si de acuerdo a la escritura de constitución esta vencida u otros)
5. Documento único de identidad, carné de residente o pasaporte, de los funcionarios autorizados que firmarán los documentos relacionados a trámites de exportación en nombre de la empresa
6. **Solicitud de Afiliación al Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX)** (opcional)

Las personas autorizadas en la tarjeta de registro de exportador, son las únicas que podrán firmar las distintas operaciones que se gestionen ante el CENTREX, de allí la importancia que cuando dejen de trabajar para la empresa o hayan sido removidos de sus cargos, se notifique inmediatamente al CENTREX por escrito y se incluyan a las nuevas personas autorizadas.

Presentada la documentación al CENTREX, este emitirá un número de registro de exportador al solicitante, el cual quedara registrado como exportador.

1.3. INSCRIPCIÓN EN EL SISTEMA INTEGRADO DE COMERCIO EXTERIOR (SICEX) (NO ES UN REQUERIMIENTO OBLIGATORIO, ES A OPCIÓN DEL EXPORTADOR)

Esta inscripción esta a opción del exportador, dado que debe contar con equipo electrónico como computadora, impresor y conexión a internet. El SICEX es un sistema de información con enlace por medios de Internet, el cual le permite al exportador realizar sus transacciones, hacer consultas de sus operaciones, facilitándole el proceso de exportación.

Para obtener la hoja de solicitud de inscripción en el SICEX los exportadores deberá solicitarla en las ventanillas del CENTREX, u obtenerla a través de la página en internet www.centrex.gob.sv , este trámite sólo se realiza una vez.

Los requisitos necesarios se detallan a continuación:

1. Llenar la hoja de afiliación para obtener el usuario y la clave de acceso (Anexo 6)
2. Estar debidamente inscrito como exportador en el CENTREX
3. Poseer el recurso humano y tecnológico necesario y adecuado con conocimientos básicos de computación e Internet.

El CENTREX notifica por medio de correo electrónico o por medio de fax (Anexo 7) el usuario y la contraseña que el exportador deberá utilizar para ingresar al SICEX, y como archivo adjunto se enviara el instructivo y la guía para el uso del sistema. (Anexo 8)

Una vez el exportador obtenga su usuario, a través del sistema podrá registrar las operaciones de exportaciones y obtener los documentos requeridos para realizar la operación.

Por cada operación de exportación que se va a realizar, deberá cancelar anticipadamente los derechos de autorización en las ventanillas de cajero del CENTREX, adicionalmente si la exportación requiere certificados deberá cancelar el monto correspondiente por cada uno. El exportador puede cancelar en efectivo o cheque certificado a nombre del "Banco Central de Reserva".

1.4 INSCRIPCION COMO BENEFICIARIO DE LA LEY DE REACTIVACION DE LAS EXPORTACIONES. (DRAW BACK 6%)

El exportador para gozar de los beneficios de la Ley de Reactivación a las Exportaciones, deberá presentar una solicitud al Ministerio de Economía en el Departamento de Incentivos Fiscales Anexo 9), en la cual solicita se le otorguen los beneficios de la Ley. En la solicitud deberá detallar la actividad o actividades a que se dedica, y si exportará el 100% de su producción fuera del área centroamericana.

El Ministerio de Economía emitirá un acuerdo otorgándole los beneficios del 6% del valor FOB de la exportación. El exportador deberá publicar este acuerdo en el Diario Oficial, para gozar de los beneficios de la ley.

Una vez publicado el acuerdo, el exportador deberá presentar al Ministerio de Economía, los siguientes documentos:

- Copia del acuerdo publicado en el Diario Oficial.
- Copia de la póliza de exportación y declaración de mercancías, firmadas por la aduana de salida y entrada.
- Copia de registro de exportación.
- Copia de factura comercial de exportación con numeración de imprenta.

El Ministerio de Economía una vez recibida toda la información, posteriormente informará al Ministerio de Hacienda sobre el acuerdo, y es éste quien procederá al reintegro de los incentivos fiscales del 6% del valor FOB de cada exportación realizada.

2. DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS NACIONALES PARA EXPORTAR LOROCO FRESCO.

Es importante destacar que para exportar un producto hacia otro país, es necesario cumplir con la documentación que son requisitos indispensables que le permite al producto ingresar sin ningún inconveniente. La obtención de los documentos se pueden hacer de dos maneras: como trámite personal en el CENTREX o por medio de SICEX.

Los permisos y documentos que son obligatorios para realizar una operación de loroco fresco hacia Estados Unidos se detallan a continuación:

CERTIFICADO FITOSANITARIO

Este permiso es un documento obligatorio que debe tramitarse cada vez que se exporte loroco fresco hacia Estados Unidos, el cual garantiza que el producto que se exportará este libre de plagas y enfermedades. La APHIS (Animal and Plant Health Institution), división del Ministerio de Agricultura de

Estados Unidos (USDA) exige este certificado para estar seguros de que no se corre el riesgo de la introducción de plagas cuarentenarias al país.

El procedimiento a seguir para la obtención del certificado fitosanitario es:

2.1.1 Precertificación Fitosanitaria:

1. El exportador solicita inspección del lote de loroco fresco que se va a exportar en el Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador (MAG), división de cuarentena vegetal y animal. (Anexo 10)
2. El MAG programa visita de inspección del lote que se va a exportar.
3. El MAG asigna al inspector que verificará que el producto que se va a exportar este libre de plagas y enfermedades.
4. Si el lote que se va a exportar es aprobado por el inspector, este procede a extender el precertificado fitosanitario en el MAG. Y este notifica al CENTREX sobre aprobación del lote de producto que se va a exportar.

2.1.2 Certificado Fitosanitario:

Una vez el exportador obtenga el precertificado fitosanitario, deberá tramitar el certificado fitosanitario; este trámite puede realizarse de dos maneras:

a) Tramite personal en el CENTREX:

- El exportador solicita en las ventanillas del CENTREX la emisión del certificado fitosanitario.
- CENTREX extiende recibo por pago de emisión del certificado fitosanitario y por la precertificación realizada por el inspector del MAG.
- CENTREX emite el certificado fitosanitario .(Anexo 11)

b) Por medio del SICEX. (Anexo 8)

2.2 CERTIFICADO DE ORIGEN “FORMA A”

Este certificado es utilizado para dar fe del origen del producto que se exportará y se tramita cada vez que se realiza una operación de exportación. El formulario a utilizar es el de forma “A” (Anexo 12), ya que Estados Unidos esta incluido dentro de los países otorgantes de preferencias arancelarias del Sistema Generalizado de Preferencias (SSG) o la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC).

Este certificado es gratuito para el exportador, y se solicita en las ventanillas del CENTREX. El procedimiento para realizar este trámite es el siguiente:

a) Trámite personal en el CENTREX:

1. El exportador solicita en las ventanillas del CENTREX el formulario y deberá llenarlo, sin borrones, tachaduras o enmendaduras y anexar los documentos que respalden dicha información. (dos copias de factura comercial de exportación)
2. El personal del CENTREX deberá revisar cuidadosamente y con pleno conocimiento de las normas internacionales, la información consignada en el certificado de origen contra los documentos anexos.
3. Se deberá anexar una copia del certificado de origen a la solicitud de exportación respectiva.

2.2.1 LISTA DE EMPAQUE

Para tramitar el certificado de origen se requiere de una lista de empaque que se anexa al formulario del certificado de origen forma "A". En la lista de empaque debe describirse el producto que se esta exportando, especificando lo siguiente: (Anexo 13).

1. Fecha de elaboración de la lista de empaque.
2. Información del importador (nombre, dirección, teléfono, etc.)
3. Descripción del producto.
4. Cantidad de bultos que se enviarán.
5. Peso bruto y peso neto del producto.

2.3 FACTURA COMERCIAL DE EXPORTACION

Este documento establece los términos en que se basa una exportación de loroco fresco hacia Estados Unidos, es decir, en ella se indica los datos generales del cliente, las condiciones de pago y la cantidad y descripción del producto.

La factura comercial de exportación debe contener los datos básicos y estar conforme a las disposiciones fiscales vigentes, según Art 42 con lo establecido en los numerales 3, 5, y 11 del literal a) y numerales 1, 2, y 5 del literal b) del Código Tributario.

Es importante destacar que el valor que se reporta en la factura comercial de exportación es exento, es decir, no incluye IVA, ya que en las exportaciones se aplica tasa cero por el impuesto al valor agregado (IVA).

El exportador deberá presentar 3 copias de la factura de exportación al CENTREX, especificando los siguientes: (Anexo 14)

1. Número correlativo de factura
2. Fecha de emisión
3. Razón Social de la empresa o nombre del exportador
4. NIT, Número de Identificación Tributaria
5. Numero de registro de contribuyente.
6. Dirección física completa del exportador

7. Teléfono del exportador
8. Código de exportador (Registro del Exportador)
9. Datos completos del consignatario, nombre, dirección física, teléfono.
10. Cantidad, detalle y valor del producto a exportar.
11. Pie de imprenta: nombre, denominación o razón social, domicilio y número de registro del propietario de la imprenta.

2.4. SOLICITUD DE EXPORTACION.

Esta solicitud (Anexo 15), se obtiene en el CENTREX o también por medio del SICEX, de forma gratuita y es requerida para exportar loroco hacia Estados Unidos. El Procedimiento para obtener esta solicitud es el siguiente:

a) Tramite personal en el CENTREX:

1. Exportador Solicita Formulario de solicitud de exportación en las ventanillas del CENTREX.
2. Exportador debe de llenar, firmar y sellar la solicitud de exportación.
3. Presentar la solicitud en las ventanillas del CENTREX y anexarle los siguientes documentos:
 - Copia de factura comercial de exportación y los permisos extendidos por las distintas instituciones.
 - Certificado de origen forma "A"
4. CENTREX revisa y autoriza la solicitud de exportación.

B) Por medio del SICEX. (Anexo 8).

2.5 DECLARACION DE MERCANCIAS.

Este documento (Anexo 16) es obligatoria para realizar una operación de exportación fuera del área centroamericana independientemente del valor de la exportación. El procedimiento para obtener la declaración es el siguiente:

a) Tramite personal en el CENTREX:

1. Solicitar formulario de declaración de mercancía en las ventanillas del CENTREX.
2. Llenar todos los campos de la solicitud de declaración de mercancía y Presentarla la solicitud en las ventanillas del CENTREX.
3. CENTREX revisa solicitud, emite declaración de mercancías y autoriza la exportación.
4. El exportador deberá presentar la declaración de mercancía obligatoriamente en la aduana de salida.

b) Por medio de sistema SICEX (Anexo 8).

3. TRANSPORTE UTILIZADO PARA EL ENVIO DE LOROCO FRESCO.

El transporte más recomendado para enviar el loroco fresco hacia Estados Unidos, es el aéreo debido a la rapidez de la entrega y por la corta duración del producto; permitiéndole llegar en buenas condiciones al mercado estadounidense.

Una vez se hayan completados todos los tramites respectivos (certificado fitosanitario, factura comercial de exportación, certificado de origen, declaración de mercancías), se procede notificar a la línea aérea para enviar el loroco fresco hasta su destino final. Es recomendable que el exportador busque la línea aérea una semana antes de enviar el producto.

El documento requerido es la guía aérea (airway bill), la línea aérea es la encargada de emitir este documento (Anexo 17), que es el recibo probatorio de que el producto ha sido entregado, en el cual se plasma el compromiso de transportarlo desde el lugar de embarque hasta el punto de destino.

A este documento se anexa toda la documentación requerida explicada anteriormente, y estos son:

- Certificado fitosanitario
- Certificado de origen forma "A", con su respectiva lista de empaque.
- Factura comercial de exportación
- Declaración de mercancías.

Diferentes líneas aéreas ofrecen el servicio de “carga”, sus tarifas se calculan en base al kilo-volumétrico. Este es una relación entre el volumen y el peso que se calcula de la siguiente forma: largo “ x ancho” x alto” /366 = Kilo volumétrico.

Un ejemplo de la aplicación de esta formula seria que un producto de 3 Kg., va embalado en una caja de las siguientes dimensiones 20” largo x 10” ancho x 8 “alto / 366, el resultado de la formula seria 4.37Kgs, el peso a ser cobrado por la aerolínea es de 4.37Kgs.

A continuación se presenta un cuadro comparativo de las diferentes líneas áreas con sus respectivas tarifas y otros recargos:

Destino: “Los Angeles”

Línea Aérea	<u>TACA</u>	<u>American Airlines</u>	<u>DELTA Airlines</u>
<u>Peso</u>			
+ 100 Kgs.	\$2.07	\$1.10	\$1.05
+ 300 Kgs.	\$2.03	\$1.10	\$1.05
+ 500 Kgs	\$0.95	\$1.08	\$0.85
<u>Otros Recargos</u>			
Fuel Charge	\$0.05 por kilo	\$0.15 por kilo	\$0.10 por kilo
Security Charge	\$0.10 por kilo	\$0.05 por kilo	\$0.00
Guía Aérea	\$20.00	\$20.00	\$20.00

Destino: "Houston"

Línea Aérea	<u>TACA</u>	<u>American Airlines</u>	<u>DELTA Airlines</u>
<u>Peso</u>			
+ 100 Kgs.	\$1.53	\$0.88	\$1.03
+ 300 Kgs.	\$1.53	\$0.88	\$1.03
+ 500 Kgs	\$0.75	\$0.86	\$0.85
<u>Otros Recargos</u>			
Fuel Charge	\$0.10 por kilo	\$0.15 por kilo	\$0.10 por kilo
Security Charge	\$0.05 por kilo	\$0.05 por kilo	\$0.00
Guía Aérea	\$20.00	\$20.00	\$20.00

Destino: "Washington"

Línea Aérea	<u>TACA</u>	<u>American Airlines</u>	<u>DELTA Airlines</u>
<u>Peso</u>			
+ 100 Kgs.	\$1.78	\$0.83	\$0.87
+ 300 Kgs.	\$1.61	\$0.83	\$0.87
+ 500 Kgs	\$0.90	\$0.81	\$0.80
<u>Otros Recargos</u>			
Fuel Charge	\$0.10 por kilo	\$0.15 por kilo	\$0.10 por kilo
Security Charge	\$0.05 por kilo	\$0.05 por kilo	\$0.00
Guía Aérea	\$20.00	\$20.00	\$20.00

Nota: American Airlines y Delta Airlines por la emisión de guía aérea cobra \$10 si es a través de agente aduanal y \$20 si es directamente con el cliente.

Itinerario Grupo Taca: este es el único que tiene vuelo directo todos los días hacia los destinos mencionados anteriormente.

Itinerario American Airlines: Todos los días sale desde El Salvador para Miami a las 7:40 am. Para hacer conexión con los destinos mencionados anteriormente.

Itinerario Delta Airlines: Todos los días sale desde El Salvador para Atlanta a las 2:40 pm. para hacer conexión con los destinos mencionados anteriormente.

4. DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS ESTADOUNIDENSES.

4.1 ACCESO AI MERCADO ESTADOUNIDENSE.

Las exportaciones de loroco fresco están libres en su ingreso a los Estados Unidos y su arancel es “cero”, por los beneficios que otorga la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC) y el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Este beneficio se mantendrá vigente con la posible firma del Tratado de Libre Comercio, de acuerdo a información proporcionada por el Ministerio de Economía.

Se recomienda que antes de enviar el loroco fresco hacia Estados Unidos y evitar que este sea detenido en la aduana, se debe cumplir con regulaciones estadounidenses necesarias para ingresar el loroco fresco, como el registro en el FDA (Food And Droug Administration) y la inspección del producto realizada por la APHIS en las aduanas de entrada.

4.1.1 REGISTRO EN EL FDA POR DISPOSICIONES DE LA LEY DEL BIOTERRORISMO.

4.1.1.1 REGISTRO DEL ESTABLECIMIENTO O EMPRESA.

Para ingresar productos alimenticios a los Estados Unidos, los exportadores de “loroco fresco” deberán cumplir con los requisitos establecidos en la ley sobre seguridad en salud pública, creada a partir del 11 de septiembre del 2000 para prevenir ataques terroristas, por lo tanto se debe contar con un registro que es proporcionado por el FDA.

El exportador deberá crear su cuenta, para obtener su usuario y contraseña, con la cual podrá acceder a la página web y obtener el número de registro, éste se puede obtener a través de Internet, por correo, o fax, llenando el formulario 3537 (Anexo 18).

La información que se ingresa en el registro del formulario 3537, deberá ser remitida en ingles, excepto los nombres propios, el nombre de la compañía, la marca y la dirección, los datos que deben incluirse obligatoriamente son:

- Nombre, dirección, teléfono del establecimiento
- Nombre, dirección, teléfono de la compañía matriz, en su caso.
- Nombres, direcciones, y teléfonos del dueño, encargado y responsable al cargo.
- Nombre, dirección, teléfono y teléfono de contacto en caso de emergencia del agente en los EE.UU. (un familiar puede ser el representante)
- Todos los nombres comerciales y marcas que usa el establecimiento.
- Tipos de alimentos que procesa o almacena el establecimiento.
- Una declaración del dueño, encargado o responsable que certifique que la información suministrada es cierta y precisa. Si es otra persona la que hace el trámite de registro, entonces además debe certificar que está autorizado para ello, e identificar con el nombre, dirección y teléfono de quien lo autorizó.

Nota Aclaratoria: En caso de que se produzca cualquier cambio en la información enviada en el registro es **obligatorio actualizarla en un plazo de sesenta (60) días** Sin embargo, en el caso de que el establecimiento haya cambiado de dueño, entonces será necesario cancelar el registro y realizarlo de nuevo.

Si se realiza la solicitud por medio de internet, unos segundos después de enviarse toda la información descrita anteriormente, automáticamente se asigna a la empresa el número de registro. (Anexo 19)

Si se realiza el registro por medio de fax o correo los formularios deberán solicitarse y remitirse a la siguiente dirección: U.S. Food and Drug Administration (HFS-681) 5600 Fishers Lane, Rockville, Maryland 20857, por esta vía podría demorarse hasta dos meses para obtener el número de registro.

4.1.1.2 NOTIFICACION PREVIA

Además del registro del FDA, cada vez que se envía el producto hacia Estados Unidos se deberá realizar la notificación previa del envío del producto, por lo menos con cuatro horas de anticipación. Cabe mencionar que el encargado de realizar la notificación es según lo pactado en las negociaciones entre el exportador – importador.

La FDA es la encargada de confirmar la recepción de cada notificación previa de envío, indicando el número de confirmación que deberá incluirse en la documentación aduanera que se anexa al producto que se enviará. Los datos de la notificación previa más relevantes son:

- Nombre de la persona que realiza la notificación, la dirección postal de su centro de trabajo, teléfono, fax, dirección de correo electrónico, y firma en nombre de la cual hace la notificación, en su caso. Si se hace la notificación a través de otra persona, los mismos datos de la persona que hace la notificación en su lugar.

- Tipo de entrada, Identificación aduanera y naturaleza del producto
- Código FDA
- Nombre común o comercial del establecimiento
- País de producción
- Nombre y dirección del remitente
- País desde el que se hace el envío
- Fecha y hora prevista de llegada
- Nombre y dirección del consignatario final.
- Medio de transporte y código de transportista (IATA)
- Airway Bill number y número de vuelo.

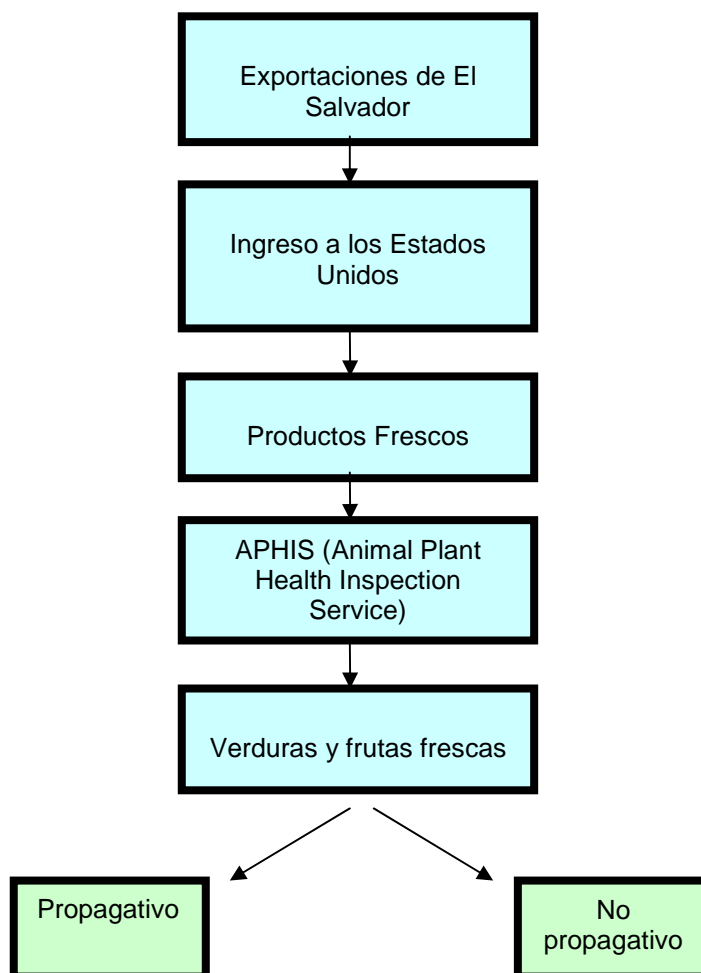
REGULACIONES FITOSANITARIAS PARA EL INGRESO DE LOROCO FRESCO A ESTADOS UNIDOS.

Para el ingreso comercial y no comercial de **verduras y frutas frescas a los Estados Unidos**, entre ellos el loroco fresco, es necesario pasar por una minuciosa inspección del producto, el cual determinará si el producto esta libre de plagas y enfermedades para ingresar al país.

Es necesario establecer en los documentos de exportación la partida arancelaria que identifica al loroco fresco según la HTS (Harmonized Tarife Schechule) para ingresar a ese país. La partida asignada es 07099090.

La institución encargada de velar por la sanidad vegetal y animal de los productos alimentarios exportados a Estados Unidos, es la APHIS (Animal Plant Health Inspection Service) dependiente del USDA.

A continuación se presenta un grafico que explica mejor el papel de la APHIS para el ingreso de loroco fresco a Estados Unidos y que todos los exportadores de productos frescos tienen que cumplir



La inspección del loroco fresco que se va a ingresar a los Estados Unidos es realizada en la aduana de entrada del país, por la APHIS para llevar un control y registro de los productos que ingresan al país. A continuación se detalla el procedimiento de inspección:

1. Identificar si el cargamento ha sido tratado previamente con calor o frío o va solamente como tránsito o es regresado a los Estados Unidos
2. Determinar el estatus de ingreso (admisibilidad) de este producto a los Estados Unidos, según el país de origen y así decidir si se le permite o no la entrada. (el loroco fresco posee admisibilidad para ingresar a este país)
3. Revisar el permiso fitosanitario. (que es el extendido por el Ministerio de Agricultura de El Salvador)
4. Verificar el cargamento y determinar su condición: empaque, embalaje, estado de maduración del producto, etc.
5. Tomar una muestra representativa, generalmente consiste en el 2% del total del cargamento
6. Inspeccionar la muestra y revisar si lleva insectos, enfermedades o cualquier contaminante como tierra o basura o malezas
7. Tomar acciones regulatorias basadas en los resultados de la inspección y muestreo, si el producto esta bien esta libre para ingresar al los Estados Unidos, sino este es regresado a su país de origen.

8. Documentar la acción tomada, para tener como referencias para exportaciones futuras.

5. PRESENTACION DEL LOROCO FRESCO:

La presentación de los productos frescos, especialmente en los mercados de exportación, se requieren de una inversión en atractivos logotipos, dibujos y gráficos de varios colores, diseño del envase, con el objeto de llamar la atención del consumidor.

El exportador deberá seleccionar el empaque, embalaje y la viñeta más idónea para enviar el loroco fresco, permitiéndole llegar en buen estado hasta su destino final y según lo pactado con el importador.

La presentación del producto que normalmente se utiliza para el envío del loroco fresco se presenta a continuación.



5.1 EMBALAJE

Es lo que se utiliza para transportar, manejar y almacenar el loroco fresco, protegiéndolo desde la salida del país hasta que llega a manos del importador. El embalaje más recomendado para transportar el loroco es el **Cartón corrugado**, ya que es liviano, de superficie suave, y atractiva que permiten la aplicación de etiquetas impresas y pueden ser fabricadas en un amplio rango de tamaños, formas y especificaciones de resistencia.

Entre las desventajas del uso del cartón corrugado están:

- No es reutilizable, por lo tanto su costo es alto;
- Se daña fácilmente con el agua y con la manipulación descuidada,
- No pueden producirse económicamente en pequeña escala y a menudo los materiales básicos tienen que ser importados.

Y sus ventajas son:

- Flexibilidad en el proceso de fabricación.
- Resistencia al manejo durante el transporte.
- Aprovechamiento de sus caras para la comunicación gráfica.
- Es reciclable.

En el interior de las cajas de cartón corrugado, se puede añadir papel o película de plástico para reducir la pérdida de agua de producto, también se

utiliza para impedir el daño por fricción o para proporcionar protección adicional.

Es importante mencionar que todo embalaje debe ir debidamente rotulado, especificando el nombre y dirección del exportador y del consignatario o importador, al mismo tiempo indicar la cantidad de bultos que se despacharán.

También se deben marcar los signos pictóricos (Anexo 20) los cuales tiene aceptación e interpretación universal, estos indican el cuidado con que se debe manejar el producto.



Parte lateral del embalaje de cartón corrugado



Parte superior del embalaje de cartón corrugado

5.2 EMPAQUE

Es lo que protege y donde está contenido el producto, además de que es un envoltorio inmediato, le proporciona la imagen. El empaque más idóneo para almacenar el loroco fresco es el “recipiente termo formado”.

El recipiente termo formado por sus características de resistencia y transparencia ha resultado una alternativa muy interesante para conservar la frescura del loroco, con olor, y mantenerse en buen estado sin perder la calidad, proporcionando varios beneficios entre los que se destacan:

- Excelente ventilación del producto.
- Presentación muy atractiva.
- Facilitan su transporte y almacenamiento en el embalaje.
- Manejo más higiénico del producto.
- Le da un valor agregado al producto.

Para conservar la frescura y durabilidad del producto, este debe mantenerse en cuartos fríos bajo una temperatura de -10 grados centígrados a -15 grados centígrados como temperatura máxima. A continuación se presenta un ejemplo de este tipo de empaque.

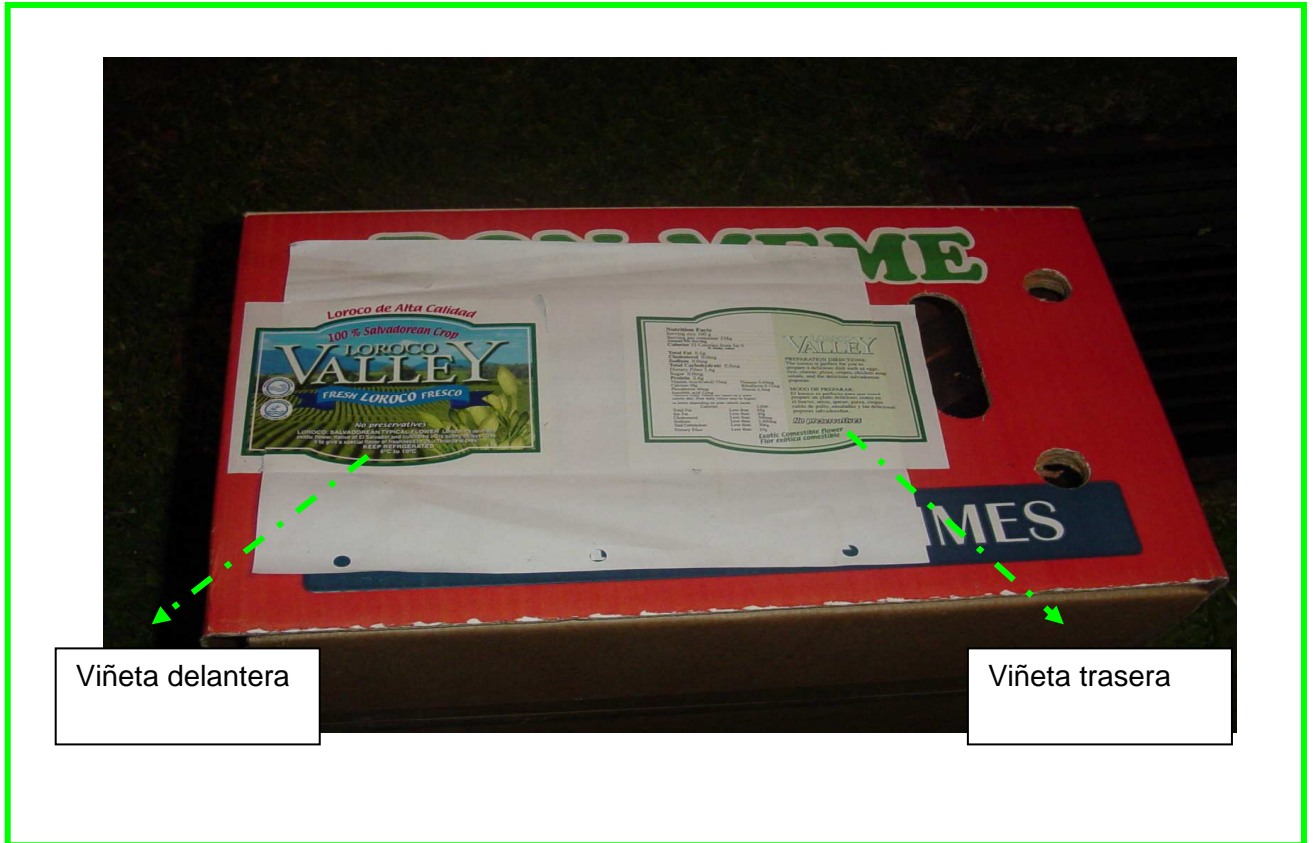


5.3 ETIQUETA DEL PRODUCTO

El empaque del producto debe contar con una viñeta o etiqueta, la cual es la parte informativa del producto, acerca del mismo y del exportador. En la etiqueta la información debe presentarse en inglés y español, indicando los siguientes aspectos:

- La declaración de entidad, conocida como el “nombre del producto”
- El contenido neto, se refiere sólo a la cantidad de alimento contenida en el envase.
- Nutrition Facts, donde se incluye una descripción detallada de todos los ingredientes que contiene el loroco.
- Nombre de la Empresa productora, se debe especificar la empresa importadora o responsable del producto.
- Código universal del producto (Código de barras)
- Instrucciones de uso
- Fecha de vencimiento.

En el siguiente grafico se presenta una muestra de cómo debe presentarse la etiqueta del loroco fresco:



II PARTE

CONCEPTOS QUE DEBE CONOCER EL EXPORTADOR PARA LLEVAR A CABO SU EXPORTACION.

A. LUGAR DE ENTREGA DEL PRODUCTO.

En el proceso de negociación de los productos hay un momento que se tiene que definir donde se entregará el loroco, si será en la bodega del vendedor, en el medio de transporte o el lugar donde decida el importador, para ello se utiliza los términos de comercio internacional (INCOTERMS).

Los INCOTERMOS son normas internacionales para la interpretación de los términos comerciales, que se establecen en las transacciones, los cuales regulan la distribución de documentos, las condiciones de entrega de la mercancía, la distribución de costos y de riesgos de la operación.

Los términos de negociaciones utilizados en las operaciones de exportaciones son en base a lo pactado entre el exportador – importador. En la actualidad los Incoterms más utilizados son los siguientes:

Cuando la entrega del producto se realiza en la bodega del vendedor o exportador, se utiliza el termino EXW, que significa entregar en fabrica, este es el término que menos responsabilidad representa para el vendedor, su

única responsabilidad es en poner la mercancía a disposición del importador, pues el lugar de entrega del producto es en fábrica. El importador es el responsable de cubrir los costos, riesgos y de llevar el producto hasta el lugar de destino.

Mientras que cuando el producto es pactado entregarlo en el puerto de embarque (terrestre, marítimo o aéreo), el término utilizado es el FOB, que significa entrega en el puerto de embarque, éste término representa un mayor grado de responsabilidad para el exportador, debido a que debe entregar el producto en el puerto de embarque. El importador es el responsable de movilizar el producto y cubrir costos y riesgos desde el puerto de embarque hasta el destino final.

El negociar un producto CIF obliga a que el exportador tenga la responsabilidad de entregar el producto en el puerto de destino. Asimismo el exportador contrata un seguro que garantizara la mercadería desde el puerto de origen hasta el puerto de destino. Existe la modalidad de este termino sin considerar la contratación del seguro, éste es conocido como C&F(cost and freight).

Estos términos son los mas recomendables cuando se inician las operaciones de exportación, aunque a mediada los empresarios van desarrollando se pueden utilizar o negociar otros INCOTERMS más completos.

B. FORMAS DE PAGO UTILIZADOS EN LAS EXPORTACIONES

El exportador cuenta con varias opciones seguras para recibir el ingreso generado por las exportaciones, cuando se este negociando con el importador, es necesario establecer los mecanismos de pagos más seguros para ambos. Existen diferentes formas de pago, pero las más utilizadas en comercio internacional se detallan a continuación:

a. TRANSFERENCIA BANCARIA

Esta forma de pago consiste en que el importador acude a su banco y solicita que se efectúe el pago a favor de su exportador, esto se realiza a través del banco del país del exportador, por la cantidad que fue pactada en la transacción. (Anexo 21). El exportador deberá proveer a su cliente los datos de su cuenta bancaria local o internacional para que se efectúe el depósito.

b. CARTA DE CREDITO

La carta de crédito es el documento emitido por el banco que autoriza al exportador obtener el pago en un plazo específico, una vez el importador ha cumplido con los términos y condiciones descritos (la aceptación de letras giradas, compromiso a pagar el valor de la exportación en el plazo pactado) en la carta de crédito. (Anexo 22)

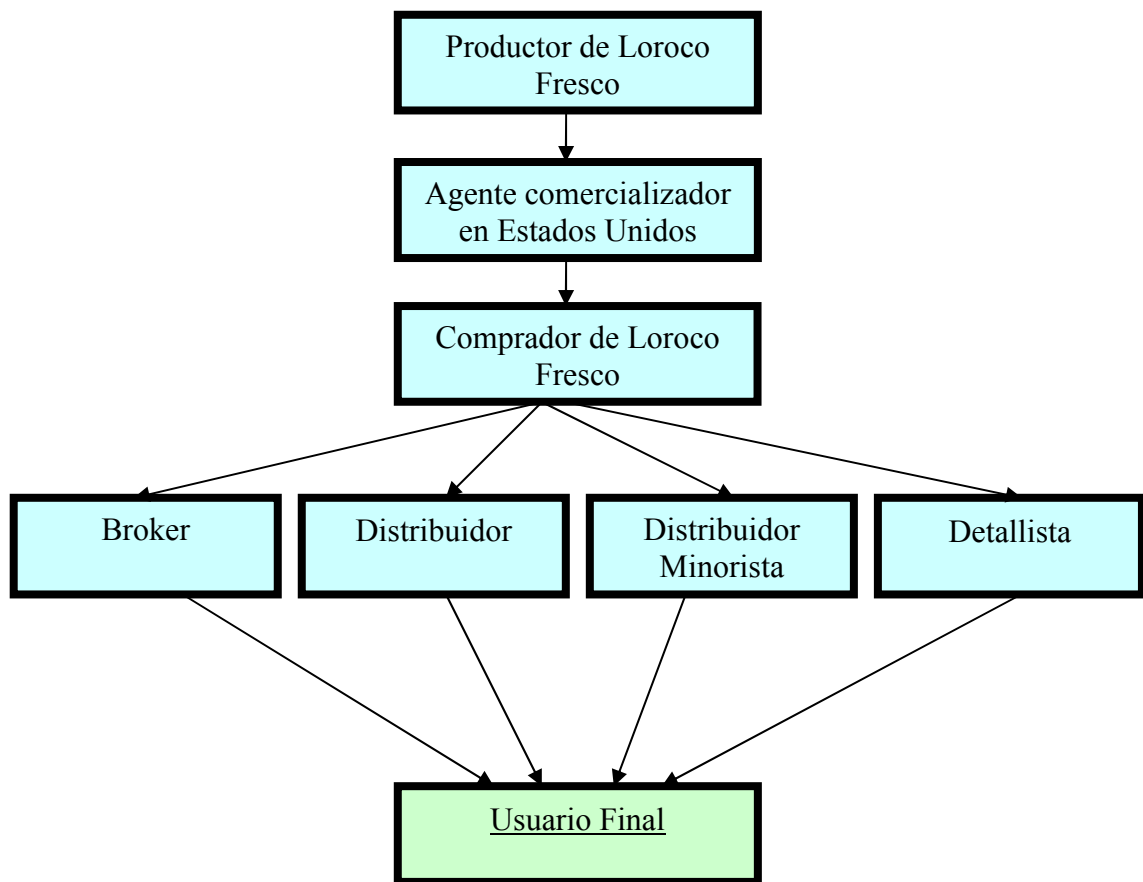
Con este documento el exportador se asegura de recibir su pago por envío del producto y el importador, por su parte, está seguro de recibir el producto ordenado en cuanto a calidad y cantidad. Es una opción bastante segura pero su costo es más elevado que las otras opciones.

C. CANALES DE COMERCIALIZACION PARA EL LOROCO FRESCO EN LOS ESTADOS UNIDOS.

Antes de introducir el producto en Estados Unidos, los exportadores deberán haber definido el canal de distribución que utilizarán para comercializar su producto. Un canal de distribución es el utilizado para hacer llegar el producto desde su empresa hasta el lugar donde se comercializará o será demandado por el consumidor final.

Para una adecuada elección del canal de exportación es preciso partir de dos puntos de referencia como lo son un estudio de mercado y las oportunidades del producto en el mercado.

Existen diferentes canales de distribución para hacer llegar el loroco fresco hasta su consumidor final, según investigación realizada la cadena de comercialización más utilizada para comercializar el “loroco fresco” en los Estados Unidos se presenta a continuación:



El productor de loroco fresco una vez tenga listo el producto es el encargado de negociar y vender el producto al agente comercialización en Estados Unidos.

Mientras que el agente de comercialización es el encargado de colocar el loroco fresco, es quien establece los precios de venta. El comprador de loroco es el encargado de vender el producto al broker, al distribuidor, al minorista y al detallista quienes son los encargados de llevar el producto hasta el usuario final.

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

Libros

- Álvarez Evelyn Osorio, Parada Jaco Mario, cultivo de loroco, La Libertad, San Salvador, diciembre de 2002.
- Castillo Marvin, Como Exportar desde El Salvador, Primera Edición, UCA Editores, 2001.
- Hernández Samperi, Metodología de la Investigación, Segunda Edición, Mc Graw Hill, México, 2000.
- Muñoz Campos, Guía para Trabajos de Investigación Universitarios, Tercera Edición, Editorial Publitéx, 1992.
- Parada, Sermeño, Rivas, el cultivo de loroco en El Salvador, Manual Técnico, OIRSA- VIFINEX, El Salvador, 2002
- Robbins Stephen, Coulter Mary, Administración, Quinta Edición, Prentice May Hispanoamérica, S.A.

- Revista Trimestral, Oct – Dic 2002, Banco Central de Reserva de El Salvador.
- Stanton William, Etzel Michael, Walter Bruce, Fundamentos de Marketing, México, Undécima Edición, McGraw Hill.
- Villacorta José Luis, Situación tecnológica y perspectiva de innovación en el cultivo de loroco en El Salvador, ISNAR, marzo del 2004

Periódicos

- Morena Rivera, Loroco El cultivo de Moda, fotorreportaje, El diario de Hoy, Pág. 34, 15 de julio de 2001
- Omar Cabrera, El Tratado Aumentará Comercio y Empleo, sección negocios, El Diario de Hoy, Pág. 47, Viernes 10 de enero 2003.
- Omar Cabrera, El Loroco busca nuevo mercado, sección negocios, El Diario de Hoy, Pág. 56, lunes 18 de agosto de 2003.

- Henríquez José Luis, Comercio de Loroco causa sensación en Los Angeles, sección de negocios, El Diario de Hoy, Pág. 44, miércoles 19 de noviembre de 2003
- Cabrera Omar, Exportadores se adaptan a Ley del Bioterrorismo, El Diario de Hoy, sección negocios, Pág. 40, lunes 12 de enero del 2004.
- Orsy Campos, Los desafíos para exportar plantas, sección actualidad, El Diario de Hoy, Pág. 3, domingo 1 de febrero de 2004.
- Wilfredo Moreno, Mas loroco con rumbo a estados Unidos, sección negocios, El Diario de Hoy, Pág. 42, viernes 20 de agosto de 2004

Leyes

- Ley de reactivación a las exportaciones, Decreto No. 460, emitida en el Diario Oficial 88, toma 307, el 18 de abril de 1990 y sus reforma, y el decreto ejecutivo No. 68 que contiene su reglamento de aplicación.
- Ley del Impuesto al Valor Agregado.

- Ley del Bioterrorismo
- Ley del Código Tributario

Sitios Web

- www.mag.gob.sv
- www.minec.gob.sv
- www.centrex.gob.sv
- www.fda.gob
- www.agronegocios.gob.sv
- www.elsalvadortrade.com.sv
- www.laprensa.com.sv
- www.elsalvador.com

- www.orisa.org.sv
- www.alianzas.or.cr