

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE FRUTA DESHIDRATADA HACIA EL MERCADO
JAPONÉS”**

GRADUANDOS:

KRIZZYA ARELÍ ALEGRÍA ALVARENGA
NANCY LILIANA MORALES PICHINTE
LORENA APOLONIA PÉREZ GUTIÉRREZ

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADA EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**DOCENTE ASESOR:
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCÍA**

MAYO DE 2016

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector Interino: Lic. Luis Argueta Antillón.

Vicerrector Administrativo Interino: Ing. Carlos Villalta.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano: Lic. Nixon Rogelio Hernández.

Vicedecano: Lic. Mario Wilfredo Crespín Elías.

Secretario: Msc. José Ciriaco Gutiérrez Contreras.

Administrador Académico: Lic. Edgar Medrano.

Coordinador de la Escuela de Mercadeo Internacional : Lic. Miguel Pineda.

Docente Asesor: Lic. Edwin David Arias Mancia.

Coordinador de Seminario: Msc. Carlos Silfredo Molina.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios por haberme otorgado una familia maravillosa, quienes siempre han creído en mí; dándome ejemplo de superación, humildad y sacrificio; enseñándome a valorar todo lo tengo y a luchar por lo que no tengo, y deseo.

También agradezco a todos los docentes que me guiaron a lo largo de mi carrera ya que ellos son los mentores quienes me ayudaron a crecer y a formarme como profesional.

A todos ellos dedico el presente trabajo porque han fomentado en mí el deseo de superación y de triunfo en la vida. Lo que ha contribuido a la consecución de este logro. Espero siempre contar con su valioso e incondicional apoyo.

Nancy Morales.

Primeramente a Dios por darme la sabiduría necesaria para culminar esta meta, a mis padres Nelson Alegría y Jesús de Alegría y mis hermanos Yansy Alegría e Irving Alegría, por la paciencia, apoyo y amor que me han brindado en cada paso de mi vida, y por impulsarme de sobremanera a luchar por mis sueños, dándome el mayor ejemplo de humildad y perseverancia.

A mis compañeras, amigas y ahora colegas: Lorena Pérez y Nancy Morales, con quienes hemos recorrido de principio a fin este largo pero interesante camino, superando juntas cada dificultad y celebrando cada logro.

Y a todas las personas amigos(as), familiares, docentes y asesor Lic. Edwin Arias, que directa o indirectamente han tenido a bien ayudarme para mi formación como ser humano y profesional.

Krizzya Alegría.

Agradezco a Dios por brindarme la fortaleza y sabiduría necesaria para alcanzar mis objetivos, a mi Padre Sergio Pérez y en especial a mi madre Lorena Gutiérrez por confiar, creer en mí y en mis expectativas, por los valores y principios que me inculcaron, que me hacen ser quien soy, a mi hermana Beatriz que representa una bendición en mi vida, a mi novio Alexander Rivas y su familia que de una u otra forma me han apoyado incondicionalmente en el transcurso de todo este proceso.

A mis amigas Krizzya Alegría y Nancy Morales por formar parte de mi vida, por todo su cariño, me siento afortunada de haberlas conocido y culminar esta meta juntas.

A demás amigos(as), Familiares, docentes y asesor de tesis Lic. Edwin Arias Mancía por sus conocimientos y orientaciones brindadas durante el período que ha durado este trabajo de investigación.

Lorena Pérez.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	i
INTRODUCCIÓN.....	iii
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO SOBRE PLAN DE EXPORTACIÓN E INDUSTRIA DESHIDRATADORA DE FRUTA.....	1
I. MARCO TEÓRICO.....	2
A. Comercio Internacional.....	2
1. Definición de comercio internacional.....	2
2. Importancia del comercio internacional.....	3
3. Beneficios del comercio internacional.....	4
4. Comercio en El Salvador.....	4
B. Generalidades de las exportaciones e importaciones.....	7
1. Exportaciones.....	7
2. Importaciones.....	8
3. Regímenes aduaneros.....	9
C. Plan de Exportación.....	12
1. Definición de Plan de Exportación.....	12
2. Funciones de un Plan de Exportación.....	13
3. Importancia de un Plan de Exportación.....	13
4. Contenido del Plan de Exportación.....	14
4.1 Descripción de la industria.....	14
4.2 Descripción del producto.....	14
4.3 Descripción del Mercado Japonés.....	15
4.4 Fuentes de financiamiento.....	15
4.5 Formas de pago internacional y reducción del riesgo.....	16
4.6 Términos de negociación internacional.....	16
4.7 Regulaciones no arancelarias.....	16
4.8 Documentos y trámites de exportación.....	16

4.9 Logística y transporte.....	17
4.10 Regulaciones arancelarias.....	17
4.11 Anexos.....	17
D. Industria deshidratadora de fruta.....	18
1. Definición de fruta deshidratada.....	18
2. Características de la fruta deshidratada.....	19
3. Beneficios que brinda la fruta deshidratada en la salud.....	19
4. Proceso de deshidratación de fruta.....	20
4.1 Descripción del proceso de deshidratado de fruta.....	22
4.2 Flujograma específico del proceso de deshidratación de fruta.....	24
II. MARCO HISTÓRICO.....	26
A. Antecedentes de la industria de deshidratación de fruta en El Salvador.....	26
B. Instituciones públicas y privadas que contribuyen a la Industria del procesamiento de fruta en El Salvador.....	29
C. Evolución de las exportaciones de fruta deshidratada en El Salvador.....	33
D. Relaciones diplomáticas entre El Salvador y Japón.....	36
III. MARCO LEGAL.....	38
A. Acreditación de exportador en El Salvador.....	38
B. Instituciones que apoyan las exportaciones en El Salvador.....	42
C. Leyes que regulan las importaciones de fruta deshidratada a Japón.....	48
D. Sistema Generalizado de Preferencial (SGP).....	53
IV. MARCO CONCEPTUAL.....	54
A. Recuento de conceptos y categorías.....	54
 CAPITULO II. GENERALIDADES DE LA INDUSTRIA DEL DESHIDRATADO DE FRUTA EN EL SALVADOR Y ANÁLISIS DEL MERCADO JAPONÉS, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN, INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	 66
A. Análisis situacional.....	66
1. Generalidades de la industria del deshidratado.....	66

2. Identificación del problema.....	69
3. Enunciar el problema.....	71
3.1 Planteamiento del Problema.....	71
4. Descripción del diagnóstico FODA de la industria.....	71
4.1. Análisis Interno.....	71
4.2. Análisis Externo.....	75
5. Conclusión del Diagnostico situacional.....	79
B. Análisis PEST del mercado de Japón.....	80
1. Factor Político.....	80
1.1 Poder Ejecutivo.....	81
1.1.1 La función del Emperador Japonés.....	87
1.2 Poder Legislativo (Dieta Nacional).....	87
1.2.1 La Cámara de Consejeros.....	87
1.2.2 La Cámara de Representantes.....	88
1.3 Poder Judicial.....	89
1.4 Política Exterior.....	90
1.5 Política Comercial.....	100
1.6 Proteccionismo.....	104
2. Factor económico.....	104
2.1 Tipo de cambio con respecto al dólar.....	107
3. Factores sociales.....	108
3.1 Demografía.....	108
3.2. Salud, educación y seguridad.....	110
3.2.1 Salud.....	110
3.2.2 Educación.....	110
3.2.3 Seguridad.....	111
3.3 Renta per cápita (PPA).....	112
3.4. Estilo de vida del japonés.....	112
3.5. Comportamiento en el consumo de fruta deshidratada.....	113
4. Factor tecnológico.....	114
5. Conclusión del análisis PEST.....	116

C. Investigación de campo.....	118
1. Diseño de la investigación.....	118
2. Objetivos de la investigación.....	119
2.1 Objetivo general.....	119
2.2. Objetivos específicos.....	119
3. Fuentes de información.....	120
3.1. Información primaria.....	120
3.2. Información secundaria.....	121
4. Tipo de investigación.....	123
4.1. Tipo de enfoque.....	124
4.2. Método científico.....	124
5. Unidades de análisis.....	124
6. Universo y muestra poblacional.....	125
6.1 Universo.....	125
6.2 Muestra Poblacional.....	126
6.2.1 Tipo de muestreo.....	126
6.2.2 Tamaño de la Muestra.....	126
6.2.3 Clasificación de la muestra poblacional.....	126
7. Técnica e instrumento utilizados en la investigación.....	127
7.1. Técnica a emplear.....	127
7.1.1. Entrevista directa.....	127
7.2 Instrumento de investigación.....	128
7.2.1. El Cuestionario.....	128
8. Análisis de los resultados.....	128
D. Conclusiones y recomendaciones de la investigación.....	142
1. Conclusiones de la investigación.....	142
2. Recomendaciones de la investigación.....	143
E. Conclusiones y Recomendaciones Generales.....	144
1. Conclusiones.....	144
2. Recomendaciones.....	145

CAPITULO III PROPUESTA SOBRE PLAN DE EXPORTACIÓN DE FRUTA DESHIDRATADA HACIA EL MERCADO JAPONÉS.....	146
A. Plan de exportación.....	146
1. Objetivos.....	147
1.1. Objetivo general.....	147
1.2 Objetivos Específicos.....	147
2. Importancia.....	147
3. Alcance.....	148
4. Justificación.....	149
B. Análisis del país de destino.....	151
1. Datos Básicos.....	151
2. Situación política.....	153
3. Situación económica.....	154
3.1 Entorno de negocios.....	155
3.2. Inversión Extranjera Directa (IED).....	156
4. Entorno socio cultural.....	157
4.1. Familias.....	157
4.2. Festividades.....	158
4.3. Normas y Actitudes.....	160
4.4. Medios de comunicación.....	162
4.5. Cultura empresarial.....	164
5. Tecnología.....	165
C. Análisis de Mercado.....	166
1. Demanda de fruta deshidratada en Japón.....	166
2. Principales competidores.....	167
3. Productos sustitutos.....	169
4. Mercado Potencial.....	169
4.1 Selección del mercado.....	169
4.2. Mercado meta.....	170
4.3. Segmentación de mercado.....	171
D. Producto.....	171

1. La fruta deshidratada.....	172
1.1. Principales características de las frutas deshidratadas.....	172
2. Calidad.....	173
2.1. Control de Calidad.....	174
3. Etiquetado.....	174
4. Presentación del producto.....	175
5. Ficha producto.....	175
E. Condiciones de acceso al mercado.....	176
1. Clasificación arancelaria.....	176
2. Regulaciones arancelarias y no arancelarias.....	176
2.1. Regulaciones arancelarias.....	176
2.1.1. Sistema generalizado de preferencias (SGP).....	177
2.2. Regulaciones no arancelarias.....	177
2.2.1. Certificado Sanitario.....	178
2.2.2 Aditivos alimentarios.....	181
2.2.3 Niveles máximos permitidos de productos químicos y contaminantes.....	182
2.2.4. Certificación JAS.....	183
2.2.5 Etiquetado y envasado.....	185
F. Fuentes de financiamiento.....	187
G. Formas de pago internacional.....	190
H. Logística y Transporte.....	192
1. Logística de transporte.....	192
2. Tipo de transporte de mercancías.....	193
2.1. Transporte Marítimo.....	193
2.2. Transporte aéreo.....	195
2.2.1 Embalajes en el transporte aéreo.....	197
3. Infraestructura portuaria y aeroportuaria de Japón.....	198
I. Términos de Negociación Internacional (INCOTERMS).....	198
1. Reglas para la utilización de los INCOTERMS.....	199
J. Precio de exportación.....	207
K. Proceso de exportación.....	210

1. Preparación previa a la exportación.....	210
1.1 Registro de Exportador: Pasos a seguir para obtener la Acreditación como exportador en El Salvador.....	211
2. Pasos para realizar la exportación de frutas deshidratadas hacia Japón.....	212
3. Documentos necesarios para exportar hacia Japón.....	214
3.1 Documentos de Transporte.....	216
BIBLIOGRAFÍA.....	218
ANEXOS.....	226

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente proyecto tiene como propósito detallar los elementos que conforman un plan de exportación de fruta deshidratada con destino al mercado Japonés.

La técnica de deshidratación se ha manejado desde tiempos muy remotos en El Salvador convirtiéndola en una nueva práctica para el mercado local. De igual manera los procesos de exportación se ven agilizados debido a los diferentes tratados de libre comercio que posee El salvador con una gran cantidad de países, y algunos sistemas preferenciales de apoyo a las exportaciones.

Para ejecutar una exportación se debe contar con los suficientes recursos humanos y financieros, así como también es indispensable investigar el mercado al cual se realizara la exportación, en este caso Japón. Conociendo su cultura, sin dejar atrás aspectos que influyen en los procesos, como la situación financiera, política y económica del país; debido a que tales aspectos dan un panorama de las oportunidades que pueden existir en dicho mercado.

Por lo cual el presente trabajo se ofrece una explicación de todos los elementos antes mencionados del país de destino, así como también el detalle de aspectos a considerar en el proceso de exportación.

El capítulo I, denota que primeramente se debe tener conocimiento concreto de los términos utilizados en el comercio exterior, exportaciones, importaciones, conocer los distintos regímenes aduaneros, que son las barreras arancelarias y no arancelarias presentadas en los procesos de exportación, así como también identificar características de la fruta deshidratada y la industria. Además, se determina que es un plan de exportación y su importancia para dicha industria.

En el capítulo II se establece una investigación para determinar los elementos y pasos necesarios a realizar y tomar en cuenta por las empresas salvadoreñas productoras de fruta deshidratada que deseen exportar a Japón, el cual es considerado como un mercado muy

complejo. También se muestra un análisis FODA de la industria del deshidratado de fruta en El Salvador y un análisis PEST de Japón, especificando factores generales que pueden afectar ya sea positiva o negativamente a las empresas exportadoras.

Para el capítulo III se presenta la propuesta del Plan de exportación de fruta deshidratada hacia Japón, explicando los principales elementos que influyen en el proceso de exportación; se describen los requisitos para obtener la acreditación como exportador en El Salvador, los documentos necesarios a utilizar en el proceso, los requisitos que debe cumplir el producto a exportar tanto en El Salvador como en Japón, así como las certificaciones necesarias que garantizan la calidad del producto en el mercado Japonés. Y de igual se da una breve descripción de los términos internacionales de negociación INCOTERMS utilizados en el comercio internacional.

Esto con el fin de facilitar el trabajo de las empresas salvadoreñas que de alguna manera se encuentren interesadas en ampliar sus destinos de exportación, hacia un mercado como lo es, el mercado de Japón.

INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo de investigación brinda una asesoría de exportación a todas aquellas empresas que integran la industria del deshidratado de fruta en El Salvador, que deseen expandir sus operaciones al mercado de Japón; para ello se ofrece una propuesta de un *Plan de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado Japonés*, en el cual se explican los elementos y pasos necesarios para realizar una exportación exitosa al mercado en mención.

Este plan de exportación es de mucha relevancia puesto que, desde hace más de una década, a nivel mundial, se ha despertado una ola de oportunidades de negocios relacionadas con el cuidado de la salud. Las personas especialmente aquellas que habitan en países desarrollados muestran mayor preocupación por verse bien, vivir más tiempo y mejor; esto ha llevado a cambiar el estilo de vida y los hábitos de consumo de las personas.

El mejoramiento y desarrollo de nuevas tecnologías para el procesamiento de los alimentos, ha conseguido productos más seguros para el consumo humano, accesible y duradero, que proporcionan grandes beneficios a la salud. La deshidratación es una de las técnicas más utilizadas para conservar los alimentos, este producto también es conocido un snacks saludable que aportan los requerimientos nutricionales adecuados para los consumidores.

Además de dar beneficios a los consumidores, estos productos aportan rentabilidad a las empresas, puesto que los precios de las frutas deshidratadas son más altos que los pagados por la fruta fresca. Pero esto no es un factor determinante para los consumidores de dicho producto, ya que están dispuestos a pagar mayores cantidades de dinero con el fin de ingerir alimentos que cuiden de su salud y aporten nutrientes para el buen funcionamiento de su organismo, tal es el caso de la población nipona.

Ya que ellos aparte de interesarse en el cuidado de su salud viven en una zona que cuenta con muy poco suelo cultivable, lo que dificulta el cultivo y abundancia de frutas tropicales, haciendo que este tipo de productos sean muy demandados.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO SOBRE PLAN DE EXPORTACIÓN E INDUSTRIA DESHIDRATADORA DE FRUTA.

La tendencia del comercio mundial hacia la internacionalización de los mercados, continua en aumento debido a que las empresas que operan únicamente en mercado locales, presentan la dificultad de mantener sus tasas de crecimiento; por lo que muchas optan por penetrar mercados exteriores que permitan la absorción de su capacidad de producción. Los beneficios y la rentabilidad que se obtienen de realizar operaciones en el exterior es un incentivo muy importante, pues en ocasiones son mayores de las que se tienen en su país de origen.

La eliminación de barreras arancelarias, los Tratados de Libre Comercio y otros acuerdos comerciales, permiten que las empresas se expandan en todo el mundo atravesando sus fronteras de origen; por consiguiente las economías actuales promueven la creación de mercados de exportación, la investigación y desarrollo de nuevos productos, igualmente el acceso a la tecnología favorece a las empresas permitiéndoles acortar distancias en operaciones y esto permite un avance hacia la internacionalización.

Cuando las empresas optan por entrar en un nuevo mercado internacional concibe tanto riesgos como oportunidades; esto se convierte en una tarea que requiere dedicación y esfuerzo para realizarlo con éxito, en esta etapa surgen muchas interrogantes, por lo que previamente se debe tener definido ¿Qué se exportará? y ¿Hacia dónde se exportará? para luego determinar el ¿Cómo exportar?, Bajo este contexto, es sumamente importante preparar adecuadamente a las empresas y para ello es necesario tener un Plan de exportación.

Previo a la elaboración de un Plan de exportación, es necesario tener conocimientos fundamentales como: teóricos, históricos y legales, los cuales servirán como base para realizar una investigación confiable. Estos conocimientos serán expuestos ampliamente en el presente capítulo, proporcionando una mejor comprensión de cada uno de los elementos que debe contener.

I. MARCO TEORICO.

A. Comercio Internacional.

1. Definición de comercio internacional.

El Ministerio de Economía de El Salvador define que el *Comercio Internacional* “Es el intercambio de bienes o servicios entre personas de distintos países”.¹ Es decir que esto da origen a salidas de mercancía de un país y entradas de mercancías procedentes de otros países.

Esta actividad se realiza a través de la utilización de divisas y está sujeta a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el proceso de intercambio y los gobiernos de sus países de origen.

El proceso de comercio internacional comienza a potencializarse a partir de la segunda mitad del siglo XX, con el avance de las telecomunicaciones y el desarrollo de los medios de transporte. El sistema capitalista ya asentado en todo el mundo, basa su crecimiento en el libre comercio y en la eliminación de fronteras y trabas.

No existe una sola nación en el mundo que pueda considerarse autosuficiente por sí misma y que no necesite del apoyo de los demás países, aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales

¹ Ministerio de Economía de El Salvador (s.f.) *Comercio Exterior*. Consultado el 16 de octubre de 2015 en http://www.elsalvadorcompite.gob.sv/portal/page/portal/SID_ROOT/SID_COMERCIO_PAGE.

suplen sus necesidades. La importancia de desempeñar buenas relaciones Internacionales es vital en la actualidad para el buen desarrollo económico, comercial y cultural de los países a nivel mundial.

Las distintas ubicaciones y condiciones climatológicas propias de cada nación la hacen producir bienes distintos e intercambiar con zonas donde producen bienes necesarios para la supervivencia y desarrollo de áreas vitales entre naciones. El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar los activos que mejor producen y luego intercambian con otros países lo que a su vez ellos producen mejor.

2. Importancia del comercio internacional.

La importancia que contraen las relaciones internacionales en el campo comercial, político, social o cultural ha alcanzado, a nivel mundial, un profundo significado, a tal grado que no se puede hablar tan sólo intercambio de bienes sino de programas de integración entre las naciones involucradas.

Todos los países, incluidos los más pobres, poseen activos ya sean humanos, industriales, naturales y financieros los cuales pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el mercado exterior.

El comercio Internacional muestra cómo las Naciones pueden beneficiarse cuando esas mercancías y servicios se comercializan. Significa que los países prosperan, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiando estos productos por los productos que otros países producen mejor.

De esto podemos deducir que el Comercio Internacional obedece principalmente a dos causas:

- a) Distribución irregular de los recursos económicos.
- b) Diferencias de precios, la cual a su vez se debe a la posibilidad de producir bienes de acuerdo con las necesidades y gustos del consumidor.

3. Beneficios del comercio internacional.

EL comercio internacional brinda una gran cantidad de beneficios entre los cuales se puede mencionar:

- a) Cada país tiene la oportunidad de especializarse en la producción de aquellos bienes o servicios donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.
- b) Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente o no sean producidos.
- c) Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo Interno hacia otros países, en otros mercados.
- d) Permite un equilibrio entre la escasez y el exceso.
- e) Promueve relaciones amistosas entre los países con los cuales se tienen relaciones económicas.
- f) Promueve el desarrollo del país.
- g) Crea nuevos puestos de trabajo.
- h) Genera nuevos contactos importantes para negocios.

4. Comercio en El Salvador.

El Comercio en El Salvador dio inicio desde la época precolombina, cuando los indígenas intercambiaban sus productos a través del *trueque*, el cual consistía en el intercambio de productos. Luego el sistema de comercio fue evolucionando a medios que facilitaban el cambio de mercancías, utilizando el cacao como moneda para la compra y venta de productos; con la llegada de los conquistadores se introdujo la moneda española.

Durante la segunda mitad del siglo XIX la principal actividad comercial de El Salvador era la agricultura, centrándose en la siembra y comercialización de granos básicos, el algodón y el añil, siendo este último muy reconocido gracias al aumento de la demanda mundial de tintes naturales, sin embargo, el añil fue perdiendo valor, debido a que en Europa se comenzó a comercializar colorantes artificiales que poco a poco desplazaban la venta del añil en El Salvador.

Gradualmente el añil fue sustituido por el café, convirtiéndose este en el principal producto de exportación, es así como El Salvador pasa a ser un país mono productor y mono exportador, es decir que las mejores tierras se dedicaban solo al cultivo del *café*, esta actividad dio como resultado un rápido crecimiento al país, lo que impulso la construcción del ferrocarril y el puerto de Acajutla; infraestructura que viene a agilizar más el comercio y hacer estos procesos comerciales mucho más fáciles.

Luego como resultado de la crisis mundial de 1932 el precio del café cae, afectando gravemente la economía nacional, sin embargo, hubo un posterior crecimiento económico como resultado de las relaciones comerciales con Estados Unidos, creándose la carretera del Litoral que conectaba a los países de Centroamérica junto con el puerto de Acajutla, que finalizados por completo dio paso a la época del Mercado Común Centroamericano, que fue creado con el fin de responder a los intereses de la burguesía Centroamericana y a los intereses de Estados Unidos.

El Salvador aplica un modelo de economía abierta, pues desde los años setenta del siglo XX, ha practicado un sistema de libre comercio con los países del área Centro Americana, como parte de la integración comercial y política del área. Para el presente siglo XXI, El Salvador ha adoptado un esquema conforme a la globalización, lo que ha llevado consigo constantes proceso de negociación con otras naciones, alcanzando diferentes Tratados de Libre Comercio, los cuales pueden ser reflejados en tabla N° 1:

Tabla N° 1

El Salvador - Tratados de Libre Comercio Vigentes

Tratado	Vigencia
República Dominicana	Octubre 2001
Chile	Junio 2002
Panamá	Abril 2003
Taiwán	Marzo 2008
CARTA DR (EE UU, Centro América y Republica Dominicana	Marzo 2006
Colombia	Febrero 2010
Único Centro América – México	Septiembre 2012
Acuerdo de Alcance Parcial El Salvador – Cuba	Agosto 2012
Acuerdo de Asociación con la Unión Europea	Octubre 2013

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de La Cámara Americana de Comercio de El Salvador (2015).

Además, El Salvador ofrece una variedad de productos y servicios como parte de su oferta exportable hacia diferentes destinos, sin embargo, entre principales sectores de exportación destacan tres sectores, los cuales se detallan en la siguiente tabla:

Tabla N° 2

Principales sectores de exportación en El Salvador.

Sector	Principales mercados de destino.		
Agroindustria, alimentos y bebidas, ocupando el segundo lugar en exportaciones.	Estados Unidos, Honduras, Alemania,	Unidos, España, Nicaragua,	Guatemala, Canadá, Panamá,

Manufacturas diversas (Prendas de Vestir, Plásticos, Industria del metal, Química y Farmacéutica), ocupa el primer lugar en exportaciones totales del país.	República Dominicana y México. Estados Unidos, Honduras, México, Canadá, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, República Dominicana, Panamá y Venezuela.
Servicios (software y aplicaciones móviles, servicios creativos, arquitectura e ingeniería consultorías especializadas) contribuye significativamente a la economía salvadoreña, ocupando el tercer lugar.	

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de El Salvador Trade y PROESA.

A pesar de los todos los obstáculos surgidos a través del tiempo, El Salvador ha ido evolucionando constantemente en materia de comercio exterior, favoreciendo el crecimiento económico del país y de esta manera puede considerarse un miembro del comercio internacional.

B. Generalidades de las exportaciones e importaciones.

1. Exportaciones.

De acuerdo al Glosario del Ministerio de Hacienda de El Salvador (2015) *Exportación* es: “El régimen mediante el cual las Mercancías son enviadas para su uso o consumo definitivo en el exterior, previo el cumplimiento de todas las formalidades aduaneras y las de otro carácter que sean necesarias”.²

Las exportaciones son importantes para el crecimiento económico de un país. Por lo general, un alto volumen de exportaciones se traduce en una mayor demanda externa de

² Ministerio de Hacienda de El Salvador (2015). *Glosario*. Consultado el 18 de Julio de 2015, en <http://www.mh.gob.sv/portal/page/portal/PMH/Ayuda/Glosario1>

productos nacionales, en un mayor número de personas con empleo y más dinero en manos del consumidor que puede llevar a un aumento de la actividad económica lo que al fin repercute en el aumento del PIB.

Conforme crece la capacidad productiva de una empresa, la oportunidad de exportar es cada vez mayor. Comúnmente se piensa que las empresas más grandes son las principales exportadoras, sin embargo las empresas pequeñas también están desarrollando estrategias de exportación para entrar en el mercado de otros países. Existen factores que determinan el modo en que una empresa ingresa en otro país los cuales son:

- a) Las ventajas de propiedad de la empresa: se refiere a los activos fijos que posee la empresa, a la experiencia internacional y su capacidad para desarrollar productos innovadores. El potencial de exportación debe ser examinado en base a las oportunidades y recursos con los que se cuenta., y posteriormente, evaluar si será capaz de cubrir con las expectativas de producción deseadas.
- b) Las ventajas de ubicación del mercado: la empresa debe determinar si existe un mercado para sus bienes y servicios, cuál es su tamaño y potencial de crecimiento del mercado. También puede conocer a los mercados que quiere penetrar aprendiendo por medio de ferias comerciales, anuncios o artículos de publicaciones comerciales donde se exportan productos similares a los suyos.
- c) Las ventajas de internacionalización: son todas aquellas habilidades que posee la empresa para alcanzar sus metas por méritos propios, es decir, sin necesidad de ceder licencias a otras compañías.

2. Importaciones.

Según Brand (2006), las *Importaciones* son: “bienes y servicios que son internados a un país por medio del comercio exterior”.³ Estas permiten a los agentes económicos

³ Brand, Salvador O. (2006) *Diccionario de economía* (PP. 252). El Salvador: Editorial Juridica .

incrementar sus posibilidades de elección ya que son más numerosos los productos y servicios para escoger y ofrecen características más variadas.

El éxito de un producto o servicio importado en el mercado nacional, también puede alentar a los productores locales a competir, incluso llega a mejorar la calidad de los productos así como también se amplía la diversidad de marcas disponibles para los consumidores, la gama de mercancías y servicios producidos localmente.

No solamente los consumidores tienen más opciones para elegir porque compran productos extranjeros acabados. Los productos importados se utilizan a su vez como materiales, componentes y equipos en la producción local.

3. Regímenes aduaneros.

Conforme al Artículo 89 del Código Aduanero Uniforme Centroamericano (2008) Se entenderá por *Regímenes Aduaneros*: “las diferentes destinaciones a que puedan someterse las mercancías que se encuentran bajo control aduanero, de acuerdo con los términos de la declaración presentada ante la Autoridad Aduanera”.⁴

Las mercancías pueden destinarse a los siguientes regímenes aduaneros:

Tabla N° 3

Clasificación de los regímenes aduaneros.

Tipo de Régimen	Descripción
Definitivos:	
Importación definitiva.	Ingreso de mercancías procedentes del exterior para su uso o consumo definitivo en el territorio aduanero.

⁴Consejo de Ministros de Integración Económica.(2008).*Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA)*.(Tomo 379,PP. 22).[s]: “El Autor”.

Exportación definitiva.	Salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior.
Temporales o Suspensivos:	
	Régimen bajo el cual las mercancías sujetas a control aduanero son transportadas de una aduana a otra por cualquier vía, con suspensión total de los tributos respectivos.
Tránsito aduanero.	Las mercancías en tránsito aduanero estarán bajo custodia y responsabilidad del transportista, sin perjuicio de las responsabilidades de terceros. El tránsito aduanero podrá ser internacional o interno.
Importación Temporal con reexportación en el mismo estado.	Permite ingresar al territorio aduanero por un plazo determinado, con suspensión de tributos a la importación, mercancías con un fin específico, las que serán reexportadas dentro de ese plazo, sin haber sufrido otra modificación que la normal depreciación como consecuencia de su uso.
Admisión temporal para perfeccionamiento activo.	Ingreso al territorio aduanero con suspensión de tributos a la importación, de mercancías procedentes del exterior, destinadas a ser reexportadas, después de someterse a un proceso de transformación, elaboración o reparación u otro legalmente autorizado.
	Las mercancías son almacenadas por un plazo determinado, en un lugar habilitado al efecto, bajo potestad de la Aduana, con suspensión de tributos que correspondan.
Depósito de Aduanas o Depósito Aduanero.	Las mercancías en depósito de aduanas, estarán bajo custodia, conservación y responsabilidad del depositario.
	Los depósitos de aduana podrán ser públicos o privados.

Exportación temporal con reimportación en el mismo estado.

Régimen aduanero mediante el cual, con suspensión del pago de tributos a la exportación en su caso, se permite la salida temporal del territorio aduanero, de mercancías nacionales o nacionalizadas, con un fin específico y por un tiempo determinado, con la condición que sean reimportadas sin que hayan sufrido en el exterior ninguna transformación, elaboración o reparación, en cuyo caso a su retorno serán admitidas con liberación total de tributos a la importación.

Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.

Permite la salida del territorio aduanero por un plazo determinado de mercancías nacionales o nacionalizadas, para ser sometidas en el exterior a las operaciones de transformación, elaboración, reparación u otras permitidas, con suspensión en su caso, de los tributos a la exportación, para ser reimportadas bajo el tratamiento tributario y dentro del plazo establecido en el Reglamento.

Liberatorios:

Zonas Francas.

Permite ingresar a una parte delimitada del territorio de un Estado Parte, mercancías que se consideran generalmente como si no estuviesen en el territorio aduanero con respecto a los tributos de importación, para ser destinadas según su naturaleza, a las operaciones o procesos que establezca la autoridad competente.

Las zonas francas podrán ser entre otras, comerciales, industriales o mixtas.

Reimportación.	Permite el ingreso al territorio aduanero, de mercancías nacionales o nacionalizadas, que se exportaron definitivamente y que regresan en el mismo estado, con liberación de tributos.
Reexportación	Permite la salida del territorio aduanero, de mercancías extranjeras llegadas al país y no importadas definitivamente.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos del Consejo de Ministros de Integración Económica.(2008).*Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA)*.

C. Plan de Exportación

1. Definición de Plan de Exportación.

Según el Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Colombia un Plan de Exportación es el “Documento que contiene la descripción de la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico y el conjunto de todas las acciones que se deben realizar para lograr la comercialización de sus productos y/o servicios en el exterior”.⁵

De acuerdo a lo anterior se puede decir que Un plan de exportación es la herramienta apropiada para lograr un equilibrio entre los requerimientos y las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desea ofrecer.

Asimismo, provee de los elementos que le permiten programar adecuaciones tanto administrativas que deberán concretarse como lo son apoyos financieros necesarios para garantizar la viabilidad del proyecto.

⁵ Zeiky – Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Colombia (2012). *Tramites Y Documentos para Exportación*. Colombia: “el autor”.

2. Funciones de un Plan de Exportación.

Las funciones de un Plan de exportación son muchas, pues le permite al exportador tener una herramienta para la empresa, y es de sumo interés para que el proceso de exportación se desarrolle con éxito. Entre las principales tenemos:

- a) Determinar los esfuerzos previos de adaptación que deben hacerse a los productos.
- b) Evaluar el proceso de logística y distribución.
- c) Establecer los aspectos formales y financieros del proceso exportador.
- d) Definir los requisitos para exportar de acuerdo a la naturaleza del producto.
- e) Coordinar los recursos, hacia la consecución de sus objetivos estratégicos.
- f) Confiere un panorama más amplio y detallado a la comunidad empresarial que desee comercializar sus productos en mercados exteriores lo cual facilita el proceso de exportación.
- g) Al evaluar la oferta exportable de la empresa en relación con el contexto internacional le permite identificar sus oportunidades y amenazas.

3. Importancia de un Plan de Exportación.

Un Plan de exportación es relevante debido a que las exportaciones fomentan el crecimiento y desarrollo sostenido a largo plazo de cualquier nación, donde estas juegan un papel vital en la actividad económica de los países; el mismo que se demuestra por las evidencias de los países desarrollados y las experiencias de los países exitosos que han logrado su crecimiento y desarrollo económico gracias al crecimiento de las exportaciones.

Su importancia radica en lo útil que es para la empresa ya que es una herramienta que sirve de guía y facilita el proceso de envío de mercadería a determinado país de destino,

puesto que ayuda al empresario a que se ordene, planifique el futuro, prevea amenazas y oportunidades para la misma.

4. Contenido del Plan de Exportación.

Un Plan de Exportación, debe estar compuesto por elementos específicos, detallados y completos; los cuales, deben mostrar al exportador los pasos que debe seguir para llevar a cabo un buen proceso de comercio en el exterior. Los elementos que debe reflejar un plan de exportación son los siguientes:

4.1 Descripción de la industria.

Al realizar la descripción de la industria del deshidratado de fruta en El Salvador, se debe partir con datos históricos, como lo es su evolución, mejoras y adaptación en el mercado. Así mismo, detallar las características, tendencias, objetivos y funcionamiento, tanto histórico como actual.

Para lograr un mayor conocimiento de la industria es indispensable conocer el tamaño actual, cuál ha sido el crecimiento que ha experimentado con el transcurso de los años, la capacidad de producción, la tecnología o maquinaria utilizada para llevar a cabo un ciclo completo de deshidratación de fruta, tipos de proveedores, así como también, aspectos financieros.

Todos los elementos mencionados anteriormente permitirán realizar un Análisis concreto que determine los puntos fuertes y débiles que posee dicha industria.

4.2. Descripción del producto.

El producto es la parte clave del plan de exportación, pues es con lo que se pretende expandirse a nuevos mercados, por ello resulta sustancial la descripción exacta del mismo. Iniciando con el detalle de las características que posee, principales ventajas, funcionalidad y beneficios que ofrecerá al cliente. Además resulta práctico e imprescindible detallar el precio, la cantidad, nivel de calidad, variedad de presentación, empaque y proceso de contratación y requerimientos.

4.3. Descripción del mercado Japonés.

Luego de tener un adecuado análisis de la industria del deshidratado de frutas, se procederá a realizar un estudio del mercado japonés. Con este se pretende determinar los factores que incidirán tanto positiva o negativamente en la aceptación del producto. Para ello existen ciertos factores que ayudaran a obtener una mejor perspectiva del producto en el mercado de Japón, se ordenará la información de acuerdo a tabla N° 4:

Tabla N° 4

Investigación del mercado internacional

Item	Descripción
Información Básica	Datos generales del país como: factores sociales, económicos, políticos, tecnológicos, ambientales, es decir toda información que pueda incidir sobre la demanda del producto.
Acceso al mercado	Restricciones a las importaciones, reglamentación aplicable al producto sobre marcación, etiquetas, normas técnicas, composición, entre otras.
Potencial del mercado	Demanda potencial del mercado, estadísticas de importación, producción de productos iguales o similares y precios de productos importados o nacionales.
Exigencias del mercado	Preferencias en cuanto a la calidad y reglamentaciones vigentes.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos del Banco BICE (2003). *Guía del Exportador*

4.4. Fuentes de financiamiento.

Este elemento del plan dará a conocer algunas fuentes de financiamiento a los que pueden recurrir las empresas que lo necesitan. Pues el tener una forma de financiación adecuada es un factor fundamental para lograr buenos resultados en materia de exportación, ya sea para adquirir insumos, obtener certificaciones, realizar las labores de transformación del producto, inversión en maquinaria, entre otras.

4.5. Formas de pago internacional y reducción del riesgo.

Este elemento explica las distintas formas de pago que existen en el mercado al cual se decide exportar, así mismo la forma de reducir el riesgo que puedan ocasionar.

4.6. Términos de negociación internacional.

Los términos de negociación internacional son normas de aceptación voluntarias por ambas partes tanto compradora como vendedora, acerca de las condiciones de entrega de los productos, estos se utilizan para aclarar los costos de las transacciones delimitando las responsabilidades entre comprador y vendedor y reflejan de qué manera se llevara a cabo el transporte del producto, a estos términos de negociación se les conoce como INCOTERMS.

4.7. Regulaciones no arancelarias.

Se entenderá por regulaciones no arancelarias a las medidas establecidas por los gobiernos, utilizadas para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales; para preservar los bienes de cada país o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo. Esto puede variar dependiendo al país que se decida exportar.

4.8. Documentos y trámites de exportación.

Los trámites son procesos administrativos que se deben seguir al momento de exportar; todo trámite de exportación requiere de uno o más documentos que respalden y autoricen la salida del producto en aduana, igualmente, antes de realizar una exportación también deben ser acreditados como exportadores en el país de origen, cumpliendo una serie de requisitos.

Los exportadores deben completar los documentos con mucha precisión, deben tomar en cuenta que cada país tiene reglamentos de importación diferentes y tener cuidado de brindar la documentación correcta para prevenir cualquier mal entendido pues las discrepancias u omisiones de la información, pueden obstaculizar la exportación de la mercancía hasta ameritar una multa. El número de documentos que el exportador debe manejar varía dependiendo del destino.

4.9. Logística y Transporte.

El transporte es por excelencia uno de los elementos fundamentales de la estrategia logística al momento de exportar, conviene destacar que a este componente se le debe prestar mucha atención, pues en él inciden factores fundamentales como: costos, rapidez de entrega, eficiencia, seguridad, precisión, servicio al cliente.

Algunos de los puntos importantes de este elemento son los siguientes:

- a) Naturaleza y tipo de carga del producto: Define el tipo de carga en la que se clasifica el producto a exportar y su fragilidad al momento de su envío.
- b) Ruta de exportación: La ruta más conveniente para controlar e implementar un eficiente flujo de los productos a exportar desde el punto de origen hasta el punto de consumo, teniendo en cuenta factores como costos, rapidez y seguridad de las mercancías.
- c) Análisis de los medios de transporte adecuados para la exportación: Estudio del medio de transporte más rápido, económico y conveniente para el transporte del producto, el cual puede ser: Marítimo, Aéreo o Terrestre.

4.10. Regulaciones arancelarias

Uno de los elementos más significativos de un plan de exportación son las regulaciones arancelarias, conocidas también como barreras arancelarias, pues estas son medidas que regulan el intercambio comercial y el acceso al mercado.

Las regulaciones arancelarias son los impuestos que se deben pagar en la aduana, por la entrada de las mercancías en el país de destino. Para los exportadores, las tarifas arancelarias son muy importantes, ya que pueden aumentar considerablemente los costos de los bienes exportados.

4.11 Anexos.

Ejemplificaciones gráficas o modelos de documentos, que hayan sido descritos en el plan de exportación, para una mayor facilitación en el entendimiento.

D. Industria deshidratadora de fruta.

1. Definición de fruta deshidratada.

La fruta seca o deshidratada, es un producto que se obtiene del secado realizado a diversas frutas. De manera que, se llega a reducir el contenido de humedad en el cuerpo de la fruta hasta llegar a un 20% del peso de ésta. El proceso de deshidratación tiene dos finalidades que son:

- a) Aumentar sus posibilidades de preservación.
- b) Reforzar el sabor de las frutas sometidas a este procedimiento.

“El secado o deshidratación de frutas, es un procedimiento que se realiza desde hace miles de años para ayudar a su preservación. Cuando los alimentos se deshidratan o desecan, pierden casi completamente el agua que poseen, evitando así la proliferación de microorganismos. Además, algunos procesos enzimáticos y químicos quedan detenidos, permitiendo la preservación de los alimentos por largos periodos de tiempo”.⁶



Ilustración 1 Fruta Deshidratada.

⁶ Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua y Agencia de Cooperación Internacional del Japón, Oficina Nicaragua (2013). *Estudio de Mercado de Japón para Frutas Procesadas Nicaragüense*. Nicaragua: [sd].

2. Características de la fruta deshidratada.

La fruta deshidratada es caracterizada por ser obtenida a partir de frutas frescas 100% naturales y libres de cualquier aditivos químico. Además, por el proceso a las que son sometidas, garantizan la conservación de las propiedades nutricionales de la fruta como son su contenido de fibra, proteína, carbohidratos, vitaminas y carotenos, permitiendo así una alta retención de color, olor y sabor. Otras características importantes de este producto son las siguientes:

- a) Vida útil prolongada sin riesgos de descomposición, su duración una vez deshidratadas bajo condiciones adecuadas es de 1 año.
- b) Conservación de las características organolépticas y nutricionales propias de la fruta.
- c) Disminución de costos de transporte y almacenamiento puesto que su contenido de humedad es muy bajo y no requiere refrigeración.
- d) Disponibilidad del producto en periodos de escasez.
- e) Practicidad de uso y consumo.
- f) No tiene grasas nocivas, ni colesterol.

3. Beneficios que brinda la fruta deshidratada en la salud.

Las frutas secas ofrecen diversos beneficios nutricionales, ya que al secarse la fruta fresca, se concentran al máximo sus elementos: proteínas, hidratos de carbono, vitaminas, sales minerales y fibra. Se puede considerar a la fruta seca como un alimento natural ya que no está refinada ni se ha sometido a procesos industriales que incluyan aditivos artificiales.

Las frutas secas o deshidratadas contienen la misma composición que las frutas frescas; contienen vitamina A, azúcares y fibras, aunque son diferentes en su consistencia por estar deshidratadas.

El azúcar que contienen las frutas deshidratadas es apto para diabéticos pues no eleva rápidamente la glucosa de la sangre, es un tipo de azúcar llamado fructosa y se digiere fácilmente, además, son fuente de fibra y su consumo regular ayuda a disminuir los niveles de colesterol malo, facilitando al sistema digestivo su correcto funcionamiento, así mismo, alivia problemas como la anemia, el estreñimiento y desórdenes en la piel. Estas aportan una gran cantidad de energía por lo que el momento adecuado para su consumo es por las mañanas.

Además, tienen propiedades antiinflamatorias y diuréticas, de tal forma que ayudan a eliminar toxinas a través de las vías urinarias. También resulta un alimento adecuado entre comidas pues provocan sensación de saciedad y evitan que se consuma otro tipo de comida chatarra. Se le incluye en los tratamientos de trastornos alimentarios, dado que hasta las porciones pequeñas aportan grandes beneficios al organismo, y son frutas apropiadas para quienes tienen hipertensión arterial, por su bajo contenido de sodio y riqueza en otros micronutrientes.

Por lo anterior, se puede considerar que las frutas deshidratadas concentran buenos nutrientes que pueden favorecer en una buena dieta y el cuidado de la salud; al igual pueden ser un gran recurso para cocinar y comer más sano.

4. Proceso de deshidratación de fruta.

La deshidratación de fruta se logra a partir de la evaporación del agua que contiene la fruta, para lo que es necesaria la utilización de energía. Esta energía puede ser originaria de las condiciones climáticas del sol, aire caliente u otro calor suministrado artificialmente; para ello existen dos métodos de deshidratación:

- a) **Deshidratado Natural:** Consiste en utilizar la energía solar para secar la fruta, siendo este el método que más cuida del medio ambiente por el tipo de tecnología que maneja, tiene un costo relativamente bajo y es una fuente inagotable de energía, sin embargo, también posee algunas desventajas, debido a que depende de las fuerzas naturales, el proceso es lento ya que requiere de 2 a 7 días, es poco controlado lo que lo hace vulnerable a la contaminación y además es difícil obtener productos de alta calidad.

- b) **Deshidratado Artificial:** Se utiliza energía diferente a la solar, lo que a su vez proporciona procesos más rápidos y eficientes, gozando de un mayor control en las diversas variables y también suele ser muy independiente a las condiciones del medio ambiente, por otra parte, tiene como desventaja el alto costo en lo que respecta al funcionamiento e inversión del equipo.

Este método puede ejecutarse de diferentes formas dependiendo el tipo de energía que se utilice, entre ellas están:

Tabla N° 5

Métodos de deshidratado Artificial.

Método	Descripción.
	Consiste en colocar la fruta en una cámara equipada con un ventilador y canales que permiten la circulación del aire caliente alrededor del alimento, este aire es calentado mediante intercambiadores de calor o mezclado con gases de combustión a la entrada del deshidratador.
Aire caliente	El aire elimina el agua de la superficie del producto, en algunos deshidratadores, el producto se expone directamente a la corriente del aire caliente. Sin embargo, algunos productos no permiten el contacto directo con aire caliente por lo que se utilizan intercambiadores de calor que evitan el contacto directo entre el producto y el medio de calentamiento (aire), estos deshidratadores son conocidos como deshidratadores indirectos, y aquellos donde hay contacto del producto con el aire se conocen como deshidratadores directos.
Atomización	Proceso en el que un producto en estado líquido es transformado en gotas y después en partículas secas mediante atomización continua en un medio caliente de secado.

Osmosis	Se llama deshidratación osmótica a la concentración de alimentos mediante la inmersión del producto en una solución hipertónica. La osmosis consiste en el movimiento molecular de ciertos componentes de una solución a través de una membrana semipermeable hacia otra solución de menor concentración de cierto tipo particular de moléculas. Los solutos más utilizados en procesos de deshidratado osmótico de alimento son el cloruro sódico (sal), sacarosa (azúcar), lactosa, jarabe de maíz y glicerol.
Liofilización	Consiste en sacarle el agua a una sustancia congelada saltándose el paso por el estado líquido: se congela una solución y a esa baja temperatura que impide cambios químicos de deterioro, se le somete a un alto vacío que hace pasar el agua del estado sólido al estado gaseoso, sin pasar por el estado líquido. Es una forma de deshidratar un producto a temperatura muy baja, sin el deterioro que produciría el sobrecalentamiento.

Fuente: elaboración propia con datos adaptado de Domínguez, Melisa G. (2007). *Manual Técnico de Procesamiento de frutas bajo reglamentos y estándares internacionales de calidad* (1era ed.). El Salvador: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

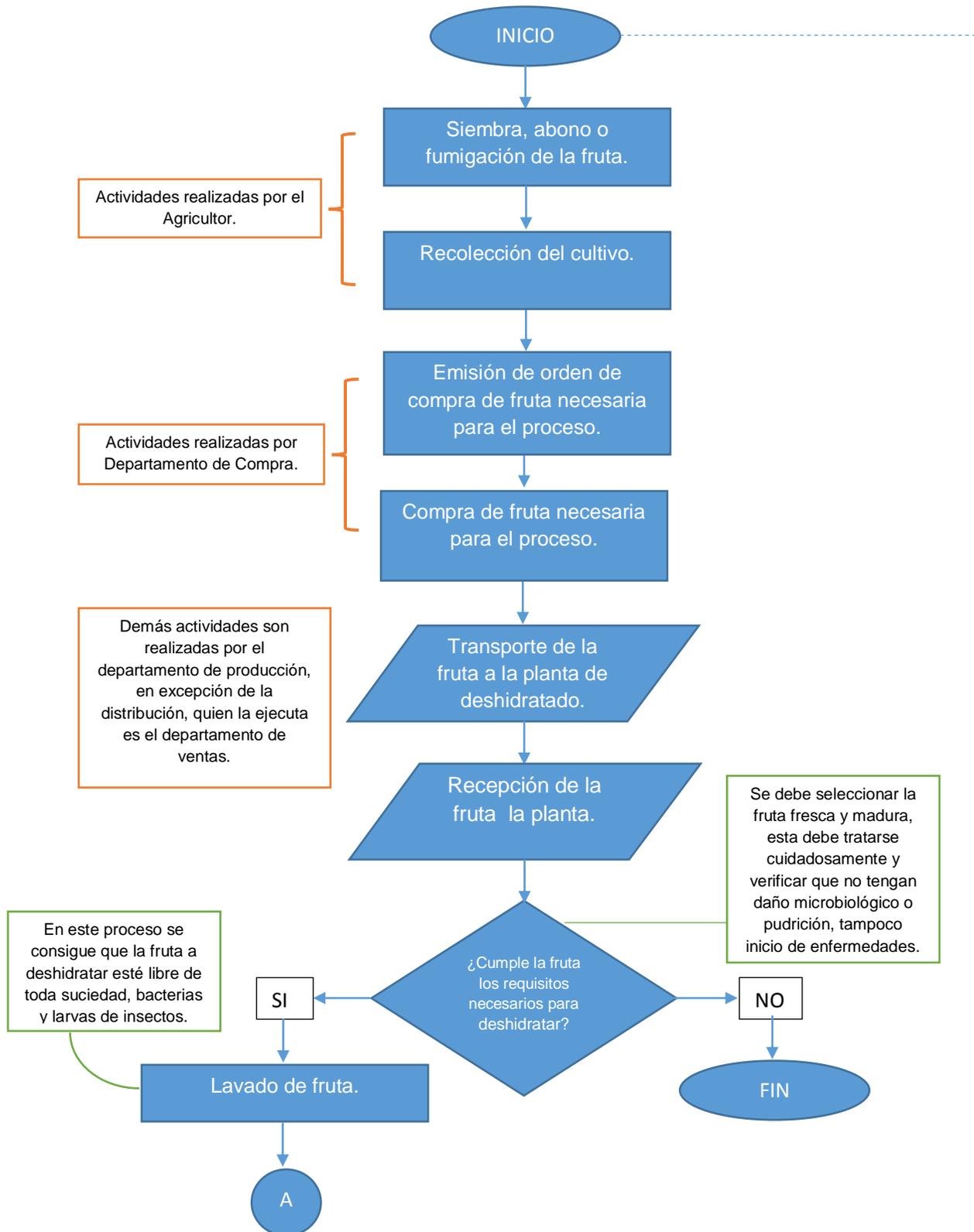
4.1 Descripción del Proceso de Deshidratado de Frutas.

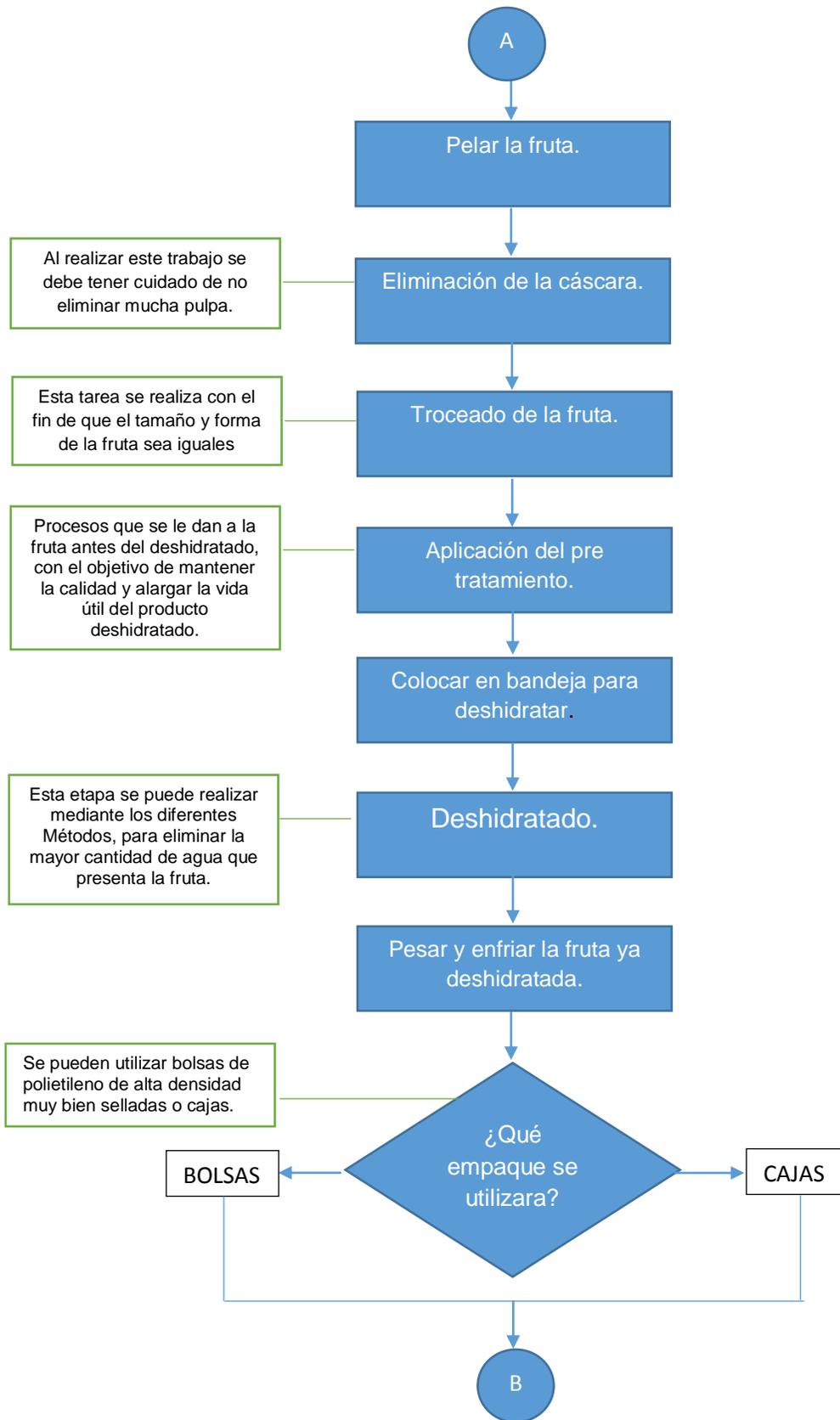
- a) Recepción y Selección de la Fruta: Se debe seleccionar la fruta fresca y madura, esta debe tratarse cuidadosamente y verificar que no tengan daño microbiológico o pudrición, tampoco inicio de enfermedades, todo ello para obtener la mejor calidad en el producto.

- b) Lavado: En este proceso se consigue que la fruta a deshidratar esté libre de toda suciedad, bacterias y larvas de insectos, asimismo se realiza la labor de la eliminación de la cascara, este trabajo se puede realizar en forma manual con el cuidado de no eliminar mucha pulpa. Es de tomar en cuenta que todas aquellas frutas a las que no sea necesario quitarle la cascara, deberán ser lavadas muy bien y evitar que pasen largos periodos de tiempo dentro del agua.

- c) Troceado: Esta labor se puede realizar de forma manual o mecánica, con el fin de que el tamaño y forma de la fruta sea iguales.
- d) Pre-tratamiento: Procesos a los que son sometidos las frutas antes del deshidratado, para prolongar el tiempo de vida útil y la calidad de la fruta deshidratada. Estas técnicas de pre-tratamiento dependen de las propiedades de las frutas y del método de secado a utilizar. Puede utilizarse sal (2%), bisulfito de sodio (3%), ácido ascórbico (1%), o proceso de escaldado, este es un calentamiento rápido hasta cierta temperatura, se mantiene a esa temperatura por cierto tiempo y luego se enfría, sirve para inactivar enzimas o destruir sustratos, limpiar el producto, reducir la carga microbiana, favorecer la rehidratación, acelerar los procesos de secado.
- e) Deshidratado: La fruta es colocada en bandejas y luego en el deshidratador.
- f) Empaque: Luego de extraer la fruta ya deshidratada, se procede a empacar, pueden utilizarse bolsas muy bien selladas o cajas, además, se ubica el peso respectivo.
- g) Almacenamiento: Las bolsas o cajas se colocan en un lugar fresco y seco, el producto puede almacenarse hasta por un año.

4.2 Flujoograma específico del proceso de deshidratación de fruta.





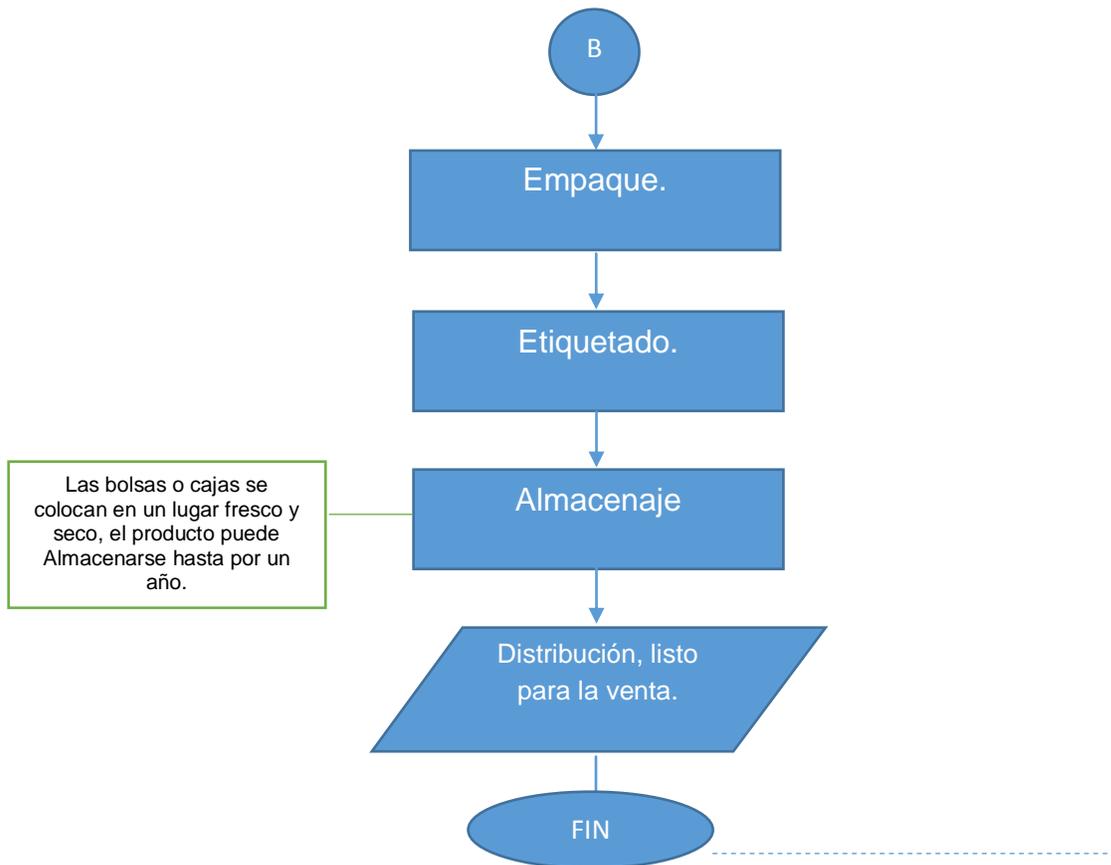


Ilustración 2 Proceso de deshidratación de fruta.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de Domínguez, Melisa G. (2007). *Manual Técnico de procesamiento de frutas bajo reglamentos y estándares internacionales de calidad.* (1era ed.). El Salvador: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

II. MARCO HISTÓRICO.

A. Antecedentes de la industria de deshidratación de fruta en El Salvador.

En El Salvador el interés por la industria del procesamiento de fruta inició en febrero del 2000, cuando se importó de Alemania el primer secador solar tipo túnel, conocido como *Hohenheim*, gracias al proyecto *Fomento a la Integración de la Producción Agropecuaria y Agroindustria* de la GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH,

traducido al español como: Cooperación Técnica Alemana), siendo una empresa de servicios, con presencia mundial en el campo de la cooperación al desarrollo, perteneciente al Gobierno Federal de Alemania teniendo como forma de organización la de una empresa pública de derecho privado.

Este secador fue instalado en el Centro de Capacitación CENCAP de FUSAI (Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral); con el fin de realizar pruebas, capacitaciones y animar a los interesados a conocer y emprender negocios relacionados a la tecnología de deshidratación solar. El proyecto Agroindustria realizó una serie de actividades para mejorar la tecnología nacional en deshidratación solar y promover la asociatividad de las personas interesadas en la actividad, buscando establecer nuevas cadenas agroindustriales de productos no tradicionales.



Ilustración 3 Secador Hohenheim

Luego de concluido el proyecto da inicio en abril de 2002, el Programa FORTALECE (MINEC/GTZ), programa que fue concertado entre los gobiernos de la República de El Salvador y de la República Federal de Alemania, para favorecer a la generación de empleo sostenible, de calidad y cantidad; fortaleciendo la economía y beneficiando sectores de escasos recursos de la población Salvadoreña.

Este proyecto retomó las actividades en conjunto con dos asociaciones: ADESOL (Asociación de Deshidratadores Solares con Energía Solar y Limpia), que había sido formada durante el Proyecto Agroindustria y GAFRUNDESOL, dicho proyecto tenía como objetivo el: “Aprovechamiento de un conjunto de instrumentos de probada eficiencia para la promoción de la economía y del empleo en El Salvador, con el fin de reducir el desequilibrio económico y de desarrollo entre las regiones del país”.⁷

En base al deshidratador tipo túnel que fue importado de Alemania, fueron elaboradas replicas, para lo que fue contratado el Departamento de Ciencias Energéticas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Centroamericana de El Salvador (UCA). Se realizaron pruebas con uno de los deshidratadores replicados; luego de estas pruebas en el año 2003, se estableció la primera planta de deshidratación de frutas y hortalizas, ubicada en la hacienda La Colina, en Santa Ana, así como también se comenzó a desarrollar productos en la zona de los Nonualcos, departamento de la Paz.

Ambas asociaciones ADESOL y GAFRUNDESOL, siguieron trabajando en la validación de tecnología y mejoramiento de los procesos, también participaron en giras a Guatemala, con deshidratadores que funcionan con gas.

Entre 2002 y 2005 los asociados de ADESOL, llevaron varias actividades en conjunto pero no lograron sus expectativas lo que terminó en la disolución del grupo, como resultado de ello algunos productores con mayor visión empresarial salieron con anticipación de la asociación para iniciar su propia idea de negocio en productos deshidratados; mientras que GAFRUNDESOL continuó funcionando como un grupo asociativo, y comercializando a nivel informal en el mercado nacional con el objetivo de alcanzar presencia en el mercado internacional.

Los beneficios obtenidos por este programa (FORTALECE) fueron varios, como se pueden mencionar: conocimientos previos en desarrollo de líneas de productos, frutas con mayor

⁷ Stancher, Ana y Rivas, Carolina (2007). *Sistematización del fomento de la cadena de productos deshidratados: Un caso de aprendizaje sobre el enfoque de cadenas de valor* [informe] (1era ed.).[spi].

aceptación entre los consumidores, como: las piñas de azúcarón, guineo de seda, papaya maradol y coco por su nivel de rentabilidad y viabilidad técnica.

Además se adquirió información sobre mercados potenciales y requisitos de adquisición, así como también se identificaron nuevas oportunidades de negocio en el mercado nacional y en el mercado *nostálgico* de los EEUU, en Canadá y Australia y se conformaron otras empresas interesadas en comercializar productos deshidratados, las cuales hacían uso de otras tecnologías de deshidratado para la elaboración de un producto más homogéneo y una producción sostenida.

El mercado de frutas deshidratadas se fue convirtiendo en una opción de exportación de productos no tradicionales con alta demanda internacional, que además de generar empleos perciben una mayor rentabilidad que los cultivos tradicionales. Algunas empresas dedicadas a este rubro, ya han conseguido entrar a otros países, tal es el caso de Estados Unidos y países de Centro América como principales destinos de exportación.

Un Estudio de Mercado de Japón para Frutas Procesadas, realizado por Nicaragua; afirma que “otros mercados potenciales son la Unión Europea y Japón que demanda diversidad de frutas tropicales, mostrando un crecimiento positivo en el valor de las importaciones de este producto”⁸, cabe mencionar que para el año 2015 no se registra ninguna empresa que este exportando tal producto al mercado Japonés.

B. Instituciones públicas y privadas que contribuyen a la Industria del procesamiento de fruta en El Salvador.

La industria del procesamiento de fruta deshidratada ha sido un campo poco explorado en El Salvador, sin embargo, existen varias instituciones de carácter público y privado, que han y están contribuyendo al desarrollo de esta industria para contribuir a la generación de

⁸ Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua y Agencia de Cooperación Internacional del Japón, Oficina Nicaragua (2013). Estudio de Mercado de Japón para Frutas Procesadas Nicaragüense. Nicaragua: [sd].

empleo sostenible, de calidad y cantidad, fortaleciendo la economía y beneficiando sectores de escasos recursos de la población salvadoreña, entre las principales están:

- a) Ministerio de Economía (MINEC): Es un ente gubernamental, encargado del desarrollo económico y social de país, rige la política comercial y además vela por el progreso de la competencia y competitividad de las actividades productivas del país, a través, del apoyo de programas y proyectos, fomentando y fortaleciendo a todos los sectores de la sociedad.

- b) Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG): Ente gubernamental encargado de facilitar y dinamizar el desarrollo sostenible agropecuario, forestal y pesquero y su medio rural. Además, para la industria de deshidratación de fruta ha implementado el Programa de MAG/FRUTALES, teniendo como objetivo principal aumentar la capacidad del sector agrícola para contribuir en la diversificación, el crecimiento económico del país, la generación de divisas, la creación de fuentes de empleo y el mejoramiento del medio ambiente.

- c) Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE): Esta institución es la encargada de la ejecución de todas las políticas, estrategias, programas y acciones que van encaminadas al avance de las Micro y Pequeñas empresas salvadoreñas, siendo un apoyo para el desenvolvimiento de las mismas en la economía nacional e internacional.

- d) La Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (FADEMYPE): Es una fundación sin fines de lucro que abre puertas a todos aquellos empresarios y empresarias, que solicitan soporte financiero para el logro de sus objetivos, para ello FADEMYPE presta servicios crediticos para la mejora empresarial y local, además, pone a disposición del público dos proyectos y un programa que brindan mayores beneficios, descritos en Tabla N° 6:

Tabla N° 6

Proyectos y programas iniciados por FADEMYPE.

Nombre del Proyecto o Programa	Descripción
Proyecto CDMYPE-FADEMYPE	Una alianza público-privado-academia, que aprovecha los conocimientos y experiencia tanto de universidades como de organizaciones gubernamentales. Estos brindan atención integral por medio de los siguientes servicios: Asesoría empresarial, Asesoría en tecnologías de información y comunicaciones (TIC), asesoría financiera, asesoría en empresarialidad femenina, capacitación, asistencia técnica y vinculaciones.
Proyecto TRIAS	Con ayuda de la agencia de cooperación Belga, TRIAS, se trabaja en la región de los nonualcos con iniciativas productivas y mejoramiento de capacidades de asociaciones y cooperativas de fruta, pesquera y lácteos.
Programa de créditos	Otorgando micro créditos para micro y pequeños empresarios y empresarias desde \$40.00 en adelante, con facilidades de pago semanales, quincenales y mensuales. Nuestras líneas de crédito son: Crédito Rural, crédito para vivienda, crédito para servicios y transporte, crédito para la microempresa (adquisición de equipo o producto para comercializar), créditos asociativos y crédito individual.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de la **Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (2015).**

- e) Fundación para la Educación Integral Salvadoreña (FEDISAL): Institución Privada sin fines de lucro, que tiene como objetivo el de “apoyar el desarrollo sostenible por medio del desarrollo de capital humano”⁹.

- f) Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI): Organización sin fines de lucro, que promueve y da apoyo a las empresas salvadoreñas independientemente sean con o sin fines de lucro, que tengan un impacto en la sociedad. Muchos de los programas que ha fomentado FUSAI, se han convertido en empresas u organizaciones que de igual manera trabajan en pro de la sociedad, entre las cuales se puede mencionar: 1) Sociedad de Ahorro y Crédito Apoyo Integral, S.A., 2) Fondo Pro-Habitat, 3) PuntoTRANSacciones, 4) Centro de Capacitaciones de FUSAI, 5) Apoyo Integral MYPIME.

También, dicha organización contribuyó específicamente a la industria de deshidratación en los siguientes ámbitos: Cursos de capacitación en uso de deshidratador, Manual sobre uso de tecnología de deshidratación solar y estrategia de deshidratación de mercado.

- g) Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA): Brinda apoyo a la pequeña y mediana empresa, siendo colaboradores durante el proyecto Fortalece del Ministerio de Economía y la Cooperación Técnica Alemana, en el diseño, validación y certificación del prototipo de deshidratador; licitación, selección de talleres, supervisión durante la construcción de los tres deshidratadores y estudio de factibilidad de un deshidratador híbrido.

- h) Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP): Es una institución de derecho público, quien tiene como función principal la capacitación profesional del personal humano calificado, en diferentes sectores económicos como: agropecuarios, industrial, comercial, de servicios, agroindustrial y demás actividades productivas, que precisan de personal calificado en la sociedad, contribuyendo al progreso económico y

⁹ Fundación para la Educación Integral Salvadoreña (2015). [Página web de la Fundación]. Consultado el 26 de julio de 2015, en <http://www.fedisal.org.sv/quienes.html>.

social del país, también, esto propicia mejores condiciones de vida para el trabajador y su familia.

- i) Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA): Es una institución técnico científica que desarrolla, promueve y facilita la investigación y transferencia tecnológica, agropecuaria y forestal.
- j) Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES): Es un centro independiente de investigación, comprometido con el progreso y bienestar de todos los salvadoreños. Siendo esta institución quien puso a disposición la instalación para la primera planta piloto de deshidratación en Hacienda La Colina, Santa Ana.

C. Evolución de las exportaciones de fruta deshidratada en El Salvador.

En la década de los 60, El Salvador se dedicaba a la exportación de importantes volúmenes de aguacate, coco, mango y naranja; también se exportaba semilla de marañón y coco industrializado, ambos procedentes de agroindustrias con buena escala, vinculados directamente con haciendas de grandes extensiones.

Luego en la década de los 70, se contaba con áreas importantes de coco, marañón y naranja, además de frutas de ciclo corto como la piña y las bananas. Sin embargo, con la reforma agraria y la guerra civil en los 80, estas áreas se perdieron en forma notable, y en las áreas que quedaron, la productividad era inferior.

Al finalizar la guerra civil, la fruticultura Salvadoreña se encontraba en un estado débil, con poca renovación de áreas debido a la incertidumbre económica y a las políticas establecidas de los años anteriores.

Después de 1999, se generó un aumento notable en las áreas dedicadas a la fruticultura del país, pero es hasta el año 2000; que en El Salvador se despierta el interés por la industria del procesamiento de fruta, cuando se importa de Alemania el primer secador solar tipo túnel, conocido como *Hohenheim*.

Luego comienza a despertar el interés de algunas asociaciones Salvadoreñas por extender sus esfuerzo en lo que es el procesamiento de frutas principalmente en lo que ha secado se refiere; al probar las nuevas y mejoradas tecnologías que se estaban utilizando en el país para el secado de frutas se incrementa el interés por este sector y se enfocan hacia nuevas oportunidades de mercado tanto Nacional como Internacional, ya que se descubre el gran interés y la enorme demanda que se tiene de este producto en el extranjero.

Es así, como comienzan a llevarse a cabo las exportaciones de fruta deshidratada con un buen porcentaje de estas, dirigidas hacia la región Centroamericana; debido a la cercanía, accesibilidad, y a las pocas barreras de entrada que se tiene hacia este mercado se considera un buen destino para las exportaciones de este producto.

“En el periodo 2004-2007 se tienen los siguientes registros: un 78% destinado a Guatemala, el 17.6% a Nicaragua, 2.1% a Panamá y 1.7% a Honduras, siendo Guatemala el principal destino exportador de este”¹⁰.

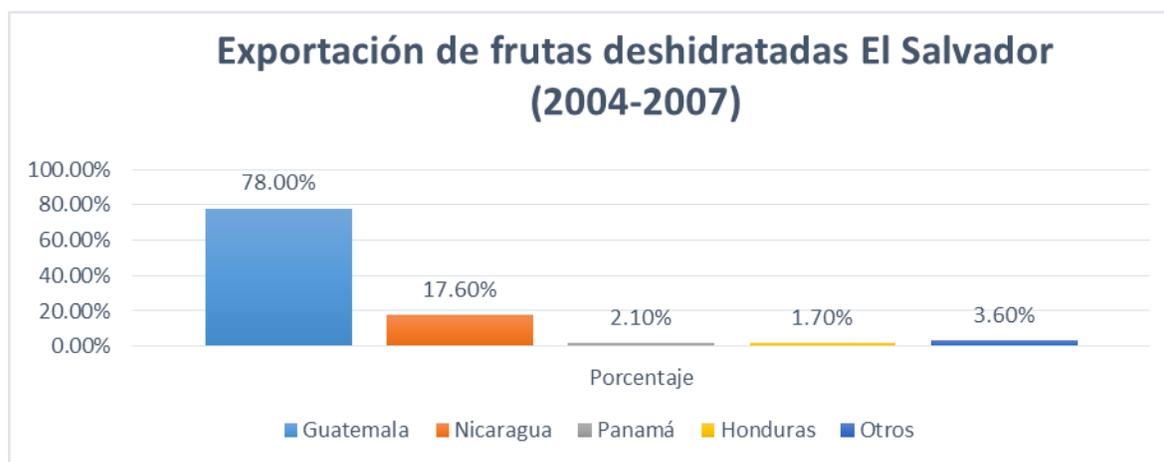


Ilustración 4 Exportación de Frutas deshidratadas El Salvador (2004-2007).

Fuente: elaboración propia adaptado con datos del Banco Central de Reserva de El Salvador.

¹⁰ Ministerio de economía de El Salvador MINEC (2008). Ficha producto del mercado de El Salvador hacia la Unión Europea [folleto]. El Salvador: “el autor”.

Luego los destinos de exportación de frutas deshidratadas se fueron extendiendo no solo a Centro América si no a países como Estados Unidos y Países Bajos. A continuación se presenta en la tabla N°7 los códigos arancelarios donde se registran el nivel de exportaciones de fruta deshidratada en el periodo comprendido de 2010 a 2014:

Tabla N°7

Exportación de Fruta Deshidratada de El Salvador (2010 – 2014).

País Importador	Valores importados en miles de dólares				
	2010	2011	2012	2013	2014
Bananas o plátanos, frescos o secos (0803)					
Estados Unidos	0	0	47	292	1466
Piñas frescas o secas (080430)					
Guatemala	0	0	0	4	5
Estados Unidos	0	4	3	4	2
Nicaragua	0	0	1	0	1
Honduras	1	0	0	0	0
Guayabas, mangos y mangostanes frescos o secos (080450)					
Guatemala	0	0	0	0	4
Honduras	0	3			
Estados Unidos	0	1	1	5	0
Cocos secos (080111)					
Nicaragua	2	0	0	0	1
Costa Rica	0	5	0	0	0
Guatemala	0	6	0	0	0
Honduras	0	0	1	0	0
Estados Unidos	0	18	16	0	0
Damascos desecados o deshidratados (081310)					
Guatemala	0	0	0	6	9
Nicaragua	0	0	0	0	2
Honduras	1	1	0	0	0
Ciruelas desecadas o deshidratadas (081320)					
Nicaragua	0	0	0	0	8
Guatemala	0	0	0	2	3
Costa Rica	3	0	0	0	0
Honduras	1	1	1	1	0

Los demás frutos secos (081340)					
Guatemala	0	0	1	4	5
Honduras	0	0	1	1	1
Nicaragua	0	0	0	1	1
Países Bajos	0	0	0	2	0
Estados Unidos	0	2	2	3	0
Mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares, frescos o seco (080520)					
Costa Rica	0	3	6	0	0
Guatemala	0	7	6	0	0
Honduras	8	0	12	6	0
Países Bajos	0	0	0	1	0
Total importado	16	51	51	40	42

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de TRADEMAP, consultado el 31 de octubre de 2015.

D. Relaciones diplomáticas entre El Salvador y Japón.

Las relaciones diplomáticas oficiales entre Japón y El Salvador fueron establecidas el 15 de febrero de 1935,¹¹ durante el mandato del general Maximiliano Hernández Martínez, así, en 1953, El Salvador fue el primer país en abrir las puertas a los productos japoneses, con los famosos autos Land Cruiser que llegaron al país, convirtiéndose en los primeros Toyota que entraron al continente americano, esta iniciativa dio paso a que ambas naciones estrecharan lazos comerciales.

Para el año de 1955, El Salvador contaba con la producción y exportación de algodón, razón por la cual Japón decide invertir por primera vez en un país Latinoamericano, instalando una importante empresa textil llamada IUSA, que a la fecha aún se encuentra en funcionamiento. Desde entonces la ayuda, cooperación, solidaridad y hermandad de esta nación asiática hacia los salvadoreños, se ha visto reflejada en proyectos de construcción

¹¹ Embajada de Japón en El Salvador. *Relaciones Bilaterales entre Japón y El Salvador* consultado el 2 de noviembre de 2015 en <http://www.sv.emb-japan.go.jp/espa/historia.html>

de obras, educativos, ambientales, agrícolas, de seguridad y también en casos de tragedias que han azotado al país.

El apoyo brindado en la construcción del Aeropuerto Internacional de El Salvador fue un aporte invaluable, pues con él se sentaron las bases para la atracción de nuevas inversiones extranjeras. Además de otorgar financiamiento para la edificación de El Puerto La Unión, en función del desarrollo social y económico de la zona oriental del país, pues será uno de los centros de distribución de carga de la región, y se transformará en un componente estratégico del comercio internacional, con los beneficios que de ello se originen.

El Salvador cuenta con intercambios culturales y el desarrollo de una serie de proyectos innovadores que pretenden favorecer a salvadoreños de todas las edades. Prueba de ello son la puesta en práctica del Proyecto Sakura-Maquilishuat, que busca generar conciencia ambiental; y los diversos eventos culturales que la Embajada de Japón ha organizado, junto a CONCULTURA, para compartir con la población salvadoreña algunas de las más importantes tradiciones de la cultura japonesa.

Durante décadas, Japón se convirtió en el socio estratégico para El Salvador y con la firma de los Acuerdos de Paz en 1992, se ha destacado un espíritu de cooperación por parte de la nación nipona, la cual ha contribuido a la consolidación de estos acuerdos a lo largo de los años. Así como también la Agencia Internacional de Cooperación para el Desarrollo de Japón (JICA) en El Salvador, quien coordina la asistencia pública oficial internacional de Japón; a través de sus proyectos en varias áreas de la sociedad, ha velado por las necesidades del pueblo salvadoreño, promoviendo así la cooperación internacional.

En cada una de las tragedias que han golpeado a El Salvador, esta nación asiática siempre se ha hecho presente durante y después de estas, así como las sucedidas en los terremotos del 13 de enero y 13 de febrero de 2001, las tormentas Stan e Ida, la depresión 12E, Huracán Mitch en noviembre de 1998, la erupción del volcán Ilimatepeq, entre otros, se ha visto a los japoneses colaborando y cooperando.

Desde la incorporación de Japón como miembro observador extra regional del Sistema de Integración Centroamericana (SICA), aprobada el 28 de junio de 2009, ha logrado coincidir en asuntos de interés mutuo que han permitido fortalecer los lazos políticos, culturales, económicos y de cooperación.

En materia económica, los productos más exportados de El Salvador a Japón son: café, prendas y complementos de vestir, calzado, manufacturas de fundición etc. Para la exportación al mercado de Japón, El Salvador se beneficia por el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), que a la fecha aún se mantiene vigente; ya que por el momento aún no se cuenta con un Tratado de Libre Comercio entre ambas naciones.

A lo largo del tiempo, las relaciones que mantienen estos países ha beneficiado a ambas naciones que coinciden en promover el desarrollo integral de sus sociedades, teniendo a la base la paz, la justicia, la democracia, la seguridad humana, la libertad económica y el respeto a la diversidad cultural.

III. MARCO LEGAL

A. Acreditación de exportador en El Salvador.

Para poder actuar en calidad de exportador dentro de El Salvador se necesita ser acreditado como exportador, dicha acreditación es solicitada únicamente en la Oficina del Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX), ubicada en el Edificio Principal del Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR).

Conforme al Art.1 de la Ley de Creación del Centro de Trámites de importaciones y exportaciones se define al *CIEX* como “Un sistema de ventanilla única cuyo objeto será centralizar, agilizar y simplificar los trámites legalmente establecidos para el registro, autorización y emisión de los documentos de las diferentes instituciones y/o dependencias del estado involucradas en las operaciones de importación y exportación de conformidad a sus competencias”.¹²

¹² Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador (2011). *Ley de Creación del Centro de Trámites de importaciones y exportaciones.*(Tomo 390 PP.1). El Salvador.

El CIEX es una de las áreas de negocio perteneciente al Banco Central de Reserva de El Salvador que posibilita a las personas naturales y jurídicas registrarse como exportador, a través del Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX), con el objeto de habilitarlas para obtener a través del sistema en mención los documentos legalmente necesarios para exportar; entre sus principales atribuciones se encuentran:

- a) Atender los trámites vinculados a las importaciones y exportaciones.
- b) Brindar Información al público interesado sobre los de trámites de importación, exportación, legislación, reglamentación y procedimientos administrativos, en coordinación con las instituciones y organismos correspondientes.
- c) Registrar, autorizar y emitir los permisos, certificados de origen y certificados fitozoosanitarios, al igual, registrar los documentos aduaneros y de transporte para exportar a través del intercambio electrónico de datos y cualquier otro documento o restricción que le fueren solicitados de acuerdo a las normas y regulaciones vigentes.
- d) Registrar, autorizar y emitir los documentos de importación, previo registro en el sistema informático de los documentos de transporte, documentos aduaneros; así como administrar: regulaciones, restricciones, prohibiciones, registro de productos, registro de establecimientos, resultado de inspecciones de plantas en el extranjero, certificados de origen, certificados fitozoosanitarios y demás documentos que se requieran de conformidad a las regulaciones vigentes para importar.
- e) Controlar las cuotas de exportación establecidas en el marco de la Organización Mundial del Comercio.
- f) Facilitar el intercambio electrónico de datos con las instituciones y/o dependencias del Estado involucradas en el comercio exterior, aduanas extranjeras, ventanillas únicas de otros países, transportistas de carga internacional u otras organizaciones involucradas.

- g) Digitalizar facturas comerciales derivadas de una importación o cualquier otro documento emitido a través de Secretarías de Estado, organismos internacionales o cualquier otra entidad.
- h) Suspender temporalmente trámites de importación y exportación que no cumplan con los requisitos establecidos en las respectivas disposiciones legales; notificándolo a las autoridades competentes.

Para ser acreditado como exportador deberá cumplir los siguientes requisitos:

- a) Inscribirse como exportador en el CIEX, siendo un requisito que debe cumplir toda persona natural o jurídica, organismos y dependencias del Gobierno, instituciones oficiales y autónomas que realicen operaciones de exportación de mercancías, para ello se deberá completar la ficha de inscripción de exportador que puede ser solicitada en la página web o en la oficina del CIEX, presentando los siguientes documentos:

Tabla N° 8

Documentos necesarios para recibir la acreditación como exportador.

Documentos a presentar (original y copia), si es una Empresa.

1. Ficha de inscripción de exportador, debidamente llena.
 2. Número de Identificación Tributaria (NIT), actualizado, como importador (Debe solicitar previamente el NIT de importador en el Ministerio de hacienda).
 3. Carné de Contribuyente del IVA.
 4. Escritura de Constitución de la empresa (Debidamente inscrita en el Centro Nacional de Registros).
 5. Punto de Acta y/o poder vigente de la representación legal de la empresa (si de acuerdo a la Escritura de Constitución está vencida u otros).
 6. Para el caso de sucursales extranjeras, no inscritas en el Registro de Comercio,
-

no aplican los numerales 4 y 5, sin embargo, debe presentar el Poder del Representante Legal, en idioma español y en el idioma extranjero que corresponda, autenticado por el Cónsul de El Salvador, en el país de origen de la empresa y del Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador.

7. Para el caso de Cooperativas, no aplica el numeral 4; sin embargo, debe presentar el Acuerdo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), publicado en el Diario Oficial.
8. Documento Único de Identidad (DUI), Carné de Residente o Pasaporte, del Representante Legal y de los funcionarios que autorizarán las exportaciones en nombre de la empresa.
9. Diario Oficial de la autorización del Ministerio de Economía, para empresas en Zona Franca, Depósito para Perfeccionamiento Activo o acogida a la Ley de Reactivación de las Exportaciones.
10. Resolución emitida por el Departamento Jurídico de la Dirección General de Aduanas, donde se autoriza como Despachante de Aduanas a la persona que firmará las Declaraciones de Mercancías y actuar ante las diferentes Aduanas del país.

Documentos a presentar (original y copia), si es una Persona Natural

1. Ficha de Inscripción de Exportador debidamente llena.
2. Número de Identificación Tributaria (NIT), actualizado como "importador" (Debe solicitar previamente el NIT de importador en el Ministerio de hacienda)
3. Carné de Contribuyente del IVA
4. Documento Único de Identidad (DUI), Carné de Residente o Pasaporte, del exportador y de los funcionarios que autorizarán las exportaciones en nombre del exportador.
5. Diario Oficial de la autorización del Ministerio de Economía, para empresas en Zona Franca, Depósito para Perfeccionamiento Activo o acogida a la Ley de

Reactivación de las Exportaciones.

6. Resolución emitida por el Departamento Jurídico de la Dirección General de Aduanas, donde se autoriza como Despachante de Aduanas a la persona que firmará las Declaraciones de Mercancías y actuar ante las diferentes Aduanas del país

Fuente: elaboración propia adaptado con datos del Banco Central de Reserva de El Salvador (2015). *Centro de trámites de importaciones y exportaciones (CIEX).*

- b) Posterior de inscribirse como exportador, el CIEX remite por correo electrónico el usuario y clave de acceso, para que autorice desde Internet las exportaciones a través del Sistema de Comercio Exterior (SICEX).

B. Instituciones que apoyan las exportaciones en El Salvador.

El exportar no es una actividad eventual, por el contrario es una actividad que exige una visión a largo plazo y una planeación disciplinada de los recursos. Es por ello que muchas empresas deciden incursionar en este ámbito, requieren del apoyo de diferentes instituciones ya sean de carácter público o privado, que les puedan brindar asistencia de cualquier índole, para que la ejecución de la misma sea satisfactoria.

Las instituciones que apoyan las exportaciones en El Salvador, son concedoras de los beneficios que conlleva tanto a los empresarios, como a la sociedad en general, entre las principales instituciones que impulsan el incursionar al comercio exterior, se indican en tabla N° 9:

Tabla N°9

Instituciones que apoyan las exportaciones en El Salvador.

Institución	Descripción	Servicios que ofrece.
Oficina de Trámites y Exportaciones	Administrado por el Banco Central de Reserva, con el objetivo de centralizar, agilizar y simplificar los trámites de exportación de las	Emisión de los documentos de exportación en la misma empresa.

	<p>(CENTREX) instituciones involucradas en la actividad exportadora. Mediante la implementación del Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX), que es un sistema de gobierno basado en el concepto de comercio electrónico que interconecta a los exportadores.</p>	<p>Consultas interactivas en línea sobre sus propias operaciones, sistema arancelario y disposiciones para el usuario.</p> <p>Integración con Tele despacho de la Dirección General de Aduanas y con la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) de Guatemala.</p>
<p>Agencia de Promoción de Exportaciones de El Salvador (EXPORTA)</p>	<p>Es una institución de gobierno, la cual es parte de la Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones e Inversiones, la cual facilita y promueve de manera ágil, oportuna y eficaz, el acceso de las empresas a los servicios y mecanismos de apoyo tanto públicos como privados, que les permitan insertarse exitosa y sostenidamente en los mercados internacionales, su enfoque está orientado a la demanda. Parten de la identificación de oportunidades comerciales en los mercados internacionales.</p>	<p>La institución brinda servicios a los exportadores nacionales (actuales y potenciales) por medio de tres herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inteligencia de Mercados. - Desarrollo del exportador: Brinda asesoría integral a las empresas. - Atención al exportador
<p>Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, unidad CAMYPE</p>	<p>El apoyo a la operación de exportación se hace desde dos unidades: CAPYME y División Técnica. CAPYME es la unidad creada por la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador que tiene</p>	<p>CAPYME:</p> <p>Brújula empresarial, enfocada a empresas de no más de 10 empleados, con el objetivo de redefinir</p>

(CAMARASAL) como Misión: “Impulsar el desarrollo empresarial de nuestros socios del sector MIPYME, ofreciendo una gama de servicios técnicos especializados, orientados a fortalecer su competitividad y sostenibilidad, y asimismo realizar acciones para incidir en mejorar el entorno empresarial del sector”.

- su rumbo.
- Planes Estratégicos.
 - Asesorías y vinculaciones con otros programas de apoyo.

Unidad Técnica:

- Brinda asesoría en temas de TLC's y asesora en problemas de Aduanas.
- Se cuenta con una Ejecutiva en Ferias y Misiones, quien brinda asesoramiento para dichas actividades.

Centro para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica (CENPROMYPE)

Es un organismo regional y multilateral del Sistema de Integración Centroamericana (SICA), tiene como misión contribuir a mejorar la competitividad y el entorno de políticas para las MIPYME centroamericanas a través de la facilitación de procesos innovadores de gestión pública y privada.

CENPROMYPE trabaja bajo un rol de facilitador regional, actuando a través de las unidades rectoras de la MIPYME en cada país de la región, busca fortalecer la institucionalidad pública y privada regional y la incidencia de la MIPYME en el diseño e implementación de la política pública, para la cual articula, armoniza e integra intereses y esfuerzos de los empresarios, gobiernos y la cooperación internacional en el entorno centroamericano y contextos nacionales.

Las acciones de CENPROMYPE se focalizan en cuatro áreas estratégicas interrelacionadas, las cuales son:

- Integración Regional y Política Públicas.
- Desarrollo Competitivo

Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT).	Institución privada que promueve y fomenta la producción y exportación de bienes y servicios a través del sistema de libre empresa, como un medio de desarrollo económico y social del país, aglutinando a los sectores productivos vinculados con la exportación.	<p>Empresarial,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sistema de Gestión del Conocimiento e Información de la MIPYME. - Desarrollo Estratégico Institucional de CENPROMYPE - Representación Sectorial. - Atención directa a problemas particulares. - Gestoría personalizada. - Orientación y asesoría general. - Capacitación. - Promoción de exportaciones. - Información. - Programa de apoyo a las pymes.
Fondo de Fomento a las Exportaciones (FOEX).	Institución de gobierno, que es un Fondo financiero destinado al otorgamiento de cofinanciamiento no reembolsable a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYMES), para fortalecerlas en su competitividad a través de la mejora en la calidad y productividad.	<p>Cofinanciamiento por parte del Gobierno de iniciativas empresariales que incentiven la competitividad empresarial en los mercados: Nacional, Regional e Internacional.</p> <p>Las MIPYMES pueden aplicar al Fondo solicitando cofinanciamiento a través de 3 modalidades: Actividades puntuales de rápida ejecución (Fast Track), Proyectos (iniciativas) o Capital semilla.</p>
Fundación	Programa de apoyo a la innovación	<ul style="list-style-type: none"> - Asistencia Técnica para

<p>Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES-PROInnova)</p>	<p>con el objetivo de contribuir a mejorar la competitividad de las empresas, nace PROInnova, como un programa de la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, FUSADES, de apoyo a la innovación tecnológica y calidad a las PYME salvadoreñas, permitiéndole acceder a nuevos y mejores mercados, aprovechando las oportunidades abiertas por los tratados de libre comercio.</p>	<p>proyectos de innovación.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generación de nuevas líneas de negocios. - Aceleración tecnológica. - Servicios de laboratorio.
<p>Laboratorio de Calidad Integral de FUSADES</p>	<p>Es una institución privada, el Laboratorio de Calidad Integral es un centro de investigación y servicios de laboratorio, creado por FUSADES. Actuando como factor clave de apoyo para el sector agrícola, sector de alimentos y bebidas y el medio ambiente.</p>	<p>Los subsectores priorizados para la asistencia del proyecto son aquellos pertenecientes al rubro de alimentos, entre ellos los alimentos deshidratados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis Físico-Químicos. - Análisis Microbiológicos. - Análisis Medio Ambientales. - Servicios de Asistencia Técnica.
<p>Universidad de El Salvador. Centro para el Desarrollo de la Industria del Empaque y Embalaje en Centroamérica y Panamá (CDIECAP).</p>	<p>Fue creado con la finalidad de verificar la calidad de diversos productos utilizados como materiales de empaque y embalaje, y además, para fomentar el estudio, desarrollo e investigación en esta área. También, se encarga de prestar servicios académicos a los estudiantes de las diferentes carreras impartidas dentro de la Universidad de El Salvador y de otras Universidades, además,</p>	<p>Pruebas en Papel y Cartón:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compresión de Anillos. - Prueba de Explosión. - Prueba de Penetración. - Compresión en Muestras de Cartón Corrugado. - Prueba de Resistencia a la Tensión. - Resistencia al Rasgado. - Determinación del Gramaje. <p>Pruebas para cintas adhesivas:</p>

presta servicios externos de pruebas y ensayos en las áreas de papel, cartón, cintas adhesivas y embalaje

- Tack (Test de Fuerza Inicial).
 - Capacidad de Sostenimiento.
 - Medición de Adhesividad.
- Pruebas en el área de Embalaje:
- Vibración.
 - Compresión de cajas.
 - Pruebas de resistencia a la caída.
 - Determinación de Resonancia.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos del Banco Interamericano de Desarrollo (2010).

Otras entidades relacionadas:

- a) Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP): El objetivo principal de la Asociación Nacional de la Empresa Privada, es contribuir al desarrollo económico, social, y cultural de El Salvador, promoviendo el fortalecimiento del Sector empresarial y el Estado democrático de derecho. La Asociación está integrada por las Asociaciones o Entidades de los sectores representativos de la iniciativa privada.
- b) Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI): Esta entidad está orientada a satisfacer a sus agremiados y clientes, proporcionando el apoyo necesario para la productividad y el desarrollo de las mismas. Todo ello lo logra a través de prestigio y solidez, lo que conlleva a desarrollar procesos eficientes de gestión y una filosofía permanente de mejora continua.
- c) Cámara Agropecuaria y Agroindustria de El Salvador (CAMAGRO): Es una Asociación privada, apolítica sin fines de lucro. Que tiene como objetivo principal en relacionar a las personas ya sean naturales y jurídicas, para que desarrollo a bien toda actividad involucrada al sector forestal, agropecuario, pesquero, agroindustrial y otras actividades que estén ligadas a las anteriores.

C. Leyes que regulan las importaciones de fruta deshidratada a Japón.

Uno de los pilares de la política comercial de Japón es el mantenimiento y fortalecimiento del sistema multilateral de comercio el cual promueve la OMC al que Japón está plenamente comprometido con hacerlo progresar, además de proponer nuevos enfoques e ideas para hacer avanzar las negociaciones en el marco de la OMC, sin dejar a un lado los principios de transparencia e inclusión.

En un contexto de aumento del proteccionismo en todo el mundo, Japón acoge con satisfacción los compromisos políticos asumidos en foros internacionales como el G-20 y el APEC en relación con el statu quo y el desmantelamiento de las medidas proteccionistas. En este sentido, este respalda plenamente el mecanismo de examen de las políticas comerciales y la labor de vigilancia del comercio de la OMC, basados en un sistema de examen entre iguales, cuyo objetivo es contener las medidas proteccionistas.

En su mayoría las prohibiciones existentes en Japón son aquellas establecidas en la Organización Mundial del Comercio (OMC), las cuales recaen sobre los temas de salud pública, moral, seguridad Nacional, y provisiones de intercambio comercial.

Las regulaciones a las importaciones de fruta deshidratada están contenidas básicamente en las leyes siguientes:

Tabla N°10

Principales leyes y reglamentaciones del Japón que aplican a la exportación e importación de fruta deshidratada.

Legislación/Organismo.	Promulgación	Última modificación	Descripción
Ley de Cambios y Comercio Exterior.	1949	2009	Esta ley regula las transacciones comerciales, basada en el concepto de libre comercio, que pretende facilitar las transacciones

METI			comerciales con el exterior, mediante la simplificación de los trámites y requisitos para la importación.
Ley de Transacciones de Exportación e Importación.	1952	2013	Esta Ley regula la exportación e importación de bienes.
METI			
Ley de Aduanas.	1954	2013	Regula las tarifas arancelarias, los procedimientos aduaneros y también las prohibiciones de importación.
Ministerio de Hacienda			
Ley Arancelaria	1910	2014	En esta ley se establecen los tipos de derechos de aduana, la base para la fijación de los derechos, la reducción y la exención de derechos de aduana y otros asuntos relacionados con el sistema aduanero.
Ministerio de Hacienda			
Ley de Medidas Arancelarias Temporales.	1960	2014	Afecta a las reducciones, excepciones y restituciones arancelarias.
Ministerio de hacienda			Dentro de esta ley se estipulan las tasas preferenciales, las cuales se

<p>Ley sobre la normalización y etiquetado correcto de los productos agropecuarios y forestales. (Ley JAS)</p>	1950	2013	<p>aplican a productos específicos de importación de países en vías de desarrollo.</p>
<p>MAFF y Oficina de Asuntos del Consumidor.</p>			<p>El propósito de esta ley es hacer cumplir el etiquetado correcto y calidad de los productos agrícolas provenientes de territorios extranjeros, contribuyendo así a su distribución y promoción sin problemas basado en la demanda del consumidor, y la protección de los intereses de los consumidores.</p> <p>Para poder ingresar al territorio japonés La gran mayoría de alimentos, bebidas no alcohólicas y productos forestales deben contar con una certificación el marco jurídico de las Normas Agrícolas del Japón (JAS). Esta certificación, garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y de procesos de producción japoneses; ha sido creada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias</p>

Forestales de ese país, el mismo que vela por su cumplimiento.

La certificación JAS puede agruparse de la siguiente manera:

Certificación JAS General: la cual, garantiza la calidad del producto, refiriéndose a su contenido, composición o desempeño.

Certificación JAS Específica: que norma los procedimientos de producción, tales como los de alimentos orgánicos o pollos desarrollados de manera natural.

Ley sobre condiciones sanitarias de los alimentos.

1947

2013

MHLW, Oficina de Asuntos del Consumidor

Se aplica a los alimentos, aditivos, contenedores y embalajes. La Ley prevé el establecimiento y la aplicación de normas para los aditivos alimentarios, así como la realización de inspecciones de las instalaciones por el Ministro de Salud, Trabajo y Bienestar Social.

**Ley de Pesos y
Medidas**

El propósito de esta Ley es prevenir los riesgos sanitarios haciendo cumplir los reglamentos y otras medidas necesarias desde el punto de vista de la salud pública, garantizar la seguridad de los alimentos y por lo tanto proteger la buena salud de los ciudadanos.

Esta ley exige a los importadores presentar una notificación previa de importación al Ministerio de salud, trabajo y Bienestar social para obtener una autorización de importación.

Requiere que todos los productos importados y documentos de embarque estén en medidas métricas; para categorías como bebidas y alimentos es indispensable para los requisitos de etiquetado. En general, las leyes de etiquetado es un factor importante para facilitar la declaración de aduanas en

			Japón.
Ley de Protección Fitosanitaria MAFF	1950	2012	Establece el marco jurídico para la reglamentación de la protección fitosanitaria, incluida la cuarentena para las plantas nacionales, de importación y de exportación.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de la Secretaría de la OMC (2015). *Examen de las políticas comerciales del Japón (duodécimo examen)*.

3.1 Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).

El Japón concede trato preferencial a las naciones más favorecidas (NMF) que son países que se encuentran en vías de desarrollo, que cumplan al menos uno de los criterios siguientes: ser Miembro de la OMC, figurar en una disposición de la Orden del Consejo de Ministros pertinente de conformidad con el artículo 5 de la Ley Arancelaria o haber concluido con el Japón un tratado bilateral en materia de comercio y navegación.

En la actualidad, gozan de ese trato todos los países y territorios a excepción de Andorra, la República Popular Democrática de Corea, Guinea Ecuatorial, el Estado de Eritrea, el Líbano, Sudán del Sur y la República Democrática de Timor-Leste. También, gozan de trato preferencial los países conocidos como menos adelantados (PMA), siendo estos los que tienen fuerte carencia de tecnología, todo ello en virtud de la Ley de Medidas Arancelarias Temporales.

El Sistema Generalizado de Preferencias dio inicio el 1° de agosto de 1971 para países en desarrollo y a la fecha ha sido examinado varias veces, además, de acuerdo con dicho sistema, el Japón otorga desde 1980 un trato preferencial especial a los PMA, de los cuales abarca el trato preferencial a productos que solamente les han sido concedidos a los PMA.

Actualmente son 138 países en desarrollo y 7 territorios, incluidos los PMA (48 en 2014), que gozan de sus beneficios. En los años de 2007 y 2011, se introdujeron mejoras en el sistema, en donde Japón permitió el acceso a los mercados libre de derechos y de contingentes para todos los productos que sean originarios de los PMA, incluyendo diversos productos a los ya comprendidos.

Como consecuencia, el número de productos agrícolas y pesqueros originarios de los PMA que reciben trato preferencial aumentó de 497 a 1.523, y el de productos industriales pasó de 4.185 a 4.244. 34. La cuantía de las reducciones arancelarias varía en función de los productos. Por consiguiente, del trato preferencial que se designaba a 86% de líneas arancelarias, se incrementó a 98%. En la actualidad este sistema tiene una vigencia hasta el 31 de marzo de 2021.

IV. MARCO CONCEPTUAL.

A. Recuento de conceptos y categorías.

ABENOMICS: son políticas económicas que se basan en estímulos fiscales, la flexibilización monetaria y las reformas estructurales.

Aditivos alimentarios: sustancias utilizadas en el proceso de fabricación de alimentos o con fines de transformación o conservación de alimentos.

Agente aduanero: persona física que tiene las facultades para realizar el despacho de mercancías para la exportación e importación.

Agroindustria: es la actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agropecuarios, forestales y biológicos. Implica la agregación de valor a productos del agro, la ganadería, la silvicultura y la pesca.

Almacenamiento: es el depósito de mercancías bajo el control de la autoridad aduanera en recintos habilitados por la Aduana.

Análisis FODA: también conocido como Matriz o Análisis FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas y su situación externa en una matriz cuadrada.

Análisis PEST: identifica los factores del entorno general que van a afectar a las empresas. Este análisis se realiza antes de llevar a cabo el análisis FODA en el marco de la planificación estratégica.

Arancel preferencial: desde el punto de vista comercial, se puede considerar un arancel preferencial al arancel resultante de los convenios que existen entre países por los tratados que firman entre sí; esto lleva a que países con convenios o tratados mutuos reciban un trato especial como aranceles o impuestos más bajo que los países que están fuera de este.

Arancel: impuesto que grava las mercancías que entran en un país.

Aseguradora: empresa especializada en el seguro, cuya actividad económica consiste en producir el servicio de seguridad, cubriendo determinados riesgos económicos (riesgos asegurables) a las unidades económicas de producción y consumo.

Autoridad aduanera: es el funcionario público o dependencia oficial que en virtud de la Ley y en ejercicio de sus funciones, tiene la facultad para exigir o controlar el cumplimiento de las normas aduaneras.

AWB: este documento se utilizara en el caso que el transporte del producto decida hacerse vía aérea. Ya que este es un recibo emitido por una compañía aérea internacional de productos y una evidencia del contrato de transporte.

BL: este documento se emite únicamente si el transporte de la mercancía se realizara por medio marítimo y es un certificado que garantiza que el transportista tiene a su cargo la mercancía.

Capacidad exportable: determinar el volumen disponible para el mercado externo. El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua.

Carta de crédito: herramienta de pago que se rige de acuerdo a normas internacionales. Este instrumento permite que una persona indique a un banco que concrete un pago a un tercero, siempre y cuando se cumplan ciertas condiciones.

Cámara de Comercio Internacional ICC: es la organización empresarial mundial, la única asociación representativa que habla con la voz que emana de las empresas de todos los sectores y de todos los países del mundo.

La ICC fomenta la apertura del comercio y de la inversión internacionales, así como la economía de mercado. La convicción de que el comercio es una poderosa fuerza en pro de la paz y la prosperidad data de los orígenes de la organización a principios del siglo XX.

Certificación Orgánica: es el proceso de control que permite garantizar la Calidad Orgánica de un producto, verificando el cumplimiento de la Norma de Producción Orgánica que corresponda, según el mercado destino de dicho producto.

Certificado Fitosanitario: es un documento de control y de lucha contra plagas que requieren determinados vegetales y productos vegetales y que deben además ir acompañados de su correspondiente pasaporte fitosanitario en el momento de la expedición.

Certificado de Origen: documento que certifica que las mercaderías a ser despachadas son originarias del país exportador.

Certificado de Libre venta: este documento acredita que determinados productos son de libre venta en el mercado local, cumpliendo por lo tanto con las normativas vigentes en el país de origen del mismo.

Certificación JAS: esta certificación garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y de procesos de producción japoneses, la cual ha sido creada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias Forestales (MAFF) de ese país, el mismo que norma su cumplimiento.

Certificado Sanitario: es un requisito tanto en el país de origen como en el país de destino. En El Salvador es obligatorio para dar cumplimiento al Art. 95 del Código de Salud.

CIEX El Salvador (Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones): Es una de las áreas de negocio que posibilita a las personas naturales y jurídicas registrarse como exportador, a través del Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX), con el objeto de habilitarlas para obtener a través del sistema en mención los documentos legalmente necesarios para exportar.

Compraventa Internacional: se rige por las normas contenidas en la Convención de las Naciones Unidas sobre esta materia. Normas que han pasado a formar parte del ordenamiento jurídico español. Tienen un ámbito sustantivo de aplicación.

Estas normas pueden servir como modelo para modificación del régimen de la compraventa de bienes inmuebles contenidos en nuestros Códigos. Además determinados principios generales pueden tener un valor ejemplar para las normas generales sobre los contratos.

El convenio se aplica solo a aquellas compraventas realizadas entre empresarios que tengan su establecimiento en Estados con vigencia.

Comercio internacional: es el movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros.

Consignatario: es la persona natural o jurídica a quien el remitente o embarcador en el exterior envía una mercancía, o a quien se le haya endosado el documento de transporte.

Contenedor: es un recipiente consistente en una gran caja con puertas o paneles laterales desmontables, normalmente provistos de dispositivos (ganchos, anillos, soportes, ruedas) para facilitar la manipulación y estiba a bordo de un medio de transporte, utilizado para el transporte de mercancías sin cambio de embalaje desde el punto de partida hasta el punto de llegada, cuya capacidad no sea inferior a un metro cúbico.

Cotización: precio de una acción o de un valor que cotiza en bolsa o en un mercado económico. Una reducción de la cotización del peso implicaría una baja de los tipos de interés

Cuenta abierta: una transacción de cuenta abierta es una venta donde las mercancías son enviadas y entregadas antes de que el pago deba hacerse efectivo. Siendo la opción más ventajosa para el importador en términos de flujo de efectivo y costo pero, por consiguiente, es también la opción más riesgosa para el exportador.

Cuestionario: instrumento que establece un conjunto de cuestiones o preguntas que deben ser contestadas en un examen, prueba, test, encuesta, etc.

Declaración de Mercancías: acto efectuado en la forma prescrita por la Aduana, mediante el cual el interesado indica el régimen aduanero que ha de asignarse a las mercancías y comunica los elementos necesarios para la aplicación de dicho régimen.

Depósito Aduanero: es el almacenamiento temporal de mercancías bajo control del servicio aduanero en locales o en lugares cercados o no, habilitados al efecto, en espera de que se presente la declaración de mercancías correspondiente.

Depósito para perfeccionamiento Activo: conocido anteriormente como recinto fiscal, área del territorio nacional, sujeta a un tratamiento aduanero especial, donde las mercancías que en ella se introduzcan para ser reexportadas, se reciben con suspensión de derechos e impuestos, para ser sometidos a proceso de transformación, elaboración o reparación y donde los bienes de capital pueden permanecer por tiempo ilimitado.

Deshidratación de frutas: es una de las formas más antiguas de procesar alimentos. Consiste en eliminar una buena parte de la humedad de las frutas, para que no se arruinen.

Dieta Nacional: es la asamblea u órgano máximo de poder del estado de Japón de acuerdo con la Constitución japonesa. Está formada por miembros directamente elegidos por el pueblo, con edad mínima de 20 años. Los partidos políticos, a los que pertenecen casi todos los miembros de la Dieta, son las unidades básicas de la actividad política. Además es el encargado de aprobar todas las leyes y presupuestos de la Nación, la

ratificación de Tratados Internacionales y la puesta en marcha de propuestas formales para enmendar la constitución.

Dirección General de Aduanas (DGA): es un órgano que integra la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y tiene a su cargo la aplicación de la legislación relativa a la importación y exportación de mercaderías, como así también el control del tráfico de los bienes que ingresan o egresan en el territorio aduanero.

Empaque: parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta.

Entrevista Directa: es aquella en la que el entrevistador lleva buena parte de la conversación, realizando preguntas específicas sobre temas que con frecuencia son elegidos por él, al tiempo que ofrece frecuentes informaciones o explicaciones del problema planteado por el paciente.

Estrategia de posicionamiento: es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos.

Etiquetado: es una parte fundamental del producto, porque sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y por supuesto, también para cumplir con las leyes, normativas o regulaciones establecidas para cada industria o sector.

Exportación: es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país.

Ficha del producto: documento que contiene la descripción de las características de un producto de manera detallada. Los contenidos varían dependiendo del producto, servicio o entidad descrita, pero en general suele contener datos como el nombre, características, composición o elaboración, y especificaciones técnicas.

Fruta seca: es un producto que se obtiene del secado realizado a diversas frutas especiales, propensas a este proceso. Se llega a reducir el contenido de humedad en el

cuerpo de la misma hasta llegar a un 20% del peso. Este proceso de deshidratación tiene dos finalidades que son: 1) aumentar sus posibilidades de preservación 2) reforzar el sabor de las frutas sometidas a este procedimiento.

Fruticultura: es la ciencia que estudia el mejoramiento genético de los árboles frutales y la elaboración o adecuación de las técnicas de producción a estos. Aplicando tecnologías basadas en principios biológicos y fisiológicos, para obtener un crédito económico de la actividad.

Hoja de inscripción de exportador: este instructivo sirve para facilitar el llenado del Formulario de Inscripción requerido para registrar a los exportadores Naturales y/o Jurídicos en el Registro Nacional de Exportadores. Debe ser llenado de manera coherente y completa por el exportador y/o su representante debidamente autorizado. El Exportador es responsable de la información declarada en este formulario.

Impuesto Ad Valorem: es un impuesto basado en el valor de un bien inmueble o mueble. Es más común que un impuesto específico, (tasa que se impone sobre la cantidad de un bien, como céntimos por kilogramo), sin consideración del precio. Un impuesto ad valorem se impone típicamente en el momento de la transacción o transacciones (un impuesto sobre ventas o impuesto al valor agregado (IVA)), pero puede imponerse en una base anual (un impuesto a la propiedad inmobiliaria o personal) o en conexión con un evento significativo (un impuesto de sucesiones o un arancel).

Impuesto: clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por derecho público. Se caracteriza por no requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la administración hacendaria (acreedor tributario).

Incentivo fiscal: estímulo en forma de reducciones o exenciones en el pago de ciertos tributos que se concede a los sujetos pasivos de dichos tributos para promover la realización de determinadas actividades consideradas de interés público por el Estado.

INCOTERMS: términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, tanto entre el exportador y el importador. Estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras y las cortes en todos los países.

Información primaria: es la que el investigador crea para una investigación o estudio concreto. Esta información no existe en el momento en que el investigador la requiere, por eso debe desarrollarla.

Información Secundaria: está formada por datos, hechos, cifras, etc., Que anteriormente alguien reunió para su propia investigación o proyecto y elaboró un estudio o informe con ellos.

Investigación descriptiva: la Investigación descriptiva, también conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea.

Investigación: es considerada una actividad humana, orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas o interrogantes de carácter científico.

Inversión Extranjera Directa: es la colocación de capitales a largo plazo en algún país extranjero, para la creación de empresas agrícolas, industriales y de servicios, con el propósito de internacionalizarse.

JETRO Japón: es un organismo autónomo de carácter gubernamental, que fue fundado en 1958 con el objetivo de promover y desarrollar las actividades relacionadas con la promoción del comercio internacional del Japón. Además de recoger, sistematizar y proveer abiertamente información de datos económicos y comerciales.

Libre Comercio: es un concepto económico que puede entenderse hacia el comercio interior y hacia el exterior. Hacia el interior es equivalente a la libertad de empresa en una economía de libre mercado (libertad económica), y se refiere a la ausencia de obstáculos que impidan el acceso de los agentes económicos a la actividad comercial, expresándose en distintas libertades (libertad de precios, libertad de horarios, libertad de apertura de establecimientos, libertad de contratación, etc.). En el ámbito del comercio exterior, el comercio libre es la vía opuesta al proteccionismo, y se basa en la ausencia de aranceles y de cualquier forma de barreras comerciales, (contingentes, cupos, reglamentos gubernamentales, requisitos teóricamente sanitarios o de calidad) destinadas a obstaculizar

el intercambio de productos entre países que funcionan como unidades económicas separadas (mercado nacional) por efecto de su legislación, de su fiscalidad, de su moneda, de sus instituciones económicas, etc.

Licencia de Importación: autorización para importar determinado bien y transferir las divisas necesarias para su pago.

Lista de empaque: documento que permite a todas las personas involucradas en el trámite de exportación identificar las mercancías; para lograr esto es necesario un empaque cuidadoso que coincida con lo indicado en la factura.

Logística: es el proceso que implica el movimiento de las mercancías desde su origen hasta el país de destino a exportar.

Mercado Exterior: conjunto de transacciones comerciales que se realizan en los mercados internacionales: importaciones y exportaciones de bienes, servicios y capitales.

Mercancía: es todo bien clasificable en el Arancel de Aduanas, susceptible de ser transportado y sujeto a un régimen aduanero.

Método Inductivo: el objeto de estudio de la lógica inductiva es el estudio de las pruebas que permiten medir la probabilidad inductiva de los argumentos así como de las reglas para construir argumentos inductivos fuertes.

Medios de pago: cualquier tipo de activo financiero del que se dispone para realizar un desembolso en una operación o transacción comercial o para liberarse de una deuda u obligación contraída.

Modelo de exportación: son todos aquellos parámetros estratégicos los cuales se deben de tener en cuenta cuando una empresa o persona quiere cruzar las fronteras del país de origen, para dar a conocer su producto, con el fin de capturar nuevos mercados y con el objetivo de expandir su negocio.

Monarquía Constitucional. es una forma de gobierno donde el monarca ostenta la jefatura del estado. Es un poder de mediano carácter simbólico, puesto que se encuentra regulado

por una ley, con frecuencia una Constitución. También, se caracteriza porque el rey o la reina tienen un papel de moderador o árbitro en los conflictos políticos del Gobierno, habitualmente, elegido democráticamente

Muestreo no probabilístico: es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados.

Nipona: relativo a Japón, país del este de Asia, o a sus habitantes.

Nota promisorio: documento legal que representa un contrato vinculante, en el que una parte presta una cantidad fija de dinero a la otra parte. El documento contiene la agenda de devolución del préstamo, cualquier término de préstamos relevantes, la tasa de interés aplicado al balance y dónde el deudor puede hacer los pagos correspondientes. El acreedor mantiene la nota promisorio con la firma del deudor y brinda una copia de la misma al deudor para que pueda guardarla en sus registros financieros personales. La nota promisorio es prueba de que el acreedor tiene una deuda legítima que el deudor debe pagar.

Origen mercancías: vínculo geográfico que une la mercancía con el país de origen.

Pago a la vista: pago que recibe el exportador una vez efectuado el embarque, y contra la presentación al importador de los documentos representativos de la mercadería y/o servicios.

Política comercial: manejo del conjunto de instrumentos del estado para mantener, alterar o modificar las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo.

Proteccionismo: desarrollo de una política económica para proteger los productos del propio país, imponiendo limitaciones a la entrada de productos extranjeros, similares o iguales mediante la imposición de aranceles e impuestos a la importación, encareciendo así dicho producto de modo que no sea rentable.

Pymes: acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados.

Régimen aduanero: es el tratamiento aplicable a las mercancías sometidas al control y vigilancia de la autoridad aduanera, mediante el cual se les asigna un destino aduanero específico de acuerdo con las normas vigentes.

Regulaciones arancelarias: son los impuestos (aranceles) que deben pagar en la aduana de un país los importadores y exportadores por la entrada o salida de las mercancías.

Regulaciones no arancelarias: son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales.

Secador solar: el secador solar es un dispositivo bastante simple que solo usa el sol para funcionar. Con él, se pueden secar frutas, verduras y una gran variedad de alimentos. Esto permite almacenarlos por largo tiempo.

SICEX el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX), es un sistema basado en el concepto de gobierno electrónico que interconecta a los exportadores, Instituciones del Estado vinculadas al comercio exterior y al Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones - CIEX El Salvador, del Banco Central de Reserva de El Salvador.

Seguro de Transportes Terrestre: Está destinado a dar cobertura a los posibles daños materiales que sufran las mercancías con ocasión de su transporte, siempre y cuando vayan adecuadamente envasadas o embaladas de acuerdo con su naturaleza.

Sistema Generalizado de Preferencias (SGP): mecanismo por medio del cual los productos originarios de países en vía de desarrollo o menos desarrollados tienen acceso a tasas arancelarias preferenciales o simplemente están libres de aranceles de internación, al ingresar al territorio de los países de economías desarrolladas.

Tarifa aduanera: derechos que deben pagarse por la importación o exportación de las mercaderías sujetas a gravamen.

Tarifa preferencial: tarifa que se aplica de forma distinta sobre mercancías idénticas dependiendo de la procedencia de la importación.

Transporte internacional: es una pieza fundamental en la cadena logística internacional, ya que sobre él recae la entrega de la mercancía en el momento y lugar preciso, siendo la fiabilidad, eficiencia, rapidez y flexibilidad requisitos fundamentales.

Tratados de Libre Comercio (TLC): es un acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios.

Unidad de Análisis: el objeto concreto que se investiga (por ejemplo, personas, salas de clase, organizaciones, naciones).

Valor CIF: cláusula de compraventa que incluye el valor de las mercancías en el país de origen, el flete y seguro hasta el punto de destino.

Venta online: (también conocido como *venta en línea* o *venta en internet*) venta que se da con la finalidad de vender sus productos, servicios, ideas u otros, no solo en la ciudad o país donde residen, sino también, en otros países del mundo y además, durante las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

Zona Franca: zona acotada de libre comercio, regulada legalmente por las instituciones fiscales de un país, en el interior de la cual no rigen los derechos de aduana vigentes para el resto del territorio nacional. En las zonas francas las mercaderías se compran libres de impuestos.

CAPITULO II.

GENERALIDADES DEL SECTOR INDUSTRIAL DE DESHIDRATADO DE FRUTA EN EL SALVADOR, ANÁLISIS DEL MERCADO JAPONÉS, PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, DISEÑO DE INVESTIGACIÓN, INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

A. Análisis Situacional

1. Generalidades de la Industria del deshidratado en El Salvador.

El impulso del cultivo de frutas para la agricultura salvadoreña es fundamental, debido a que existe en ella un potencial económico, por ser fuente generadora de empleos e ingresos y mejoras del medio ambiente.

La mirada en nuevas alternativas de producción de frutas ha tomado un auge con resultados aceptables y esperanzadores para un sector agrícola que muchas veces se ha considerado estancado. Con la agroindustrialización y nuevas técnicas se ha propiciado una revolución productiva que pone a disposición de los consumidores, frutas y verduras deshidratadas.

Se han realizado varias actividades para fabricar productos deshidratados a escalas comercializables; algunas instituciones que han ejecutado proyectos aportando información de importancia sobre el tema, se detallan en la siguiente tabla:

Tabla N° 11

Instituciones que apoyan la deshidratación de alimentos.

Institución / Proyecto	Información obtenida
Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola / Proyecto IICA-	Aportes en la determinación actual y potencial de oferta, valoración del mercado y apoyo a

Frutal ES	los productores de frutas.
Cooperación Técnica Alemana / Proyecto FORTALECE-GTZ	Adopción del programa de “Frutas y Hortalizas Deshidratadas”. Dentro de sus logros está el haber introducido cinco deshidratadores solares y colocarlos en diferentes lugares del país.
Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI)	Capacitación a agricultores o agroindustriales interesados en el tema.
Cooperación Española (CODESPA)	Incursión ocasional en el área de deshidratación.
Escuela Nacional de Agricultura (ENA)	Realización de algunos proyectos como institución del MAG.

Fuente: FIAGRO, Fundación para la Innovación Tecnológica Agropecuaria (2003). Estrategias de productos deshidratados FRUTAS – VEGETALES – HIERBAS. El Salvador: “el autor”.

En El Salvador las empresas salvadoreñas que deshidratan alimentos (frutas, hierbas, especias, flores, etc.), se encuentran: cooperativas, microempresas y medianas empresas; de acuerdo a las características definidas por FUSADES (Ver anexo 1), tomando en cuenta los recursos económicos, la tecnología y la capacidad que poseen.

Dentro de las microempresas y pequeñas empresas existen varias, sin tener un número definido, puesto que algunas de ellas no posee un establecimiento y se dedican a la venta local y online, sus volúmenes de producción son pocos, entre algunas de estas empresas

se pueden mencionar: Ri-K-Fruta, Delicias del Sol, Green Heart, Yo soy manos a la obra, Quinta Carmelita, entre otras.

También, dentro de esta actividad están las medianas empresas, las cuales tienen una capacidad productiva alta y poseen tecnología e instalaciones adecuadas para la deshidratación de estos alimentos, dichas empresas abastecen una demanda nacional e internacional, exportando a países como: Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Honduras, Holanda, Venezuela y Estados Unidos. En la tabla N°12 se pueden apreciar las empresas exportadoras según el orden de importancia:

Tabla N° 12

Empresas exportadoras de frutas deshidratadas en El Salvador.

EXPORTADOR	IMPORTANCIA
Casa Bazzini, S.A. de C.V.	1
Agroindustrias Finca Don Chimino	2
PROSERQUISA S.A. DE C.V.	3
PROIMAX, S.A. de C.V.	4
Comidas e Industrias Especializadas	5
Transportes Pena Revelo, S.A. de C.V.	6
Operadora del Sur, S.A. de C.V.	7

Fuente: Banco Central de Reserva (2015).

Es importante destacar que dentro de estas empresas exportadoras, también hay algunas que se dedican a la importación, las cuales son: Casa Bazzini, S.A. de C.V., Comidas e Industrias Especializadas y Operadora del Sur, S.A. de C.V.

Las empresas que se dedican a esta actividad, utilizan diferentes tipos de deshidratadores, como son a base de gas propano, eléctrico y energía renovable. Algunas de estas empresas ya poseen deshidratadores propios e instalaciones amplias para la elaboración

de alimentos deshidratados, además entre las frutas que mayormente son sometidas a la deshidratación son: piña, plátano, mango, papaya, caña, guineo, rosa de Jamaica y limón.

Cabe mencionar que la participación de esta industria en El Salvador aún es mínima, debido a la falta de cultura de consumo de alimentos deshidratados, sin embargo, a nivel internacional estos productos tienen mayores oportunidades de demanda.

2. Identificación del Problema.

La apertura comercial que El Salvador está viviendo actualmente, con los diferentes tratados comerciales y/o tratos preferenciales, han hecho que muchas empresas se interesen por las oportunidades que otros mercados ofrecen, con el fin de incrementar utilidades.

El Salvador es un país que cuenta con una diversidad de materias primas que pueden ser transformadas en productos deshidratados, tales como frutas, hierbas, especias, flores, etc. Esta agroindustria tiene un fuerte potencial, puesto que presenta oportunidades de desarrollo en los años venideros, debido a que las áreas dedicadas al cultivo de frutas en el país se acrecentarán, lo que generará una mayor producción, estas iniciativas son fomentadas por el gobierno de El Salvador a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Las empresas que participan activamente en la industria del procesamiento de alimentos, en su mayoría son empresas familiares y grupos organizados (cooperativas); quienes se han comprometido en la producción y comercialización de productos deshidratados; a lo largo de los años estas empresas han ido identificando oportunidades de mercado en otros países, esto se debe a que la cultura de consumo de alimentos deshidratados en mercados internacionales es más grande que la del país; además los precios pagados en el exterior son más elevados.

El Salvador ha sido exportador de productos deshidratados desde hace varios años, teniendo como principales destinos de exportación países de la región Centroamericana;

sin embargo, en los últimos años la exportación de estos productos se ha expandido a otros territorios como lo son: Holanda, Venezuela y Estados Unidos.

Los principales importadores de fruta deshidratada a nivel mundial son países de altos ingresos económicos (países desarrollados), entre estos se destaca Japón, el cual se perfila como un mercado atractivo para la exportación, debido a su baja tasa de autosuficiencia alimentaria, altos ingresos económicos, bajos índices de natalidad y el incremento de una población madura.

Esto hace que una de sus mayores preocupaciones de la población nipona sea el cuidado de su salud y por ende de los productos que consumen, por ello se afirma que el consumidor Japonés demanda cada vez más productos con menor contenido de carbohidratos y grasas saturadas, con mayor cantidad de fibras, vitaminas, antioxidantes y otros elementos que se relacionan con una alimentación saludable.

Un producto muy consumido por los japoneses son las frutas, pues estas generan grandes beneficios nutricionales en la salud. Estas opciones podrían convertirse en oportunidades atractivas de negocio rentable, sin embargo para participar en un mercado como el japonés es necesario utilizar opciones que sean compatibles con el ambiente, pero que de igual forma brinden niveles competitivos, para ello se deben adoptar sistemas, procesos y equipos que ayuden a obtener productos de alta calidad que cumpla con los estándares más exigentes.

Cabe destacar que en la región Centroamericana Costa Rica y Nicaragua mantienen relaciones comerciales con Japón y han detectado oportunidades de mercado para productos deshidratados en dicho país.

El Salvador, con anterioridad ha exportado otro tipo de productos a Japón, pero no así frutas deshidratadas, de tal manera que la inexperiencia hace desconocer los elementos necesarios para insertarse en este mercado caracterizado por ser complejo y exigente con una oferta variada. Es por ello que es necesario un plan de exportación que reúna los elementos principales para la ejecución de una exportación de frutas deshidratadas a

Japón, lo que sería una excelente herramienta para aquellas empresas salvadoreñas que tengan la posibilidad y el deseo de incursionar en este mercado.

3. Enunciar el problema.

3.1 Planteamiento del problema.

¿Cuáles son los elementos que deben ser considerados para elaborar un plan de exportación de fruta deshidratada en El Salvador, con el fin de facilitar a las empresas el proceso de exportación de este producto hacia el mercado de Japón?

4. Descripción del diagnóstico FODA de la industria.

4.1 Análisis Interno.

Fortalezas:

F1 Variedad de productos deshidratados.

La deshidratación no es una técnica que se limite a un solo tipo de fruta y esto ha sido muy bien aprovechado por las empresas, lo que permite que estas oferten una amplia gama de productos como lo son: caña, mango, plátano, guineo, piña, mango, papaya y limón.

Además se encuentran en constantes pruebas para seguir ampliando sus productos, no se limitan solamente a frutas, sino que a cualquier cultivo que se adapten a las características.

F2 Experiencia en el deshidratado de frutas.

El esfuerzo productivo de muchas de las empresas pertenecientes a esta industria se remonta al año 2001, momento en el que establecen las bases de sus agroindustrias siendo inspiración para otros emprendedores.

En sus inicios se desarrollaron métodos artesanales, que con el tiempo fueron evolucionando a métodos más avanzados haciéndolos desarrollar un negocio sostenible y rentable.

F3 Mano de obra capacitada

La mano de obra que se emplea para elaborar cada uno de los productos deshidratados, cuenta con experiencia y capacitación, que es proporcionada tanto por las empresas que conforman esta industria, como también, por el Ministerio de Salud para el manejo de las materias primas de forma adecuada.

F4 Asistencia Técnica en el deshidratado de alimentos.

La asesoría y asistencia técnica es brindada por entidades gubernamentales y no gubernamentales, tales como: Alcaldías, FUSADES, AMEES, CONAMYPE, COEXPORT, PROESA, Ministerio de Salud (a través de capacitación para los trabajadores de la planta deshidratadora).

F5 Maquinaria apropiada para la deshidratación de alimentos.

El contar con maquinaria adecuada para la deshidratación de alimentos es indispensable. Por ello, muchas de las empresas han adquirido la maquinaria a base de esfuerzo personal y en algunos casos con apoyo de diferentes organismos.

Los diferentes tipos de deshidratadores con los que cuentan las empresas dedicadas a esta industria están: deshidratadores eléctricos, deshidratadores de gas propano y deshidratadores cuyo funcionamiento es a base de energía solar.

F6 Productos de calidad 100% naturales sin contaminar el medio ambiente.

Las empresas deshidratadoras en El Salvador han obtenido reconocimiento por ofrecer productos naturales y amigables con el medio ambiente, en esta industria ya existen empresas que garantizan la sostenibilidad del sistema de producción agrícola, en la medida que contribuyen a recuperar la vida de los suelos, multiplicando microorganismos, mejorando la fertilidad y en general restableciendo el equilibrio natural que todo suelo debe tener mediante prácticas agrícolas que combinan el riego por goteo, la fertilización orgánica, la deshidratación solar y la conservación de suelos.

Los productos son 100% naturales, sin colorantes, saborizantes, ni preservantes artificiales. Están elaborados con los más altos estándares de calidad y constituye un complemento

alimenticio saludable y nutritivo. Es fuente de fibra natural y brinda energía rápida e inmediata.

F7 Disponibilidad de materia prima.

El salvador se caracteriza por cultivar una abundante variedad de frutas tropicales, apropiadas para la deshidratación y muy del gusto del consumidor gourmet. En el transcurso de los años ha surgido un interés por enfocar el sector agrícola a una mayor producción de frutales, haciendo mucho más extensas las áreas destinadas a estos cultivos en el país, permitiendo identificar en él un fuerte potencial de desarrollo económico.

Uno de los propósitos de fincas y cooperativas es evitar el desperdicio de tanta fruta que es cosechada y no es posible venderla totalmente como fruta fresca, esto se soluciona al ser procesada y así ser comercializada como fruta deshidratada. Sin embargo no todas las empresas poseen suelo cultivable ni los recursos para producir su propia materia prima, pero cuentan con muy buenos proveedores para abastecerse.

F8 Presencia en mercados internacionales.

Los deshidratados salvadoreños se exportan a países como: Estados Unidos, Nicaragua, México, países de la Unión Europea como Holanda; en donde han sido bien aceptados los productos pues se adaptan a los requerimientos de estos mercados.

F9 Variedad de puntos de Venta a nivel nacional e internacional.

Cada vez son más los lugares donde se puede encontrar fruta deshidratada salvadoreña; localmente es comercializado en: Supermercados, Farmacias, Kioscos en centros comerciales, pastelerías, ferias comerciales, gasolineras, gimnasios, almacenes de prestigio, salones de belleza, hoteles, restaurantes, sociedades de diabéticos, cooperativas, etc.

Internacionalmente los productos son distribuidos en supermercados, tiendas de regalos, venta en línea o en caso especial una empresas, distribuye el producto por medio de Venta Directa con una comercializadora establecida en Estados Unidos.

F10 Participación en eventos nacionales e internacionales.

A través de la participación en eventos nacionales e internacionales existe apertura para dar a conocer los productos en espacios nacionales como: El mercadito, Kalpataru, ventas en ministerios gubernamentales, así como también, en ferias internacionales como por ejemplo: EXPOAPEN en Nicaragua, AGRITRADE en Guatemala.

En dichas ferias se ha podido encontrar personas y empresas de distintos países interesadas en la fruta deshidratada salvadoreña, tal es el ejemplo de: Honduras (Supermercado La Colonia), Guatemala, EE.UU. (Melisas), México, Canadá, Barcelona, España, Unión Europea.

Debilidades:

D1 Falta de estrategias para posicionar el producto.

La manera más utilizada por estas empresas para darse a conocer es a través de páginas web, fan page en Facebook, o su participación ferias comerciales. Es una industria caracterizada por ser poco conocida, además de carecer de creatividad para posicionar sus productos.

D2 Baja capacidad de Inversión.

La inversión realizada por la mayoría de estas empresas es a través del esfuerzo familiar y personal, lo cual en muchas ocasiones ha resultado escaso o insuficiente, dando como resultado un desarrollo, ya que es necesaria la inversión en maquinaria e infraestructura. En su mayoría las cooperativas o Fincas han invertido en cultivos de fruta para generar materia prima por cuenta propia.

D3 Planta deshidratadora, con nivel de producción limitado.

Aunque la mayoría de empresas cuenta con maquinaria de diversos tipos las cantidades producidas son bajas, lo cual crea la necesidad de adquirir de ampliar sus plantas deshidratadoras, comprando nuevas máquinas, para generar mayores volúmenes y poder abastecer a mercados más grandes.

D4 Empresas deshidratadoras no poseen certificación orgánica.

Aunque los productos deshidratados que se elaboran en El Salvador son 100% naturales, no poseen certificación orgánica que los ampare como productos orgánicos, sin embargo, algunas empresas se encuentran en el año III de la transición de dicho proceso; esto permitiría identificar los productos con la certificación orgánica, además de abrir nuevas oportunidades en mercados internacionales.

4.2 Análisis Externo.

Oportunidades:

O1 Aumento de materias primas.

La implementación de programas que beneficiaran a los productores de fruta deshidratada y que pondrá a disposición mayor abastecimiento de materias primas. Como lo es el proyecto que se llevará a cabo en el 2016 por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), que consiste en la erradicación de la mosca de la fruta, cuyo objetivo es incrementar los niveles de cosechas de frutales en el país.

O2 Ampliación de plantas deshidratadoras.

Con la entrada a nuevos mercados los volúmenes demandados serán mucho más altos, por lo que la mayoría de empresas visualizan una inversión en la adquisición de nuevas maquinarias, ampliando de esta manera las plantas de deshidratación y obtener mayores niveles de producción.

O3 Certificación Orgánica para productos deshidratados.

En esta industria ya se pueden observar modelos de producción viables, rentables, replicables y en mejora continua, en donde la innovación y la creatividad son los principales motores de la oferta competitiva de nuevos productos, enfocados en lograr la certificación de producción orgánica para los cultivos.

Otra de las certificaciones que está en vías de ser obtenida por uno de los productores salvadoreños es la Certificación Global Gap; ya que para ingresar al mercado Europeo, esta

certificación es un requisito que consta de tres puntos básicos que son: (1) Buenas Prácticas de Agricultura. (2) Buenas Prácticas de Manufactura. (3) Trazabilidad.

O4 Expansión a nuevos mercados.

Las empresas tienen buenas expectativas de expandirse a otros mercados, de los cuales se tiene considerado: Canadá, España, Francia, Italia, China, Taiwán y Japón; debido a la cultura de consumo de alimentos saludables en estos países.

O5 Mayor rentabilidad al exportar.

Las empresas que ya se encuentran exportando o están en proceso de hacerlo, ven mejores oportunidades en otros mercados, puesto que los precios de estos productos son mayores en países extranjeros, lo que genera una rentabilidad más grande que la que se obtiene en el mercado nacional.

Amenazas:

A1 Escasa demanda Local.

Son pocas las empresas que se dedican a esta industria en el país, lo que hace que el segmento de mercado sea bastante pequeño; pues el número de personas que gustan de este tipo de productos es relativamente pequeña, habiendo mayor la demanda en otros países.

A2 Altos costos de maquinaria.

En su mayoría las empresas cuentan con maquinaria propia, sin embargo, el número de máquinas deshidratadoras que poseen son pocas, y a pesar de que aspiran a ampliar sus plantas de deshidratación; hay algunas empresas que no poseen la capacidad de inversión necesaria para hacerle frente a los altos costos que representan el adquirir dicha maquinaria, lo cual les obstaculiza desarrollarse con mayor rapidez en esta industria.

A3 Altos costos de certificaciones internacionales.

El costo de las certificaciones requeridas para el ingreso a nuevos mercados asciende a miles de dólares anuales, lo que imposibilita a que algunas empresas puedan obtenerlas fácilmente.

A4 Poca apertura de fuentes de financiamiento.

La carencia de financiamiento afecta a esta industria, pues los bancos al tener conocimiento nulo de la rentabilidad de este negocio, por ser poco conocido, no ofrecen a las empresas que desean dedicarse a la deshidratación de alimentos la accesibilidad de créditos.

A5 Competidores con una mayor capacidad de producción.

Los competidores tanto en la región centroamericana como fuera de esta, han experimentado un mayor desarrollo en la industria del deshidratado de fruta, dando paso a la producción de mayores volúmenes en las exportaciones. El mercado global se encuentra inundado de un considerable número de empresas con una oferta variada de frutas deshidratadas.

A6 La incertidumbre en cuanto a los efectos climáticos.

Los cambios climáticos que se han dado en los últimos años en El Salvador, son una limitante para los cultivos de frutas de alta calidad, imposibilitando una proyección asertiva de los cultivos que podrán ser ofertados.

A7 La delincuencia.

Uno de los factores a nivel de país que deben enfrentar muchas empresas sin distinción de actividad económica, es la delincuencia que día a día azota el país y que amenaza con impedirles desarrollar sus acciones con seguridad.

FIGURA 1. Matriz FODA como herramienta de análisis de Industria Deshidratadora de Fruta en El Salvador.

ANALISIS INTERNO	ANALISIS EXTERNO
<p>Fortalezas:</p> <p>F1 Variedad de productos deshidratados.</p> <p>F2 Experiencia en el deshidratado de frutas.</p> <p>F3 Mano de obra capacitada</p> <p>F4 Asistencia Técnica en el deshidratado de alimentos.</p> <p>F5 Maquinaria apropiada para la deshidratación de alimentos.</p> <p>F6 Productos de calidad 100% naturales sin contaminar el medio ambiente.</p> <p>F7 Disponibilidad de materia prima.</p> <p>F8 Presencia en mercados internacionales.</p> <p>F9 Variedad de puntos de Venta a nivel nacional e internacional.</p> <p>F10 Participación en eventos nacionales e internacionales.</p>	<p>Oportunidades:</p> <p>O1 Aumento de materias primas.</p> <p>O2 Ampliación de plantas deshidratadoras.</p> <p>O3 Certificación Orgánica para productos deshidratados.</p> <p>O4 Expansión a nuevos mercados.</p> <p>O5 Mayor rentabilidad al exportar.</p>
<p>Debilidades:</p> <p>D1 Falta de estrategias para posicionar el producto.</p> <p>D2 Baja capacidad de Inversión.</p> <p>D3 Planta deshidratadora, con nivel de producción limitado.</p> <p>D4 Empresas deshidratadoras no poseen certificación orgánica.</p>	<p>Amenazas:</p> <p>A1 Escasa demanda Local.</p> <p>A2 Altos costos de maquinaria.</p> <p>A3 Altos costos de certificaciones internacionales.</p> <p>A4 Poca apertura de fuentes de financiamiento.</p> <p>A5 Competidores con una mayor capacidad de producción.</p> <p>A6 La incertidumbre en cuanto a los efectos climáticos.</p> <p>A7 La delincuencia.</p>

Fuente: elaborado por el equipo de investigación.

5. Conclusión del diagnóstico situacional.

Las características más competentes para las empresas que conforma la industria del deshidratado de fruta en El Salvador son: los recursos de materia prima que se encuentran a su disposición y la mano de obra capacitada capaz de elaborar productos de calidad, logrando de esta forma adaptar dichos productos a requisitos de mercados internacionales. En materia de desarrollo se observa una apertura a nuevos mercados, lo que daría a esta industria una mayor rentabilidad, además las expectativas de crecimiento están ligadas al apoyo que se ha obtenido y se espera seguir teniendo por parte de entidades gubernamentales y no gubernamentales.

Los principales desafíos que debe afrontar la industria deshidratadora de fruta son: la carencia de maquinaria y la falta de certificaciones, considerándose como los mayores obstáculos para la entrada a nuevos mercados, sin embargo, es de valorar que dichos aspectos están siendo evaluados por las empresas que conforman este sector; las cuales han creado acciones que permitirán convertir estos desafíos en oportunidades. Es por ello que tienen en sus prioridades la inversión para la ampliación de las plantas deshidratadoras y la obtención de certificaciones.

Los riesgos que asechan a esta industria son: competidores con más recursos, mayor experiencia en la industria de fruta deshidratada y altos volúmenes de exportación, a pesar de ello la experiencia vivida a través de la participación en eventos internacionales deja en claro que los productos salvadoreños son del gusto de los consumidores extranjeros, además, ayuda a tener contactos con clientes potenciales, abriendo paso a introducir los deshidratados salvadoreños a nuevos mercados.

Las Limitantes de esta industria son diversas tanto como para desarrollarse en el mercado nacional como el internacional. Por ejemplo el bajo nivel de recursos financieros dificulta el pago de ciertos requisitos solicitados en mercados extranjeros, debido a los altos costos que significa su obtención, además, el poco atractivo del mercado nacional hace que las empresas emigren con el objetivo de colocar sus productos en mercados que ofrecen una mayor rentabilidad, para ello se requiere astucia, creatividad y esfuerzo para lograr un buen posicionamiento.

B. Análisis PEST del mercado de Japón.

Toda empresa que desee penetrar un nuevo mercado debe conocer perfectamente a que variables tendrá que enfrentarse, ya sea para tomar ventaja de cualquier oportunidad que le presente el entorno o bien preparar planes que minimicen las amenazas.

Un análisis PEST de Japón resulta útil para tal fin, ya que por medio de este la o las empresas deshidratadoras de fruta podrán identificar los factores del macro entorno que pueden incidir positiva o negativamente al momento de exportar a este mercado.

El análisis PEST está conformado por ciertos factores y cada uno de ellos se centran en diversas variables, así el factor político se enfoca en los cambios de carácter legislativo que puedan repercutir en el desarrollo del negocio, el segundo elemento proporciona un panorama económico del país ya sea nacional e internacional, luego el factor social se dirige a las fuerzas que actúan dentro de la sociedad, así como también las actitudes, intereses y opiniones que tiene la población en determinado mercado y por último se realiza un estudio de los avances en la tecnología que tiene el mercado.

1. Factor Político.

El gobierno de Japón es una monarquía constitucional, basado en un sistema de gabinete parlamentario. El poder ejecutivo reside en el gabinete, que consiste en un primer ministro y no más de 17 ministros de Estado, que en su conjunto deben responder a la Legislatura o Dieta japonesa.

El primer ministro, debe ser miembro de la Dieta y pertenecer a la Cámara de Representantes y no a la Cámara de Consejeros, es nombrado para servir como jefe de Estado para un mandato de cuatro años, aunque a causa de las turbulencias políticas del sistema japonés rara vez se cumple un mandato completo. Este tiene la facultad de nombrar y destituir a los ministros de Estado, todos ellos deben ser civiles y al menos la mitad deben ser miembros de la Dieta.

El tercer poder del gobierno japonés es el Poder Judicial, y la máxima autoridad judicial es el Tribunal Supremo de Japón, el cual se compone de un jefe de justicia y 14 jueces asociados. El presidente del Tribunal Supremo es nombrado por el emperador, por designación del Consejo de Ministros, que también nombra a los otros 14 jueces. Los jueces son vitalicios o hasta su jubilación y sólo pueden ser destituidos por juicio político público.

1.1 Poder Ejecutivo.

Las elecciones nacionales en Japón es un momento en el que toda la Cámara Baja de la Dieta (Cámara de Representantes) y la mitad de la cámara alta (Cámara de Consejeros) se presentan a la elección popular. La Dieta es el único organismo nacional de políticos electos por el voto de la mayoría popular. Las elecciones nacionales también pueden celebrarse en cualquier momento dentro del periodo de mandato del gobierno en funciones bajo dos condiciones:

- a) Que haya una moción de censura en el Parlamento, las cuales no son comunes. Son presentadas por el partido de la oposición cuando el partido en el poder no es capaz de conseguir que se apruebe un proyecto de ley, y por lo que se le considera incapaz de gobernar. Cuando se produce una moción de censura, dimite el partido que gobierna y se convocan elecciones generales.
- b) Que el Primer Ministro disuelva el Parlamento y convoque elecciones. El Primer Ministro de Japón puede convocar elecciones en cualquier momento dentro del período de cuatro años desde las últimas elecciones.

Las elecciones a la Cámara Alta se llevan a cabo cada tres años, con la mitad de los 242 escaños en disputa en la elección. Si bien tradicionalmente la Cámara Alta tiene poco impacto en la política y el poder, las elecciones de la cámara alta son ampliamente vistas como indicadores de la satisfacción o insatisfacción con el partido en el poder, y como mandatos o reprobaciones de las personas en el poder.

La edad mínima para votar en Japón es de 20 años. En virtud de la nueva Constitución de 1947, tanto las mujeres como los hombres, tienen en la actualidad el derecho de emitir su voto en las elecciones nacionales y locales. Los principales partidos políticos de Japón son los siguientes:

Tabla N° 13

Partidos políticos de Japón.

Partido	Descripción
Partido Liberal Demócrata de Japón (LDP)	Centro derecha, dirige la coalición actualmente en el poder.
Partido Democrático de Japón (PDJ)	Centro, principal partido de oposición.
Partido de la Restauración	Derecha, tercera fuerza, pierde poco a poco escaños en el parlamento.
Komeito (NK)	Centro derecha, en la coalición dirigida por el LDP.
Partido Comunista Japonés (PCJ)	Izquierda, su número de escaños se ha más que duplicado en las últimas elecciones.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de Santander Trade Portal (2015). *Japón: Política y Economía.*

Las últimas elecciones a la Cámara Baja tuvieron lugar el 16 de diciembre de 2012, resultando ganador, por amplia mayoría, el conservador Partido Liberal Demócrata (PLD), con 294 escaños sobre un total de 480. El PLD volvía así al poder, tras tres años de Gobierno de centro - izquierda del Partido Democrático de Japón (PDJ), caracterizados por la inestabilidad, por haber cambio de primer ministro en tres ocasiones y por las divisiones internas del Partido.

El Gobierno de Shinzo Abe se apoya en el PLD y en el Nuevo Komeito, un pequeño partido de raíces budistas con el que alcanzó los dos tercios de los escaños de la Cámara Baja.

Shinzo Abe quien ya había ocupado ese cargo en el período 2006- 2007 constituyó su ejecutivo el 26 de diciembre de 2012 y se fijó tres prioridades básicas:

- a) Sacar al país de la situación de estancamiento económico que padece desde hace más de veinte años.
- b) Acelerar la reconstrucción de las zonas afectadas por los desastres del 11 de marzo de 2011.
- c) Reorientar la política exterior y de defensa, de modo que el país disponga de los instrumentos necesarios para salvaguardar sus intereses fundamentales, incluyendo el respeto de la integridad territorial del país.

El programa del Gobierno en materia de reforma de la economía se marca como objetivo:

- a) Sacar a Japón de la senda de deflación de las últimas décadas.
- b) Impulsar el crecimiento y poner las bases para la sostenibilidad de las cuentas públicas, que arrastran en la actualidad el nivel más alto de deuda pública en relación con el PIB de la OCDE.

Este programa, que ha sido popularmente bautizado como *Abenomics*, reposa sobre tres tipos de medidas:

- a) Una política monetaria muy expansiva del Banco de Japón.
- b) La continuidad de estímulos fiscales a la actividad y un programa de reformas estructurales dirigido a mejorar la productividad y la innovación.
- c) Su aplicación en los primeros meses del Gobierno favoreció la subida de la bolsa de Tokio y la depreciación del Yen frente a las principales monedas de referencia.

El Poder Ejecutivo del gobierno japonés también se compone de ministerios estatales o departamentos, cada uno encabezado por un ministro que es nombrado por el Primer Ministro. Bajo la ley japonesa, la mayoría de los ministros deben ser miembros de la Dieta. Los ministerios del gobierno de Japón son los que se presentan en tabla N° 14:

Tabla N° 14

Ministerios de Japón.

Nombre del ministerio.	Función
<p>Ministerio de Finanzas. (MOF)</p>	<p>También conocido como Ministerio de hacienda de Japón escribe el presupuesto anual del gobierno a presentar a la dieta legislativa para la aprobación, además supervisa la colección de impuestos, regula los mercados financieros y maneja el sistema del seguro de depósito de banco. Trabaja en materia de aduanas, aranceles y finanzas.</p>
<p>Ministerio de la Gestión Pública, Asuntos Internos, Correos y Telecomunicaciones.</p>	<p>Establece la política en telecomunicaciones, radiocomunicaciones y servicios postales.</p>
<p>Ministerio de Justicia. (MOJ)</p>	<p>Este ministerio tiene la autoridad judicial dentro de Japón para aplicar la Constitución y decidir en cuestiones de derecho incluyendo ordenanzas municipales.</p> <p>Tiene el poder de revisión judicial como declarar actos de Dieta y asamblea local, acciones administrativas e inconstitucionales.</p>
	<p>Es el ministerio encargado de planificar, dirigir, organizar, controlar e informar sobre la política</p>

<p>Ministerio de Asuntos Exteriores. (MOFA)</p>	<p>exterior de Japón.</p> <p>Su misión es la de aspirar a una mejora de los beneficios de Japón y los japoneses, contribuyendo al mantenimiento pacífico y seguro de la sociedad internacional, a través de una activa y verdadera intención, tanto para ampliar el buen ambiente , además de mantener y desarrollar relaciones armónicas extranjeras.</p>
<p>Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología. (MEXT)</p>	<p>Centraliza la educación, y es dirigida por una burocracia estatal que regula la mayoría de los aspectos de los procesos de educación japoneses.</p> <p>La ley de educación japonesa requiere a las escuelas que usen libros de textos que sigan un modelo curricular definido por el ministerio, excepto para algunas excepciones.</p> <p>En enero de 2001, el antiguo Monbushō y el antiguo Ministerio de Ciencia y Tecnología se fusionaron.</p>
<p>Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar. (MHLW)</p>	<p>El Nihongo o Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar proporciona regulaciones sobre límites máximos de residuos de agroquímicos en alimentos, alimentos básicos y reglamentación farmacéutica, además de estándares para alimentos, aditivos alimentarios y otros productos sanitarios, etc.</p>
<p>Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca. (MAFF)</p>	<p>Las industrias de agricultura, silvicultura y pesca, como sector importante de la estructura económica del Japón, contribuyen mucho al desarrollo de la economía nacional y a la estabilización de la vida a través de sus papeles de ofrecer un suministro</p>

	<p>regular de alimentación indispensable en la población.</p> <p>El Ministerio tiene el papel de administrar todo lo concerniente con los productos agropecuarios desde la producción hasta el consumo. También contribuye y apoya al desarrollo rural y a la promoción del bienestar de los habitantes en zonas rurales.</p>
<p>Ministerio de Economía, Comercio e Industria.</p> <p>(METI)</p>	<p>Ministerio encargado de promover el comercio exterior y los intereses económicos japoneses fuera del país juega un papel de primer orden en las negociaciones sobre temas de comercio internacional, así como en la distribución de la ayuda oficial para el desarrollo.</p>
<p>Ministerio de Tierra, Infraestructura, Transporte y turismo.</p> <p>(MLIT)</p>	<p>Es la principal autoridad administrativa propiedad pública en derecho de la propiedad, la gestión de contenidos incluyendo construcción, suministro de bienes públicos la carga de conservación y uso de orden.</p>
<p>Ministerio del Medio Ambiente</p>	<p>Este ministerio se encarga de realizar medidas de protección medioambiental para reducir la contaminación en Japón.</p>
<p>Ministerio de Defensa.</p> <p>(MOD)</p>	<p>Es el responsable de implementar la política de defensa y de proporcionar seguridad al país.</p>

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de cada uno de los Ministerios citados en esta tabla [Páginas web]. Consultadas el 10 de octubre de 2015.

1.1.1 La función del Emperador Japonés.

El poder del Emperador se define en el artículo 1 de la Constitución de Japón como: "El símbolo del Estado y de la unidad del pueblo"¹³. Lo anterior hace suponer que su poder es muy limitado, pues se le conoce más como una figura ceremonial, siendo este un marcado contraste con el papel que el emperador desempeñaba antes de la derrota de Japón por los estadounidenses en la segunda guerra mundial, una época en la que al emperador se le veía como el líder "divino" del país.

Akihito, es el actual emperador de Japón, nacido el 23 de diciembre de 1933, es el emperador centésimo vigésimo quinto de su línea según el orden tradicional de sucesión de Japón. Accedió al trono en 1989 y está casado con la emperatriz Michiko.

1.2 Poder Legislativo (Dieta Nacional).

El parlamento se le llama la Dieta Nacional (Kokkai). Se compone de la Cámara de Representantes (Shugiin) y la Cámara de Consejeros (Sangiin). Todos los miembros de la Dieta son elegidos por voto mayoritario del pueblo japonés. En virtud de la Constitución Meiji de 1889, la Dieta Imperial se estableció sobre la base de dos cámaras con poderes iguales, sin embargo, con la Constitución de la posguerra de 1947, la Dieta fue alterada drásticamente, tanto en estructura como en competencias.

1.2.1 La Cámara de Consejeros.

La Cámara de Consejeros reemplaza la antigua Cámara de los Pares y cuenta con 252 miembros divididos en 2 categorías. Cien consejeros son elegidos por la nación en general, y los restantes son elegidos como representantes de la prefectura representantes de los distintos distritos electorales del país.

A cada votante se le permite emitir un voto por un candidato consejero en cada categoría, de forma que votan dos veces para la elección de esa Cámara. Los miembros de la Cámara de Consejeros sirven por seis años, y la mitad de los miembros se presentan a las elecciones cada tres años. La Cámara de Consejeros no se puede disolver en el caso de un

¹³ Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. Ficha informativa sobre Japón [folleto] (pp.1). Japón: "el autor"

conflicto entre ésta y el poder ejecutivo. El equilibrio de poder, radica en la Cámara Baja o Cámara de Representantes, donde debe prevalecer un acuerdo general con la política del ejecutivo. En el caso de desacuerdo entre las dos cámara en la selección de un primer ministro, la votación de la cámara baja tiene prioridad.

El presupuesto debe ser presentado primero a la cámara baja, y en caso de desacuerdo, la posición de la cámara baja prevalece después de 30 días. Esta misma disposición se aplica a los tratados. Con el resto de la legislación, si la Cámara de Consejeros rechaza un proyecto de ley o se niegan a actuar en un plazo de 60 días, la Cámara de Representantes puede pasar la ley por una mayoría de dos tercios de los miembros presentes.

1.2.2 La Cámara de Representantes

La Cámara de Representantes de Japón tiene 467 miembros elegidos de 118 distritos electorales. Cada distrito tiene de tres a cinco representantes, pero los votantes sólo pueden emitir un voto, resultando elegidos los candidatos que reciban el mayor número de votos. Los miembros de esta Cámara, que se considera como la más poderosa de las dos cámaras, son elegidos por un mandato de cuatro años, aunque el gobierno puede disolver la cámara en cualquier momento. En caso de disolución, se convocan elecciones en un plazo de 40 días.

La Dieta japonesa rara vez inicia una legislación importante. Este tipo de leyes son normalmente llevadas a la Dieta bajo el patrocinio del gabinete. Los miembros, de forma individual ya sean de la Cámara de Representantes o de la Cámara de Consejeros, pueden introducir un proyecto de ley siempre que la legislación haya sido firmada por otros 10 miembros como mínimo, en caso de ser presentado por un miembro de la Cámara de Consejeros, o por otros 20 miembros si es presentada por un miembro de la Cámara de Representantes.

Bajo las leyes de la Dieta Nacional, el sistema de comisiones ha sido alterado drásticamente. Cada cámara tiene aproximadamente 20 comisiones permanentes, que se centran en asuntos como la política exterior, la educación y las finanzas. La legislación del

gobierno va en primer lugar a la comisión competente, donde se examina cuidadosamente y, en algunos casos, se debate vigorosamente.

El número de miembros que compone cada comité lo determina la Dieta de acuerdo con las proporciones aproximadas del partido en cada cámara. Cada miembro generalmente mantiene sus nombramientos en los comités durante el tiempo que se desempeña en el parlamento, por lo que tienden a desarrollar un conocimiento muy detallado sobre algún tema que puede luego ser un reto para los legisladores del gobierno de partidos o convicciones opuestas.

1.3 Poder Judicial.

Japón tiene un sistema judicial independiente, que consta de una Corte Suprema, 10 tribunales superiores, 50 tribunales de distrito ubicados en todas las prefecturas y las principales ciudades del país, y un número de juzgados de lo familiar para resolver las querellas domésticas. Los 15 Magistrados del Tribunal Supremo, que incluye el Presidente del Tribunal Supremo, son elegidos por el Gabinete.

Como lo es en muchos países desarrollados, la Corte Suprema de Japón es la máxima autoridad judicial y el tribunal de apelaciones de última instancia. Su responsabilidad más importante es revisar las leyes en los casos de apelación para determinar la constitucionalidad de la ley reguladora. Si, después de revisar un caso, se determina que la ley que lo rige no es constitucional de acuerdo con las leyes establecidas por dicho documento, podría revocar la condena o la decisión previa de uno de los tribunales inferiores.

Este proceso de revisión de la Constitución es extremadamente lento y pausado, de acuerdo con la reputación que tiene el sistema legal de Japón. Muchas cuestiones jurídicas se resuelven en los despachos de los abogados en lugar de ser en las salas de audiencia ante los jueces.

El coste de los litigios en Japón es muy alto, ya que el sistema judicial de Japón es básicamente un proceso de tres pasos en los que las partes en una controversia, después

de un resultado desfavorable en audiencia judicial tienen derecho a someterse a dos audiencias y decisiones judiciales adicionales, tal como se estipulan en los procedimientos de recurso (Koso) y, en última instancia, la apelación final (jokoku).

El número de jueces es muy pequeño en relación con el número de casos judiciales presentados para audiencia y juicio. Como tal, el proceso de apelación puede ser extremadamente lento. Los críticos del sistema legal japonés, que son muchos, argumentan que ofrece menos protecciones para los derechos individuales que los sistemas de otros países desarrollados y desalienta a las personas con quejas legítimas de apelación de llevar sus demandas a los tribunales, sobre todo cuando sus quejas son contra el gobierno o contra grandes empresas.

1.4 Política Exterior.

Japón forma parte de las principales estructuras multilaterales de cooperación internacional como se muestra a continuación:

Tabla N° 15

Estructuras multilaterales de cooperación internacional de las que Japón forma parte.

Organismo	Descripción
<p>Organización de las Naciones Unidas (ONU)</p>	<p>Es una organización de gobierno global que facilita la cooperación en asuntos como el Derecho internacional, la paz, seguridad internacional, el desarrollo económico y social, los asuntos humanitarios y los derechos humanos, fue fundada en 1945, se encuentra estructurada por diversos órganos y está conformada por 193 Estados miembros en 2013, tres en calidad de observadores y otros como independientes.</p> <p>Japón es Estado miembro de esta organización y es el segundo mayor contribuyente al presupuesto regular de la ONU. Además, espera ser integrante permanente del</p>

	<p>órgano de Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, el cual vela por mantener la paz y seguridad a nivel internacional.</p>
<p>Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)</p>	<p>Es un programa internacional creado por las Naciones Unidas desde 1946, así mismo tiene el carácter de organismo permanente dentro de la ONU. Tiene como objetivo proporcionar ayuda humanitaria y de desarrollo a niños y madres en países en desarrollo.</p> <p>UNICEF trabaja en 193 países y territorios, es financiado por contribuciones voluntarias de individuos, empresas, gobiernos y fundaciones. Actualmente la Junta Ejecutiva consta de 36 Estados o fundadores, dentro de los cuáles está Japón.</p>
<p>Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)</p>	<p>Órgano creado en 1964 por resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas, con el objetivo de resolver problemas concernientes al comercio internacional.</p> <p>La UNCTAD se basa en el dialogo, impulsando a que los países expongan maneras de instaurar el equilibrio económico mundial y además, brinda asistencia técnica a países en desarrollo y economías en transición, actualmente está representado por 194 países.</p>
<p>Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)</p>	<p>Organismo mundial de las Naciones Unidas en materia de desarrollo que promueve el cambio y conecta a los países con los conocimientos, la experiencia y los recursos necesarios para ayudar a los pueblos a forjar una vida mejor.</p> <p>Está presente en 177 países y territorios, trabajando con</p>

	<p>los gobiernos y las personas. PNUD lucha por los derechos humanos y especialmente el empoderamiento de la mujer.</p>
<p>Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiado (ACNUR)</p>	<p>Esta oficina fue establecida por la Asamblea General de las Naciones Unidas, la cual tiene como objetivo dirigir y coordinar la acción Internacional para proteger y resolver los problemas de las personas refugiadas y apátridas de todo el mundo; salvaguardando los derechos y el bienestar de estas.</p> <p>ACNUR garantiza que todas las personas ejerzan sus derechos como buscar asilo, encontrar protección en Estados o ciudades diferentes, a la vez identifica soluciones como repatriaciones dignas y seguras, integración local o reasentamiento en un tercer país.</p> <p>El papel de Japón en la ACNUR ha sido destacado llegando uno de sus habitantes a ocupar el cargo de alta Comisionada de la oficina (Sadako Ogata). Durante el mandato de la Sra. Ogata, el presupuesto y el personal del ACNUR se duplicaron, la organización se involucró cada vez más en la asistencia a los desplazados internos y otras poblaciones vulnerables en situaciones de conflicto.</p>
<p>Programa de Naciones Unidas para el medio Ambiente (PNUMA)</p>	<p>Es un programa de las Naciones Unidas que coordina las actividades relacionadas con el medio ambiente asistiendo a los países miembros en la implementación de políticas medioambientales, así como a fomentar el desarrollo sostenible. Su misión es liderar y promover los esfuerzos conjuntos para el cuidado del medio ambiente.</p> <p>La colaboración que la Nación Nipona ha recibido por</p>

	<p>parte de este programa ha sido muy valiosa ya que este, colaboró en la limpieza de los millones de toneladas de escombros y desechos producto del terremoto y tsunami de marzo del 2011.</p>
<p>Instituto Interregional de las Naciones Unidas para Investigaciones sobre delincuencia y Justicia (UNICRI)</p>	<p>UNICRI nace con el fin de llevar a cabo actividades de investigación, capacitación e información acerca de cómo combatir la delincuencia y administrar adecuadamente la justicia.</p> <p>Tiene como objetivo fortalecer las instituciones de justicia penal y aumentar la capacidad profesional de los especialistas para luchar contra la delincuencia organizada.</p>
<p>Instituto de las Naciones Unidas para la formación y la Investigación (UNITAR)</p>	<p>Organismo autónomo dentro de la ONU cuyo objeto es mejorar la eficacia de la organización por medio de la formación profesional y la investigación.</p> <p>Es dirigido por una Junta de Consejeros y se financia a sí mismo en su totalidad, cuenta con 45 funcionarios y su sede principal se encuentra en Ginebra.</p> <p>UNITAR es la primera entidad de las Naciones Unidas que establece presencia en la ciudad simbólica de Hiroshima, en respuesta al deseo de su pueblo y de las autoridades para contribuir más activamente a la paz y el desarrollo mundial.</p> <p>La Oficina de Hiroshima UNITAR, está llevando a cabo una serie de programas nuevos y emocionantes de formación y actividades de participación comunitaria en 2015.</p>

<p style="text-align: center;">Organización Internacional del Trabajo (OIT)</p>	<p>Organismo especializado de las Naciones Unidas que se encarga de asuntos referentes al trabajo y las relaciones laborales.</p> <p>Los objetivos principales de la OIT son promover los derechos laborales, fomentar oportunidades de trabajo y mejorar la protección social.</p> <p>En el año 2008 la OIT llevó a cabo una conferencia en Japón sobre empleos verdes, en la cual se destacaron temas como: cambio climático sobre el trabajo, crecimiento económico sostenible y la pobreza.</p>
<p style="text-align: center;">Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)</p>	<p>Organismo encargado de dirigir las actividades Internacionales de lucha contra el hambre, ayudando a los países en desarrollo a modernizar y ampliar su agricultura, silvicultura y pesca; mejorar sus niveles de alimentación, nutrición y aliviar así la pobreza.</p> <p>En la actualidad la Nación Nipona participa como miembro activo en la FAO.</p>
<p style="text-align: center;">Organización Mundial de la Salud (OMS)</p>	<p>Es la autoridad directiva y coordinadora de la acción sanitaria en el sistema de las Naciones Unidas.</p> <p>La OMS es la responsable de desempeñar una función de liderazgo en los asuntos sanitarios mundiales, como: configurar la agenda de las investigaciones en salud, establecer normas, prestar apoyo técnico a los países miembro y vigilar las tendencias sanitarias mundiales.</p> <p>En 2011 la OMS realizó un análisis acerca de la inquietud de algunos habitantes sobre la crisis nuclear ocurrida en Japón dicho año.</p>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)	<p>Su objetivo es contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad en el mundo promoviendo, a través de la educación, la ciencia, la cultura y la comunicación, la colaboración entre las naciones, a fin de garantizar el respeto universal de la justicia, los derechos humanos y las libertades fundamentales que la Carta de las Naciones Unidas reconoce a todos los pueblos sin distinción de raza, sexo, idioma o religión.</p> <p>Japón es miembro de la UNESCO siendo el presidente el Sr. Yuichiro Anzai, el secretario general el Sr. Yoshio Yamawaki y el Embajador Extraordinario y Plenipotenciario la Sra. Kuni Sato.</p>
--	--

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de cada uno de los Organismos y Programas citados en esta tabla [Páginas web]. Consultadas el 07 de octubre de 2015.

Así mismo forma parte de las principales organizaciones internacionales de ámbito económico, financiero, de la energía, etc. Como se presenta en tabla N° 16:

Tabla N° 16

Japón: Organismos económicos.

Organismo	Situación actual
Asia - Pacific Economic Cooperation (APEC)	<p>Desde su fundación en 1989, el número de países y la cobertura de los temas han venido ampliándose, hasta los 21 actuales.</p> <p>Se trata de un foro regional que preconiza la cooperación y liberalización del comercio e inversiones en la cuenca del Pacífico.</p> <p>Japón participa muy activamente en las iniciativas de</p>

	APEC.
Association of South East Asian Nations (ASEAN)	<p>Desde su fundación en 1967, la finalidad de esta asociación ha perdido el carácter político y promueve la cooperación económica regional.</p> <p>Japón mantiene un dialogo institucionalizado y estrechas relaciones con ASEAN y junto a China y Corea del Sur forman ASEAN + 3.</p>
Asia – Europe Meeting. (ASEM)	<p>El Japón considera que la cooperación y las relaciones económicas entre Asia y Europa a través de la ASEM promoverán un mejor entendimiento entre ambas regiones sobre diversas cuestiones económicas. Ello podría conducir a un incremento de las inversiones y del comercio entre Asia y Europa y a una mejor coordinación en cuestiones económicas de alcance mundial de interés mutuo relativas a la OMC, los acuerdos comerciales regionales y de libre comercio y los derechos de propiedad intelectual, entre otras cosas, lo cual contribuiría al desarrollo de la economía mundial.</p> <p>Después de la decisión adoptada en la décima Reunión de Directores Generales Comisionados de Aduanas de la ASEM, celebrada en Viena (Austria) en octubre de 2013, el Japón y Polonia (en su calidad de coordinador de los países europeos) tomaron la iniciativa de hacer balance de la situación y de los avances realizados por los países de la ASEM en el ámbito de los programas de operadores económicos autorizados. Además, el Japón está asumiendo un papel de vanguardia como país coordinador en Asia del programa aduanero de la</p>

	<p>ASEM para 2013-2014 en materia de seguridad de la cadena de suministro.</p> <p>En marzo de 2014 se celebró en Siem Reap (Camboya) la octava reunión del Grupo de trabajo de la ASEM sobre asuntos aduaneros, que aprobó el plan de acción propuesto al respecto por el Japón.</p>
<p>Asociación para la Cooperación Regional en Asia del Sur (SAARC)</p>	<p>Los objetivos principales son la lucha por el bienestar dentro de la región, la aceleración del crecimiento económico, el desarrollo social y cultural, la ayuda mutua en diferentes aspectos y la mejora de las relaciones entre los propios miembros. Japón Tiene estatuto de observador para esta asociación.</p>
<p>Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)</p>	<p>Fundada en 1961, Japón es uno de los 34 países miembros. La misión de esta organización es promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo.</p> <p>La OCDE ofrece un foro donde los gobiernos puedan trabajar conjuntamente para compartir experiencias y buscar soluciones a los problemas comunes. Trabajan para entender que es lo que conduce al cambio económico, social y ambiental. Mide la productividad y los flujos globales del comercio e inversión. Analiza y compara datos para realizar pronósticos de tendencias. Fijan estándares internacionales dentro de un amplio rango de temas de políticas públicas.</p>
	<p>El Club de París es un grupo informal de acreedores oficiales cuyo papel es encontrar soluciones coordinadas y sostenibles a las dificultades de pago a los países endeudados. Los acreedores del Club de</p>

<p>Club de Paris</p>	<p>París otorgan su alivio de la deuda para ayudar a restablecer su situación financiera. Este alivio de la deuda se puede lograr mediante la reprogramación o si el tratamiento en condiciones favorables, una reducción de las obligaciones de servicio de la deuda por un período definido (tratamiento de flujo) o una fecha determinada (tratamiento stock).</p> <p>Japón se encuentra como país acreedor.</p>
<p>G-7, G-8, G-20</p>	<p>Es un grupo informal de países del mundo, cuyo peso político, económico y militar es tenido aún por relevante a escala global.</p>
<p>Organización para la Seguridad y la Cooperación de Europa (OSCE)</p>	<p>Sus obligaciones y compromisos son de carácter político. Ambos rasgos confieren a esta Organización su carácter específico, al tratarse de la Organización de carácter regional más importante después de las Naciones Unidas. Su relación con las otras organizaciones e instituciones internacionales se desarrollan sobre la base del espíritu de cooperación y cooperación y coordinación tratando de no duplicar los cometidos respectivos.</p> <p>Japón mantiene una relación institucionalizada de asociado.</p>

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de la Oficina Económica y Comercial de España en Tokio (2015), *Informe económico Comercial* (pp. 46) y páginas web de los Organismos citados en esta tabla, consultados el 9 de Octubre de 2015.

Sus relaciones exteriores vienen marcadas por la economía y seguridad. Mantiene una activa diplomacia económica, se interesa por extender la red de acuerdos de libre comercio que mantiene el país, en particular a socios importantes como EE.UU. (TPP), la Unión

Europea (EPA), China y Corea, países asiáticos y Australia. Japón mantiene un fuerte vínculo diplomático y de seguridad con EEUU, a través de los Acuerdos de Seguridad EEUU – Japón, contraídos tras la II Guerra Mundial. La relación con Corea del Sur se considera de especial importancia para el mantenimiento de la seguridad en la región y en especial de cara a Corea del Norte, país con el que Japón mantiene además de las cuestiones nuclear y balística, las diferencias provocadas por los secuestros de ciudadanos japoneses en los 70, 80 y 90, de gran impacto interno.

También mantiene relaciones con sus vecinos continentales marcadas en parte por la historia, por las preocupaciones de seguridad y por la dinámica dimensión económica, que ha hecho posible, en las últimas décadas el surgimiento de Asia Oriental como nuevo motor del crecimiento y el desarrollo económico en el mundo. La relación con China es mutuamente beneficiosa basada en intereses estratégicos comunes en una dimensión económica y comercial, siendo China en la actualidad, el principal socio económico y comercial de Japón. Con China, Japón mantienen diferendos territoriales en el archipiélago de las Senkakus/Diaoyu y preocupación por el incremento del gasto y la capacidad militar del Gobierno chino.

Con Rusia, Japón mantiene un diferendo territorial sobre los territorios del norte, cuatro islas del archipiélago de las Kuriles ocupadas por Rusia al final de la II Guerra Mundial. Las relaciones económicas y de inversiones son sin embargo intensas y tienen importantes ámbitos (energético, recursos marinos) de posible expansión. En asuntos globales mantiene posiciones favorables al arreglo pacífico y acorde a derecho de controversias, la no proliferación nuclear, la libertad de navegación y la salvaguardia del libre comercio. En la crisis económica y financiera global, favorece soluciones que preserven la libertad de comercio y de inversiones y ha apoyado los esfuerzos internacionales para la estabilización de la crisis de la deuda en Europa.

En materia de derechos humanos mantiene y practica la pena de muerte, lo que es motivo de discrepancia con la Unión Europea y con otros países.

1.5 Política comercial.

Las cuestiones relacionadas con la política comercial general pertenecen al ámbito de competencia de varios ministerios, incluidos el Ministerio de Relaciones Exteriores (MOFA) y el Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI). Otros departamentos responsables de cuestiones específicas o sectoriales son la Oficina del Consejo de Ministros y los ministerios de Hacienda; Agricultura, Silvicultura y Pesca; Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología; Medio Ambiente; y Ordenación Territorial, Infraestructura, Transporte y Turismo.

También hacen aportaciones sobre determinados aspectos de las políticas comerciales varios organismos gubernamentales como el Banco del Japón y la Organización de Comercio Exterior del Japón, así como la Oficina de Aduanas y Aranceles, que forma parte del Ministerio de Hacienda. En la Dieta hay varios comités que se encargan de distintas cuestiones comerciales, a saber, los comités de economía, comercio e industria; asuntos financieros; silvicultura y pesca; y políticas nacionales fundamentales. El Consejo de Ministros se encarga de coordinar las políticas comerciales en general, y tanto este como la Dieta se ocupan de la legislación relativa al comercio.

Con respecto a la planificación y aplicación de las políticas comerciales, el ministerio o el organismo gubernamental correspondiente elabora una propuesta y celebra consultas con otros organismos pertinentes, que expresan su parecer y formulan observaciones sobre la propuesta.

Una vez ha sido aprobada por todos los ministerios y organismos pertinentes, la propuesta se convierte en política gubernamental. Por lo que se refiere a la elaboración de las leyes y reglamentos, el ministerio u organismo correspondiente mantiene consultas sobre el contenido del proyecto de ley con todos los organismos gubernamentales pertinentes y las observaciones formuladas se toman en consideración antes de que el ministerio competente elabore un proyecto de ley o un reglamento para su aprobación por el Consejo de Ministros o para someterlo al examen de la Dieta, en caso necesario.

Además de los ministerios pertinentes varias entidades administrativas constituidas en sociedades y otros organismos oficiales se encargan de las actividades relacionadas con el comercio, o contribuyen a ellas, por ejemplo:

Tabla N° 17

Japón: Sociedades y organismos relacionados con el comercio.

Nombre de organismo o sociedad	Función
<p>Organización de Comercio Exterior del Japón. (JETRO)</p>	<p>Creada en 1958, con el fin de promocionar el desarrollo de los lazos comerciales y económicos de Japón en el exterior.</p> <p>En sus comienzos dicho organismo sólo se focalizó en promover las exportaciones a otros países, sin embargo, actualmente brinda un amplio rango de servicios como el mejor entendimiento con socios comerciales, promoción de importaciones, conexión entre pequeños negocios en Japón con sus contrapartes en el exterior, diseminación de información, la cooperación industrial y el apoyo a los intercambios tecnológicos y de inversiones.</p>
<p>Banco de Cooperación Internacional del Japón. (JBIC) y Nippon Export and Investment Insurance.</p>	<p>Son los organismos japoneses de crédito oficial para la exportación.</p>

(NEXI)	
Comité de Normas Industriales del Japón.	<p>Entre sus funciones figuran deliberar sobre la elaboración y revisión de las normas industriales, además de formular recomendaciones y comunicar a los ministros competentes sus respuestas a las consultas sobre promoción de la normalización industrial, como la adopción de normas industriales, el Sistema de certificación de marcas JIS y el Sistema de acreditación de laboratorios.</p>
Organismo de Productos Farmacéuticos y Dispositivos Médicos	<p>Realiza exámenes y servicios conexos, como por ejemplo el examen científico de las solicitudes de autorización de comercialización.</p> <p>Medidas de inocuidad tras la comercialización, por ejemplo, en relación con la calidad, eficacia e inocuidad de los productos farmacéuticos y la seguridad de los dispositivos médicos.</p> <p>También la promoción de la ciencia reglamentaria y Servicios de socorro en caso de efectos nocivos para la salud.</p>
Oficina de Asuntos del Consumidor	<p>Se encarga de aplicar el marco jurídico en criterios de adopción de normas, gradación de la calidad, etiquetado, registro de organismos de certificación, según sea el producto.</p>

Dependencia del Gobierno para la Reglamentación.	Se encarga de los reglamentos para los productos orgánicos con el fin de proteger a los productores y a los consumidores.
Empresa Nacional de Petróleo, Gas y Minerales Metálicos del Japón.	Brinda asistencia técnica y financiera para la prospección y obtención de minerales, tanto en el Japón como en el extranjero.
Organización Nacional de Turismo del Japón.	Fomenta el turismo y los servicios conexos en el Japón.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de la Organización Mundial del Comercio (2015), examen de las Políticas Comerciales - Japón 2015 (pp.21).

La política comercial japonesa sostiene como objetivo general asegurar la prosperidad y el crecimiento a largo plazo mediante el fomento de actividades comerciales en Japón y a nivel internacional. Poniendo especial empeño en reforzar el sistema multilateral de comercio.

El fomento del libre comercio es uno de los ejes principales de la política de gobierno japonesa. Como miembro de la OMC, Japón establece muchas de sus políticas comerciales respecto a los aranceles aduaneros y tarifas en cooperación con esta organización internacional y concede, como mínimo, trato de Nación Más Favorecida (NMF) a todos sus miembros.

Respecto a los instrumentos de política comercial el más utilizado en Japón es el arancel, pero la mayor parte de las importaciones entran en franquicia arancelaria o están sujetas a tipos arancelarios bajos. Si se tiene en cuenta el régimen de comercio exterior, prácticamente la mayoría de los productos están liberalizados para importar. En cuanto a los productos sensibles como los agrícolas procesados y cuero, estos han visto reducir o suprimir las restricciones cuantitativas que poseían por cuotas arancelarias.

Durante las últimas décadas Japón ha eliminado muchas barreras que limitan el acceso a sus supermercados agrícolas, Sin embargo el nivel de protección arancelaria sigue siendo elevado para los productos agrícolas en relación al resto pues en la mayoría de los artículos manufacturados, el derecho de importación es nulo.

1.6 Proteccionismo.

El proteccionismo agrícola en Japón se incrementó a partir de la década de los años sesenta, lo cual, paradójicamente, fue aparejado de la pérdida de autosuficiencia alimentaria. “La contribución de la producción agrícola interna en el consumo, o tasa de autosuficiencia alimentaria, disminuyó de 91 % en 1960 a 70% en 1988”.¹⁴

Más de la mitad de los productos agroalimentarios consumidos por los japoneses provienen de terceros países por ello existen factores internos y externos que presionan para que se abra el mercado agrícola japonés. La asignación ineficiente de recursos entre los sectores sobre todo la tierra y la mano de obra, que han distorsionado los precios relativos, son la principal fuente de presión interna. La tasa de aumento de la fuerza de trabajo tiende a desacelerarse al tiempo que registra un cambio estructural.

En un contexto de aumento del proteccionismo en todo el mundo, el Japón acoge con satisfacción los compromisos políticos asumidos en foros internacionales como el G-20 y el APEC en relación con el statu quo y el desmantelamiento de las medidas proteccionistas. En este sentido, el Japón respalda plenamente el mecanismo de examen de las políticas comerciales y la labor de vigilancia del comercio de la OMC, basados en un sistema de examen entre iguales, cuyo objetivo es contener las medidas proteccionistas.

2. Factor Económico.

La sociedad Nipona, fundamentalmente urbana e industrializada, a pesar de su reducida extensión y relativa escasez de recursos naturales, ha ocupado durante décadas uno de los

¹⁴Falk E. Melba (1994). *El sector agrícola de Japón: el proteccionismo y sus efectos*. [revista] (pp.332) Japón: “el autor”.

primeros lugares como potencia económica a nivel mundial; pasando al tercer puesto luego de ser desplazada por China en el año 2010.

La mayor parte de la población vive en las áreas metropolitanas de la región donde se concentran las actividades comerciales de mayor importancia; sin embargo en los últimos años su crecimiento económico se ha visto reducido por el bajo índice de natalidad y el progresivo envejecimiento de la población junto a la reducida incorporación de la mano de obra inmigrante joven. La estructura empresarial japonesa es dual, coexistiendo poderosas multinacionales, que operan en todo el mundo, y empresas familiares, conformadas por menos de 300 empleados.¹⁵

En cuanto a su estructura, con la crisis económica y financiera en Estados Unidos y Europa a partir de 2008, su Producto Interno Bruto (PIB) se redujo al mayor ritmo desde 1974 y, posteriormente, los efectos negativos de la crisis global se vieron intensificados con el terremoto, tsunami y crisis nuclear que azotaron el país en marzo del 2011, repercutiendo una caída del PIB del 0,4% del PIB en ese año. Sin embargo, fue hasta en el año 2012 que Japón consiguió crecer a una tasa del 1,4% y desde entonces está experimentando una recuperación moderada.¹⁶

Al igual las presiones inflacionarias están resurgiendo y podrían mantenerse en años venideros, apoyadas por una política monetaria muy flexible para alcanzar el objetivo de inflación del 2% fijado por el Banco de Japón. Los incrementos previstos del impuesto sobre el consumo, junto con la debilidad del yen, también presionarán al alza los precios. Así, la tasa de inflación, que se había situado en el 0,3% en 2013 (1,6% al cierre del ejercicio) podría alcanzar el 2%, en promedio, en 2014; antes de caer hasta el 1,7% en 2015.

En cuanto al déficit presupuestario japonés se estima que podría haber alcanzado el 8,2% del PIB en 2013 y la deuda pública bruta un 226%. Si bien la mayor recaudación fiscal asociada al plan de incremento del impuesto sobre el consumo, y la retomada de un estricto

¹⁵ Analistas Financieros Internacionales (2014). Ficha País Japón [folleto] (pp.4). España: “el autor”

¹⁶ Analistas Financieros Internacionales (2014). Ficha País Japón [folleto] (pp.7). España: “el autor”

control del gasto público, podrían promover una reducción del déficit en los próximos años, la deuda pública se prevé que siga expandiéndose. A continuación se presentan en tabla N° 18 y 19, datos generales económicos de Japón:

Tabla 18

Coyuntura Económica Nipona.

INDICADORES ECONÓMICOS	2013	2014	2015
PIB (US\$ bn)	4.919.589	4.602.367	4.116.242
PIB % crecimiento real	1,6	- 0,1	0,6
Tasa de inflación	0,3	2,7	0,7
Tasa de paro	4,0	3,6	3,5
Export. bienes FOB (US\$ millones)	694.547	700.316	415.713
Import. bienes FOB (US\$ millones)	784.456	799.673	422.731
Balanza c/c (US\$ millones)	40.704	24.404	124.347
Total reservas internacionales (US\$ millardos)	1.267	1.260	1.244,2
Tipo de cambio medio anual Yen = US\$	97,5	105,8	120,9

Fuente: elaboración propia adaptado con datos del FMI Estadísticas Financieras Internacionales (febrero 2015). *Oficina de Información Diplomática, Ficha país Japón.*

Tabla N° 19

Estructura del Producto Interno Bruto (PIB)

PIB	Porcentaje
Agricultura	1.2
Sector Industrial	26.3
Sector Servicios	72.5

Fuente: elaboración Propia adaptado con datos de ICEX, (febrero 2015) Oficina de Información Diplomática, Ficha país Japón.

En cuanto al índice de desempleo en Japón para el año 2014 este sufrió una reducción de 3,3%, una disminución de un 0,1% respecto a algunos meses precedentes, y se situó a su nivel más bajo en más de 16 años¹⁷. El número de personas con un puesto de trabajo en el país asiático fue de casi 64 millones, es decir, un incremento de 570 mil o el 0,9% con respecto al 2013.

2.1 Tipo de cambio con respecto del dólar.

El tipo de cambio que se maneja en la actualidad del yen respecto al dólar estadounidense es: 1 Dólar = 100 céntimos ¥;¹⁸ esta comparación respecto al dólar se debe a que durante muchos años el dólar estadounidense ha sido el pilar de la economía mundial siendo este la base para los tipos de cambio y las cotizaciones mundiales.

En la actualidad el Banco de Japón se encuentra estableciendo un nuevo marco de política, con el fin de acabar con la deflación, conocido como *Relajación Monetaria Cualitativa y Cuantitativa (QQE)*. Con esta se pretendía elevar la base monetaria entre 60 y 70 billones de yenes al año hasta 270 billones de yenes a finales de 2014, o casi un 60% del PIB nominal. También tiene como objetivo comprimir las tasas de interés a lo largo de la curva de rendimientos aumentando su cartera de deuda pública japonesa en 50 billones de yenes anuales y ampliando su vencimiento residual medio desde el actual nivel, ligeramente inferior a tres años, hasta unos siete años.

La elevada renta per cápita o el liderazgo mundial japonés en sectores como los de automoción, equipos electrónicos, maquinaria y robótica industrial, químico y otros, respaldan el potencial del país para el desarrollo de negocios.

¹⁷ EFE (2015) El paro en Japón cae al 3.3 % el nivel más bajo en 18 años. *Expansión*, 2.

¹⁸ Ex (2015). *JPY - Yen japonés*. Consultado el 09 de julio de 2015, en <http://www.xe.com/es/currency/jpy-japanese-yen JPY Yen japonés XE>.

3. Factores Sociales.

3.1 Demografía:

A continuación se presentan datos demográficos de Japón:

Tabla N° 20

Demografía de Japón

Indicadores Demográficos	
Población	127,1 millones (Marzo 2014), colocándolo en puesto 10.º de país más poblado del mundo, su gran población es atribuida por grandes tasas de crecimiento en los siglos XIX y XX, esto se debe al resultado de cambios científicos, industriales y sociales. Aunque el crecimiento poblacional ha decrecido recientemente debido a una disminución en la tasa de natalidad y el bajo ingreso de inmigrantes.
Densidad Poblacional	336 habitantes por Kilómetro cuadrado, esta cifra es mucho más elevada que la de Estados Unidos y Francia y se encuentra prácticamente igualada con la de Bélgica.
Tasa de Migración Neta	0 migrante(s)/1.000 habitantes (2014 estimación), la migración neta es el total neto de personas que migraron durante el período: la cantidad total de inmigrantes (personas que salen del país) menos la cantidad anual de emigrantes (personas que entran al país), incluidos los ciudadanos y los no ciudadanos.
Población Urbana	93% (2014)
Población Rural	7% (2014)
Tasa de Natalidad	8'07 nacimientos / 1.000 habitantes. (estimación 2014) Es uno de los países con mayor tasa de envejecimiento y

	menor tasa de natalidad de los países desarrollados en el mundo.
Tasa de Mortalidad	9.38 muertes / 1.000 habitantes. (estimación 2014)
Esperanza de Vida	En 2013 la esperanza de vida en Japón fue de 83,33 años. <ul style="list-style-type: none"> - Hombres 80,21 años - Mujeres 86,61 años
Crecimiento Poblacional	-0.2 (estimación 2014)
Tasa de Alfabetismo.	99%
Tasa de Analfabetismo	1%
Distribución por edad	0-14 años: 13,2% (hombres 8.681.728/mujeres 8.132.809) 15-24 años: 9,7% (hombres 6.429.429/mujeres 5.890.991) 25-54 años: 38,1% (hombres 23.953.643 / mujeres 24.449.655) 55-64 años: 13,2% (hombres 8.413.872/mujeres 8.400.953) 65 años y más: 25,8% (hombres 14.218.655/mujeres 18.531.653) (estimación 2014)
Distribución por sexo	La mayor parte de la población japonesa son personas de sexo femenino, aunque la mayor parte de las mujeres en el país son personas de la tercera edad. En cambio los varones inferiores a los 65 años de edad son mayoría y en franco crecimiento, es decir que la mayor parte en la población masculina en el país son personas que se encuentran en la edad juvenil y adulto.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Estadísticas del Banco Mundial y Expansión datos macro.

3.2 Salud, Educación y Seguridad.

3.2.1 Salud.

El sistema de salud se compone por el seguro de salud que proporciona la empresa privada a sus empleados, el sistema médico de longevidad (para personas de la tercera edad) y el sistema de seguro nacional de salud, el cual reúne al resto de la población.

Por lo anterior, “el sistema de atención médica de Japón está liderado por los sectores de salud privados y públicos, este último costea al menos 70 por ciento del tratamiento y prescripción médica, el gasto total de salud del país es hasta el 8.2 por ciento del PIB”¹⁹, por lo que dicho sistema es calificado como atención de calidad, además, los pacientes son libres de elegir los médicos o las instalaciones de su elección.

El alto grado de saneamiento y estándares de salud han hecho que Japón posea uno de los más altos índices de esperanza de vida en el mundo.

3.2.2 Educación.

El sistema de educación en Japón se conforma de cuatro etapas, las cuales son:

- a) Primer ciclo de enseñanza primaria (seis años).
- b) Segundo ciclo de enseñanza secundaria (tres años).
- c) Enseñanza secundaria superior (tres años).
- d) Universidad (cuatro años).

“La educación es obligatoria únicamente durante la primaria, secundaria y secundaria superior, sin embargo, el 97% de los alumnos continúan la educación universitaria”²⁰.

¹⁹ Kienyke (2013). *Los mejores sistemas de salud del mundo*. Consultado el 15 de Septiembre de 2015, en <http://www.kienyke.com/historias/los-mejores-sistemas-de-salud-del-mundo/>.

²⁰ Embajada de Japón en El Salvador (sf). *Escuela*. Consultado el 15 de Septiembre de 2015, en <http://www.sv.emb-japan.go.jp/espa/escuelas.html>.

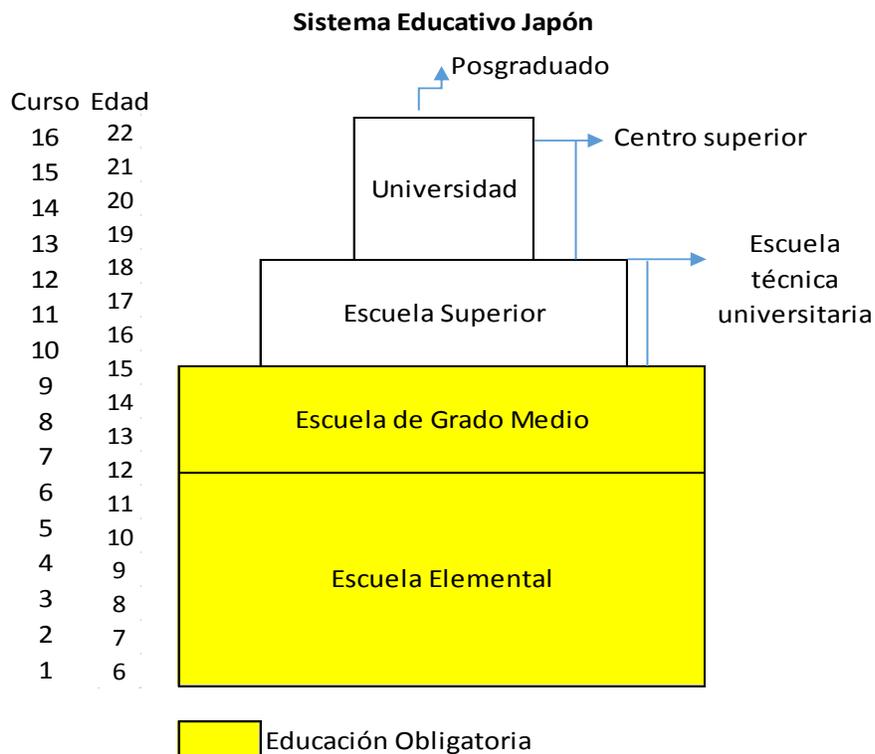


Ilustración 5: Embajada de Japón (sf). Sistema de Educación Japón.

Dentro de las materias que son recibidas por los estudiantes se incluyen: el japonés, la aritmética, las ciencias, los estudios sociales, la música, la artesanía, la educación física y la economía familiar (para aprender técnicas sencillas de cocina y costura), además de ello se les inculca la cultura de Japón.

3.2.3 Seguridad.

Japón es admirado por los niveles de seguridad que ha logrado, posicionándolo como uno de los países más seguros del mundo. Su éxito depende de la estructura organizativa que poseen, la cual está formada por las prefecturas, en contacto directo con la ciudadanía. En la cúspide se encuentran la Comisión de Seguridad Pública y la Agencia de la Policía Nacional.

3.2 Renta per cápita (PPA).

Su renta per cápita es de 32.480 dólares (Estimación 2015).²¹

3.4 Estilo de Vida del Japonés.

La población nipona es conocida por gozar de una cultura muy variada, la cual ha absorbido muchas ideas de otros países que van desde la cultura tradicional asiática hasta la moderna cultura tradicional occidental. Además, es una población que cuida mucho de su salud, teniendo dietas saludables, son personas muy activas, tienen un fuerte sentido de comunidad y niveles moderados de compromiso cívico. Después de la Segunda Guerra Mundial, el estilo de vida de muchos japoneses cambio grandemente; debido a que muchas personas que residían en el campo emigraron a la ciudad para poder trabajar en empresas.

En las casas tradicionales japonesas viven tres o más generaciones de la misma familia, sin embargo, ahora en las casas de las ciudades solo viven los padres con sus hijos y los abuelos viven en un sitio diferente.

Actualmente, los japoneses cada vez están más atraídos a adoptar el modo de vida occidental, especialmente en lo que se refiere al mobiliario y a la alimentación. Sin embargo, hay ciertas características que son muy determinantes de su cultura, como la marcada diferencia entre hombres y mujeres; las mujeres sienten un absoluto respeto hacia el hombre, aunque al pasar del tiempo esta tradición está evolucionando y se está dando mayor participación a la mujer en la sociedad, sin embargo, aún tienen una fuerte cultura machista.

En Japón los niveles jerárquicos son muy importantes y nadie los puede pasar. Para los japoneses su trabajo es como su casa, le quieren, respetan y luchan, independientemente de su salario, puesto o condición, por lo que tienen prolongadas jornadas de trabajo y un

²¹ Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2015). Ficha país Japón. [folleto] (pp.1). Japón: “el autor”.

bajo índice de rotación de este; los japoneses pasan el poco tiempo que les queda libre mirando televisión o escuchando radio.

3.5 Comportamiento en el consumo de fruta deshidratada.

La producción agrícola en Japón es muy escasa, debido al poco espacio de suelo cultivable que poseen, esto obliga a cubrir la demanda interna, por medio de importaciones en el resto del mundo.

Además, los cambios en los estilos de vida de la población, como la incorporación de la mujer al trabajo fuera del hogar, ha dado lugar a la preferencia de alimentos más fáciles de consumir y a esto se le añade el cambio en los hábitos de consumo, lo que hace que la demanda sea más grande en productos con menor contenido de carbohidratos y grasas saturadas, a la vez que mayor cantidad de fibras, vitaminas, antioxidantes y otros elementos que se relacionan con una alimentación saludable. Japón es considerado uno de los principales importadores de frutas y hortalizas procesadas, junto con la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá. Según un estudio realizado por el Centro de Exportaciones e Inversiones de Nicaragua determinó lo siguiente:

“Entre las frutas más consumidas por la población nipona en orden de importancia están: los bananos, manzanas, mandarinas, fresas, toronjas, naranjas kiwis y piñas y entre las frutas más importadas destacan además de bananos y piñas, los mangos, sandías, melones y papayas, tanto frescas como congeladas y deshidratadas”.²² A continuación se presenta una tabla que contiene algunas de las frutas tropicales deshidratadas más importadas por Japón:

²² Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua y Agencia de Cooperación Internacional del Japón, Oficina Nicaragua (2013). Estudio de Mercado de Japón para Frutas Procesadas Nicaragüense. Nicaragua: [sd].

Tabla 21.

Fruta tropicales deshidratadas importadas por Japón. (En miles de dólares).

Código arancelario	Tipo de fruta deshidratada	Valor importado 2010	Valor importado 2011	Valor importado 2012	Valor importado 2013	Valor importado 2014
080430090	Piñas	79	126	225	249	336
	Tasa de crecimiento		59,49%	78,57%	10,67%	34,94%
080450090	Guayabas, mangos y mangostanes	235	387	445	453	690
	Tasa de crecimiento		64,68%	14,99%	1,80%	52,32%
080300200	Bananos incluyendo plátanos	962	1.480	986	709	890
	Tasa de crecimiento		53,85%	-33,38%	-28,09%	25,53%

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de Trademap 2015.

En general, el mercado japonés es importador de un sin número de frutas exóticas tropicales, además, se sostiene que para los japoneses la vida gira alrededor de la comida, el comer es una de las actividades más importantes, a la cual, le dedican tiempo y cuidado, el disfrute de la comida antes de llevarla a la boca es visual, es por ello, que la presentación debe ser atractiva, el consumidor japonés tiene gran aprobación por frutas con bonita presentación, buena calidad e higiene, con altos atributos para la salud y porciones pequeñas, además, algunas frutas son para regalos especiales.

4. Factor Tecnológico.

Japón es un país donde la tecnología e innovación se muestra día a día. La idiosincrasia japonesa es simplemente poder culturizarse, poder aprender, estudiar. Sin duda esto fue una pequeña ayuda para lograr el desarrollo de Japón luego de la segunda guerra mundial.

Las empresas japonesas se caracterizan por el alto grado de importancia que conceden a la investigación y la producción de nuevas tecnologías, sobre todo en campos como: la microelectrónica, la informática, la biotecnología, la óptica, la tecnología aeroespacial, la robótica, entre otros, y es por ello que invierten grandes cantidades de dinero en investigación y desarrollo (I+D) de robótica. Actualmente, Japón posee un tercio de los robots industriales de todo el mundo.

En cuanto a deshidratar alimentos se refiere, la tecnología de liofilización o deshidrocongelación es muy utilizada en el país nipón. Esta tecnología se desarrolló primero en el mundo de la medicina, aunque hoy es probablemente más conocida por el café instantáneo. No obstante, la venta de bloques de comida liofilizada que se convierte en pocos segundos en un plato caliente simplemente vertiendo agua caliente, es una particularidad de Japón.

Al contrario de otros métodos de deshidratación, el proceso de liofilización no necesita altas temperaturas, por lo que los ingredientes mantienen su color, sabor, aroma y valor nutricional, lo que representa la principal característica de esta comida.

En este proceso los alimentos se congelan lentamente a una temperatura alrededor de los -30° C antes de la extracción de la humedad mediante la técnica de deshidrocongelación en una cámara de vacío. La temperatura a la que se evapora el agua disminuye a medida que la presión del aire se reduce, y al alcanzarse un estado de casi vacío el agua puede evaporarse incluso a temperaturas inferiores a cero. Los cristales de hielo dentro de los alimentos congelados se evaporan de manera instantánea, dejando únicamente los ingredientes deshidratados cuando la cámara vuelve a alcanzar la temperatura ambiente en un estado de vacío.

Cada ingrediente necesita unas condiciones adecuadas de congelación y deshidratación, y por ello se necesita un gran conocimiento técnico para regular la temperatura de congelación, el tiempo para alcanzar el vacío y controlar el proceso hasta que alcance la temperatura ambiente. Este proceso es aún más complejo cuando se trata de productos preparados en los que se utilizan varios ingredientes juntos. Sería imposible preparar hasta

200 productos distintos sin la amplia experiencia y la gran cantidad de datos reunidos, es por ello que un conocimiento técnico es fundamental.

Las máquinas de deshidrocongelación (ver anexo N° 2) pueden medir 2,5 metros de diámetro y 24 metros de largo, casi el mismo tamaño que un vagón de tren. Cada ciclo de deshidratado en una de estas máquinas tarda alrededor de 24 horas en completarse, y todo el proceso se realiza utilizando sensores para controlar continuamente la temperatura de los ingredientes en su interior.

Un punto importante de los alimentos liofilizados es poder devolver los distintos ingredientes a su estado original en unos 10 segundos después de añadir agua caliente. Después del Gran Terremoto del Este de Japón del 11 de marzo de 2011 los alimentos liofilizados han atraído cierta atención por su conveniencia como provisiones en caso de desastre. Se han desarrollado productos que pueden conservarse durante cinco años.

En lo que respecta a fruta deshidratada, a pesar de tener altos estándares tecnológicos para el proceso de deshidratación, la escasez de materia prima como lo son la diversidad de frutas tropicales que se producen en otros países, tal es el caso de El Salvador, hace que en Japón se opte preferiblemente por la importación de productos deshidratados.

5. Conclusión del Análisis PEST.

- El sistema de gobierno y sistema político de Japón ha sufrido cambios a lo largo del tiempo, a diferencia de otros países que han tenido una forma de gobierno desde hace siglos; Japón tiene un sistema político reciente, que viene desde la derrota de la Segunda Guerra Mundial.

La nueva constitución que entro en vigor en 1947, estipula que el poder reside en el pueblo y que el Emperador es un símbolo de la nación, con la entrada de la constitución se erradico el gobierno militarista a uno democrático. Japón es una monarquía constitucional, compuesta por el poder legislativo, ejecutivo y judicial. En la práctica, es una democracia parcial o parlamentaria, el pueblo no vota a un presidente, sino por los

miembros de la DIETA (cuerpo legislativo) y éstos, a su vez, votan a un Primer Ministro de entre uno de ellos.

Todo ciudadano con edad igual o superior a los veinte años puede votar, para la elección de los miembros de la DIETA, así como para elecciones locales de cada prefectura. Japón forma parte de las principales estructuras multilaterales de cooperación internacional, sus relaciones exteriores vienen marcadas por la economía y seguridad con diferentes países del mundo.

- Entre las políticas comerciales de Japón destaca *el fomento al libre comercio*; esto se debe en gran medida a que en Japón hay poca elaboración de productos agroalimentarios y además, al respaldo que este país brinda al análisis de políticas comerciales de la OMC, las cuales tienen como objetivo contener las medidas proteccionistas. Es por ello que prácticamente la mayoría de los productos están liberalizados para importar, esto beneficia a países subdesarrollados como El Salvador, ya que permite que productos elaborados en estos países puedan entrar al mercado Japonés.
- Japón es la tercera potencia económica a nivel mundial, después de Estados Unidos y China, tiene una fuerte concentración económica en el sector servicio e industrial lo que hace que tenga presencia en diferentes países del mundo. A pesar de las crisis económicas, financieras y desastres naturales que han afectado a Japón, este se ha ido recuperando poco a poco, por medio de políticas monetarias flexibles adoptadas por el gobierno.
- Japón se destaca entre los diez países más poblados del mundo, aunque estos índices de crecimiento se han visto afectados en los últimos años por las bajas tasas de nacimiento y pocos migrantes. Buena parte de su población la conforman personas de la tercera edad en su mayoría mujeres.

Entre algunas de las características más destacadas de esta población están sus altos ingresos, buena educación, excelentes sistemas de salud, bajo índice de rotación de

empleo, personas activas y preocupadas por su bienestar demandando productos con menor contenido de carbohidratos y grasas saturadas, con mayor cantidad de fibras, vitaminas, antioxidantes y otros elementos que se relacionan con una alimentación saludable, esto hace que Japón sea un buen destino de exportación de fruta deshidratada.

Además, es de destacar que en Japón existe poco suelo cultivable lo que les obliga a cubrir su demanda interna por medio de importaciones, así mismo, Japón es considerado unos de los principales importadores de frutas y hortalizas procesadas.

- Japón es un país con alto grado de tecnología, esto se debe a su alto grado de investigación y educación. En deshidratado de alimentos, el método más utilizado es la liofilización o deshidrocongelación utilizada mucho para producir sopas instantáneas, sin embargo, en cuanto a fruta deshidratada se refiere, a pesar de tener tecnología para el proceso de deshidratación, la escasez de materia prima como lo son la diversidad de frutas tropicales que se producen en países como El Salvador, hace que Japón opte por la importación de estos productos.

C. Investigación de Campo.

1. Diseño de la investigación.

El diseño de la investigación será *no experimental de tipo descriptiva*, debido a que será realizada sin manipular las variables, como señala Palella, Santa y Martins Feliberto (2010): “El diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observaran los hechos tal y como se presentan en su contexto real, para luego analizarlos. Por lo tanto en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen”²³. Este tipo de investigación se utiliza para proporcionar soluciones a los problemas.

²³ Palella, Santa y Martins Feliberto (2010). *Metodología De Investigación Cuantitativa* (2da Edi, Pag 87). FEDUPEL: Caracas

Además será de tipo descriptiva porque se describirá los elementos y características que debe tener un plan de exportación de fruta deshidratada, con la finalidad de llegar al mercado de Japón, es decir, se recolectará información sobre los diversos componentes del tema en estudio, para así detallar lo que se investigará.

2. Objetivos de la Investigación.

2.1 Objetivo General

- ✓ Identificar los elementos técnicos, administrativos, mercadológicos y legales que intervienen en la exportación de fruta deshidratada, al mercado de Japón.

2.2 Objetivos específicos.

- ✓ Determinar los elementos técnicos que actúan en las exportaciones de fruta deshidratada hacia el mercado japonés.
- ✓ Especificar los aspectos de carácter administrativo que intervienen en el proceso de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado Japonés.
- ✓ Analizar los elementos mercadológicos que se deben tomar en cuenta al momento de exportar fruta deshidratada al mercado japonés.
- ✓ Identificar los aspectos de carácter legal que deben cumplir las empresas salvadoreñas que exporten fruta deshidratada al mercado Japonés.

3. Fuentes de Información.

Para la investigación se utilizarán fuentes de información tanto primarias como secundarias las cuales se detallan a continuación:

3.1 Información Primaria.

Para obtener información primaria se realizarán una serie de entrevistas directas, guiadas por un cuestionario, el cual será dirigido a los sujetos de estudio para identificar los elementos que contendrá el plan de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado Japonés. A continuación se detallan las distintas entrevistas a ser realizadas:

Tabla N° 22

Entrevistas realizadas.

Nombre del entrevistado	Finalidad de la entrevista	Lugar y fecha de la entrevista.
Licda. Celia de Hidalgo Unidad de control e higiene de los alimentos. Ministerio de Salud.	Definir los pasos y requisitos para obtener el registro sanitario para exportación de frutas deshidratadas.	06/Noviembre/2015 Alameda Roosevelt, Edificio Laboratorio Central Dr. Max Bloch, San Salvador, El Salvador, C.A.
Ing. Salomón Zelada Gerente de Cooperativa San Carlos.	Identificar características, funcionamiento y desarrollo de la industria del deshidratado de frutas en El Salvador.	30/Noviembre/2015 Instalaciones de Cooperativa San Carlos, El Paisnal, San Salvador.
Ing. Adolfo Sánchez Figueroa Representante Legal de Agroindustrias Finca Don Chimino.		28/Noviembre/2015 Cantón Loma de Ramos, Guazapa, San Salvador.
Sra. Barbara Rossell Gerente de Yo soy manos a la obra.		04/Diciembre/2015 Metrocentro, San Salvador.
Licda. Xochilt Palacios		07/Diciembre/2015

Gerente de Delimaya		Urb. Padilla Cuéllar, Calle Los Cedros, No. 54. San Salvador.
Sra. Karlen Moreno Oficial de Información PROESA	Conocer aspectos técnicos, administrativos y legales del comercio internacional.	04/Diciembre/2015 Calle y Colonia La Mascota #316B, San Salvador.
Sra. Flor Idania de Fernández Oficial de Información, Departamento de Comunicaciones BANCO CENTRAL DE EL SALVADOR		15/Diciembre/2015 Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte, San Salvador.
Licda. Ana Patricia Sánchez de Cruz Oficial de Información, Oficina de Información y Respuesta (OIR) Ministerio de Agricultura y Ganadería	Definir que es un certificado fitosanitario y determinar si aplica a las frutas deshidratadas.	17/Diciembre/2015 Final 1a. Avenida Norte, 13 Calle Oriente y Av. Manuel Gallardo. Santa Tecla, La Libertad.

Fuente: elaborado por equipo de investigación.

3.2 Información secundaria.

Estas fuentes serán recabadas de Estudios realizados con anterioridad sobre el mercado japonés, publicaciones en páginas web de los ministerios vinculados al comercio exterior de Japón, además de información de dominio público que registren la dinámica comercial de frutas deshidratadas, publicaciones en sitios web oficiales de las entidades relacionadas al proceso de exportación en El Salvador, entre otras.

A continuación se presenta en la Tabla N° 23 las fuentes de información secundaria consultadas:

Tabla N° 23

Fuentes de información secundaria.

Tipo de fuente	Finalidad	Descripción
Libros	Definir la metodología de investigación a seguir.	Bernal, Cesar A. (2010). <i>Metodología de la Investigación</i> (3era Ed.) Colombia: Prentice Hall.
		Sampieri, Collado y Lucio (2006). <i>Metodología de la Investigación</i> (4ta Ed.) México: McGraw Hill/Interamericana editores S.A. de C.V.
		Salking, Neil J. (1998). <i>Métodos de Investigación</i> (pp. 11). México: Prentice Hall.
Sitios web	Indagar sobre aspectos técnicos, administrativos y legales del comercio internacional.	Banco Central de Reserva de El Salvador: http://www.bcr.gob.sv
		PROESA: www.proesa.gob.sv .
	Verificar datos sobre registro fitosanitario de exportación y si este es aplicable para la exportación de fruta deshidratada.	Ministerio de Agricultura de El Salvador: www.mag.gob.sv
	Obtener detalle de requisitos para registro sanitario de exportación	Ministerio de Salud de El Salvador: http://www.salud.gob.sv/
	Conocer datos pertinentes	Estudio de Mercado de Japón para Frutas

Investigaciones	sobre país de destino y elementos del proceso de exportación.	Procesadas Nicaragüense.
Guías e informes	Conocer que elementos debe contener un plan de exportación.	Banco BICE (2003). <i>Guía del Exportador</i> . [spi].
		Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (2005). <i>Guía Básica del Exportador</i> (12ava. ed.). México: “el autor”.
		Banco Interamericano de Desarrollo (2010). <i>Como exportar a la Unión Europea. Guía práctica para pymes en Centroamérica y Panamá</i> . [sl]:”el autor”.
		Ministerio de Hacienda (2008). <i>Guía aduanera. Proyecto aduanas y clima de negocios que promueven el comercio y la inversión</i> (1era ed., pp.53). El Salvador: “el autor”.

Fuente: elaboración propia por equipo de investigación.

4. Tipo de Investigación.

El estudio a realizar será de tipo descriptivo, pues lo que se pretende con la investigación es definir y detallar todos aquellos elementos que comprende un plan de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado Japonés.

Salking (1998) considera como investigación descriptiva a aquella en que “se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio”.²⁴ Una de las funciones principales que tiene este tipo de investigación es la capacidad de seleccionar las

²⁴ Salking, Neil J. (1998). *Métodos de Investigación* (pp. 11). México: Prentice Hall

características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de este objeto.

Su utilidad Según Sampieri (2006) radica en “Mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, contexto o situación”.²⁵ Esta investigación se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador valiéndose de técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental.

4.1 Tipo de Enfoque.

La investigación tiene un enfoque cualitativo en el que se recogerán los discursos completos de los sujetos de estudio, para luego proceder a su interpretación, esto significa que tiene un enfoque interpretativo para construir cada uno de los elementos de un plan de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado japonés.

4.2 Método Científico.

Cuando se habla de método científico, esto se refiere a la serie de pasos que se siguen para alcanzar un conocimiento válido. Por tanto el método a ser utilizado para la investigación es el método de tipo inductivo, ya que a partir de premisas particulares se espera llegar a una generalización. Al conocer, clasificar y estudiar una serie de elementos que intervienen en el proceso exportador, se llegara a concretar un plan de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado japonés.

5. Unidades de Análisis.

Las unidades a analizar son entidades que puedan brindar información sobre el mercado de destino, además de entidades relacionadas con el proceso de exportación en El Salvador que sean de sumo interés. Las unidades para ser objeto de análisis en la investigación son las siguientes:

²⁵ Sampieri, Collado y Lucio (2006). *Metodología de la Investigación* (4ta Ed., pp.103) México: McGraw Hill/Interamericana editores S.A. de C.V.

Tabla N° 24

Unidades de análisis.

Unidad general	Unidades específicas.
<p>Gerentes o personal administrativo de las empresas dedicadas al procesamiento de fruta deshidratada en El Salvador</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Delimaya S.A. de C.V. • Cooperativa San Carlos. • Yo soy manos a la obra. • Agroindustrias Finca Don Chimino.
<p>Asesores de desarrollo exportador en El Salvador</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oficial de información en PROESA.
<p>Técnicos de los Ministerios Públicos vinculados al proceso exportador de fruta deshidratada desde El Salvador.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oficial de información del ministerio de salud. • Oficial de información del ministerio de Agricultura y Ganadería. • Oficial de información del Banco Central de Reserva.

Fuente: elaboración propia por el equipo de investigación.

6. Universo y Muestra poblacional.

6.1 Universo.

La población a investigar serán empresas que se dediquen al procesamiento de fruta deshidratada, además de Instituciones gubernamentales involucradas o que brinden apoyo en los procesos de exportación. La ubicación es en el departamento de San Salvador, lugar donde se encuentran establecidos los sujetos de estudio y donde se llevaran a cabo las entrevistas.

6.2 Muestra Poblacional.

6.2.1 Tipo de muestreo.

De acuerdo a las características de la investigación el tipo de muestreo es no probabilístico, ya que no se cuenta con un listado exacto de la población objeto de estudio y en ciertos casos el objeto de estudio es una unidad, por lo cual cada individuo será seleccionado en función de su accesibilidad criterio personal e intencionalidad de los investigadores.

6.2.2 Tamaño de la Muestra.

El tamaño de la muestra es de 10 unidades de estudio comprendidas de la siguiente manera:

- 4 Gerentes de las empresas dedicadas al procesamiento de fruta deshidratada en El Salvador.
- 1 Asesor de desarrollo exportador en El Salvador.
- 3 Técnicos de los Ministerios Públicos vinculados al proceso exportador de fruta deshidratada en El Salvador.

6.2.3 Clasificación de la muestra poblacional.

La muestra requerida para la recolección de datos de tipo cualitativa es dividida en cuatro tipos de muestras como se describe en la tabla N° 25:

Tabla N° 25

Clasificación de muestra.

	Sujeto de análisis.	Tipo de información
Muestra 1	Gerentes o personal administrativo de las empresas dedicadas al procesamiento de	<ul style="list-style-type: none">• Generalidades de la industria deshidratadora de fruta.• Características de productos.

	fruta deshidratada en El Salvador.	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de producción. • Procesos de exportación.
Muestra 2	Asesores de desarrollo exportador en El Salvador.	<ul style="list-style-type: none"> • Datos que abonan a la realización de un plan de exportación. • Documentación. • Proceso de exportación
Muestra 3	Técnicos de los Ministerios Públicos vinculados al proceso exportador de fruta deshidratada desde El Salvador.	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos y documentación pertinente para el proceso exportador. • Datos sobre comercio exterior.

Fuente: elaboración propia por el equipo de investigación.

7. Técnica e instrumento utilizados en la investigación.

7.1 Técnica a emplear.

La técnica a emplear para recopilar la información es la entrevista directa como se expresa a continuación:

7.1.1 Entrevista directa.

La entrevista será utilizada como medio para la recolección de información la cual va a consistir en recoger información mediante un proceso directo de comunicación personal entre entrevistadores y entrevistado, en el cual el entrevistado responderá a una serie de preguntas abiertas, previamente diseñadas en función de las dimensiones de lo que se pretende estudiar, para conocer el punto de vista de diferentes partes involucradas en la discusión.

Las entrevistas serán realizadas a ejecutivos de las empresas dedicadas al procesamiento de fruta deshidratada en El Salvador, Asesores que tengan conocimiento acerca del mercado de destino y de las mercancías en cuanto a procesos, normativa, requerimientos, trámites, documentación, y cualquier dato relevante que abone a la investigación, también,

se entrevistarán asesores de desarrollo exportador en El Salvador y técnicos de los Ministerios Públicos vinculados al proceso exportador de fruta deshidratada desde El Salvador.

7.2 Instrumento de investigación.

Para el desarrollo de la entrevista se determina utilizar como instrumento para la recolección de información el cuestionario el cual se define a continuación:

7.2.1 El Cuestionario.

Bernal (2010) define al cuestionario como “Un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación”.²⁶ Lo que se pretende con el cuestionario es recoger información completa datos precisos e información confiable.

Las preguntas a realizar serán de tipo abiertas pues con ello se espera que el entrevistado conteste con sus propias palabras y no se limite a opciones de respuestas sino más bien proporcionen abundante información y sugiera posibilidades sobre determinado aspecto lo cual no sería posible con preguntas cerradas.

8. Análisis de los resultados.

a) Cooperativa San Carlos

Ing. Salomón Zelada

Gerente General

Cooperativa con proyecto a corto plazo de exportación del producto.

²⁶ Bernal, Cesar A. (2010). *Metodología de la Investigación* (3era Ed. pp250). Colombia: Prentice Hall

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Qué frutas son sometidas al proceso de deshidratación?	Caña, mango, plátano, piña y papaya.	En El Salvador las frutas que tienen mayor factibilidad para ser deshidratadas son: la caña, mango, plátano, piña y papaya.
¿De qué manera se comercializan los productos deshidratados?	Se distribuirá a través de intermediarios como: supermercados, sociedad de diabéticos y cooperativas.	Los supermercados son considerados como uno de los principales canales de distribución, así como también sociedades y cooperativas.
¿A qué mercados se desea exportar la fruta deshidratada?	Honduras, Guatemala, EE.UU., México, Canadá, España y Japón.	Los mercados más atractivos para la exportación de fruta deshidratada son: Centroamericana, Estados Unidos, Canadá, Europa y Japón; debido a que la cultura de consumo de estos productos es más alta que la que existe en El Salvador.
¿Cuál es el INCOTERMS que utilizaría al exportar fruta deshidratada?	FOB ó EXWORK.	Las empresas salvadoreñas que tienen proyecciones de exportación, consideran que entre los términos de compra venta más viable son el FOB y EXWORK.
¿Cuál es el medio de transporte que utilizaría para realizar la exportación de la fruta deshidratada?	Avión o barco.	El medio de transporte que se considera más idóneo para transportar fruta deshidratada es: aéreo o marítimo.
¿Cuál es la forma de pago que utilizaría para realizar la exportación de la fruta deshidratada?	50% de adelanto antes del envío. 50% al ser recibido el producto.	Entre las formas de pago que empresas con proyecciones de exportación, consideran es más seguro es el 50% de pago anticipado y 50% al entregar el producto.
¿Cuáles son los	Certificaciones, TLC,	Entre los elementos más

principales factores a considerar para realizar exportaciones?	Producir con calidad y Producir volumen.	significativos al ejecutar una exportación están: las certificaciones solicitadas en los países de destino, la calidad del producto y la capacidad productiva que la empresa poseen, para abastecer a diferentes mercados.
---	---	--

Fuente: elaboración propia por el equipo de investigación.

b) Agroindustrias Finca Don Chimino.

Ing. Adolfo Sánchez Figueroa

Representante Legal.

Empresa exportadora de fruta deshidratada a Estados Unidos.

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Qué frutas son sometidas al proceso de deshidratación?	Mango, piña, guineo, papaya, limón y rosa de Jamaica.	En El Salvador las frutas que tienen mayor factibilidad para ser deshidratadas son: mango, piña, guineo, papaya, limón y rosa de Jamaica.
¿Cuál es el precio de la fruta deshidratada?	\$ 1.70 (IVA incluido) bolsa de 42 gr.	La fruta deshidratada es un producto rentable, debido a que el precio que se paga por estos, es más elevado que el de la fruta fresca.
¿De qué manera se comercializan los productos deshidratados?	Se distribuye a base de pedidos, a través de venta directa o intermediarios (farmacias, hoteles, restaurantes y supermercados). Se tiene una distribuidora instalada en EEUU.	Las formas más utilizadas para realizar la comercialización de los productos deshidratados se basa en la venta directa y por medio de intermediarios, esta última es una de las usadas.
¿Cuáles son los	Personas de medio y alto	Los clientes que demandan

principales clientes de la fruta deshidratada?	poder adquisitivo, con alto compromiso a la salud.	fruta deshidratada son un segmento muy específico, entre ellos personas con poder adquisitivo medio y alto, y con un fuerte compromiso por su salud.
¿Qué actores están involucrados en el proceso de exportación?	El BCR por medio del CIEX y los agentes aduanales.	Los actores que generalmente intervienen en el proceso de exportación son: los asesores del CIEX y los agentes aduanales.
¿Qué requisitos debe cumplir la fruta deshidratada para ser exportada?	Certificaciones del país de destino, ejemplo la FDA, autorización del Ministerio de Salud y requisitos de etiquetado.	Las disposiciones legales que deben ser cumplidas para poder ingresar fruta deshidratada a mercados internacionales son: Certificaciones de entrada, autorizaciones del Ministerio de Salud tanto del producto como de las instalaciones y los requisitos de etiquetado.
¿Qué documentación es necesaria para que se pueda exportar la fruta deshidratada?	Factura de exportación y declaración de mercancías.	Los documentos vigentes en la exportación de fruta deshidratada son: Factura de exportación y declaración de mercancías.
¿Qué proceso de exportación se utiliza?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obtener documentos de exportador. 2. Obtener certificaciones respectivas. 3. Registrarse como exportador en CIEX. 4. Registrar exportación en CIEX 5. Entregar documentación al agente aduanal y 	El proceso de exportación son una serie de pasos ya establecidos, los cuales deben ser cumplidos para que el proceso de internacionalización pueda ser ejecutado.

	despachar el producto.	
¿Aproximadamente cuál es la cantidad de exportación y con qué frecuencia?	De 50, 60 a 80 cajas (14,700 gr c/caja) por pedido de tres a cuatro veces al año.	Los volúmenes de exportación de fruta deshidratada salvadoreña, son relativamente pequeños en comparación a las exportaciones de otros países.
¿A qué mercados se desea exportar la fruta deshidratada?	Europa - Italia	Las empresas deshidratadoras de fruta, ven oportunidades de crecimiento en el mercado Europeo, debido a que la cultura de consumo de estos productos es más alta que la que existe en El Salvador.
¿Cuál es el INCOTERM que utiliza al exportar fruta deshidratada?	FOB	El término internacional de comercio más usado por las empresas salvadoreñas exportadoras es el FOB, puesto que, con este incoterm el exportador incurre en menos riesgos a la hora de realizar la exportación.
¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para realizar la exportación de la fruta deshidratada?	Vía aérea, por su rapidez.	La preferencia del medio de transporte aéreo en el envío de productos a otros países, radica en rapidez que este garantiza.
¿Cuál es la forma de pago que utiliza para realizar la exportación de la fruta deshidratada?	40% de adelanto antes del envío. 60% al ser recibido el producto.	Entre las formas de pago que las empresas exportadoras más utilizan esta el 40% de adelante y 60% al entregar el producto, considerándolo como una forma de pago más segura.

Fuente: elaboración propia por el equipo de investigación.

c) Yo soy manos a la obra

Sra. Barbara Rossell

Gerente General

Empresa dedicada a la venta de Nacional.

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Qué frutas son sometidas al proceso de deshidratación?	Papaya, piña, toronja, mandarina, bananos y limón.	En El Salvador las frutas que tienen mayor factibilidad para ser deshidratadas son: piña, papaya, toronja, mandarina, bananos y limón.
¿Cuánto tiempo tarda un producto en deshidratarse y estar listo para la venta?	Al ser deshidratado de forma homogénea en horno solar, es más rápido que si fuese secado directo al sol.	El método de deshidratación artificial proporciona procesos más rápidos y eficientes, gozando de un mayor control en las diversas variables.
¿De qué manera se comercializan los productos deshidratados?	Publicidad boca-oido, venta on line y participando en eventos.	Una forma de publicidad muy efectiva para dar a conocer los productos al cliente son la publicidad boca-oido y la participación en diferentes eventos.
¿Cuál es el precio de la fruta deshidratada?	\$ 2.50 (Iva incluido) bolsa de 20gr.	La fruta deshidratada es un producto rentable, debido a que el precio que se paga por estos es más elevado que el de la fruta fresca.
¿Cuáles son los principales clientes de la fruta deshidratada?	Los veganos.	Los veganos es un fuerte segmento de mercado en el consumo frutas deshidratadas, pues son personas muy conscientes de su salud.
¿A qué mercados se desea exportar la fruta deshidratada?	Alemania, Francia, China y Taiwán.	Las empresas deshidratadoras de fruta, ven oportunidades de crecimiento en mercados de altos ingresos como Alemania,

		Francia, China y Taiwan, debido a que la cultura de consumo de estos productos es más alta que la que existe en El Salvador.
--	--	--

Fuente: elaboración propia por el equipo de investigación.

d) Delimaya

Licda. Xochilt Palacios

Gerente General

Empresa exportadora de fruta deshidratada a Estados Unidos, Nicaragua y México.

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Qué frutas son sometidas al proceso de deshidratación?	Piña dulce, banana pasa, plátano, mango, papaya, zapote y mandarina.	En El Salvador las frutas que tienen mayor factibilidad para someterse al proceso de deshidratación son: Piña, banana, plátano, papaya, mango, zapote y mandarina.
¿De qué manera se comercializan los productos deshidratados?	La venta es directa local, con un distribuidor para la exportación.	Los centros comerciales son considerados como los medios principales para la comercialización local del producto y para la venta al extranjero se utilizan intermediarios de venta.
¿Cuáles son los principales clientes de la fruta deshidratada?	Personas con poder adquisitivo medio alto, con gustos gourmet e interesados en lo natural.	Los clientes principales de la fruta deshidratada son un pequeño segmento de la población que se caracteriza por tener poder adquisitivo medio alto, les gusta cuidar de su salud al consumir productos naturales que no contengan aditivos.
¿Qué proceso de	Lo más importante es tener	El proceso de exportación de la

exportación se utiliza?	un producto exportable, luego hacer una investigación de mercados que indiquen el potencial que tendrá el producto y así encontrar el comprador adecuado.	empresa se caracteriza por buscar segmentos de mercado que estén interesados en productos de esta índole, estos mercados son descubiertos a través de investigaciones de mercado realizadas por la empresa, una vez ya se tenga el producto a comercializar listo.
¿A qué mercados se desea exportar la fruta deshidratada?	Unión Europea.	El mercado más atractivo para la exportación de productos deshidratados es la Unión Europea debido a las características de su mercado, el cual va acorde con el cliente potencial del producto.

Fuente: Elaboración propia por el equipo de investigación.

e) Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA).

Sra. Karlen Moreno

Oficial de Información.

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Cuáles son las diferentes fuentes de financiamiento a las que puede optar una empresa que quiera exportar?	<p>Fuentes de financiamiento públicas: BANDESAL, FONDEPRO, Banco Hipotecario, Banco de Fomento Agropecuario.</p> <p>Fuentes de financiamiento privadas: Banco Agrícola, Banco de América Central,</p>	<p>Una empresa que desee iniciar su proceso de exportación puede optar por fuentes de financiamiento públicas y privadas.</p> <p>Teniendo en cuenta que los bancos privados no poseen líneas especialmente diseñadas para atender la exportación, pero si atiende a empresas en dicho tema, en</p>

	Citibank, Davivienda, Scotiabank, Banco Promerica, Banco Azúl, entre otros.	sus líneas de financiamiento generales, ofreciendo los plazos y condiciones, de acuerdo al destino del financiamiento
¿Cuáles son las diferentes formas de pago internacional tomando en cuenta que la exportación será hacia Japón? y ¿cuál es la que presenta menor riesgo?	<p>Condiciones de pago: Al contado, En cuenta corriente, En consignación, Al crédito.</p> <p>Medios de pago: Pago anticipado, Pago directo.</p> <p>, Cobranzas documentarias, El crédito documentario o la carta de crédito.</p>	<p>Para realizar el pago de las operaciones en las transacciones de comercio internacional Existen las llamadas condiciones de pago y los medios de pago.</p> <p>Cabe mencionar que ante una diversidad de opciones de pago la as recomendada por excelencia es el crédito documentario también llamada carta de crédito, por ofrecer cierto grado de respaldo que la hace más confiable.</p>
¿Cuál de los términos de negociación internacional (INCOTERM) es más recomendable cuando el producto que se exportara es fruta deshidratada y tendrá como destino Japón?	Independientemente del producto que se vaya a exportar, todo dependerá de la experiencia que tenga la empresa que realizará la exportación, de la experiencia que tenga el importador, del riesgo que represente para el exportador y del precio de exportación al considerar todos los costos que van a generar la exportación hacia dicho destino.	El INCOTERM más idóneo se elige luego de evaluar aspectos como: experiencia tanto del exportador como del importador, el riesgo para el exportador, precio de exportación y los costos que va a generar la exportación hacia dicho destino
Cuales son todos los documentos necesarios para exportar fruta deshidratada a Japón y en qué idioma	Factura de exportación, lista de empaque, declaración de mercancías (DM), Manifiesto de carga, Conocimiento de embarque (si es vía marítima), Guía	Los documentos vigentes para realizar una exportación de fruta deshidratada hacia el mercado japonés son: Factura de exportación, lista de

<p>deben ser presentados.</p>	<p>Aérea (si es vía aérea,</p> <p>Además deberá presentar el Certificado de Origen que es expedido por el CIEX y el formato A del SGP.</p> <p>La documentación tiene que utilizar el idioma de ambas partes, o uno de los idiomas universales, en este caso el inglés.</p>	<p>empaque, declaración de mercancías (DM), Manifiesto de carga, Conocimiento de embarque (si es vía marítima), Guía Aérea (si es vía aérea, Certificado de Origen y el formato A del SGP.</p> <p>La documentación debe redactarse en el idioma de ambas partes, o en inglés.</p>
<p>¿Cuál sería la ruta de exportación para llevar mercadería a Japón?</p>	<p>Cada uno de los proveedores de transportes tiene rutas previamente establecidas. Por lo tanto al solicitar las cotizaciones deberá incluirse que se indique cuál será la ruta y el tiempo en el que el producto estará llegando al destino, para evaluar la conveniencia con relación al costo y tiempos de producción y de entrega.</p>	<p>La ruta dependerá del proveedor de transporte quien deberá hacer del conocimiento a sus clientes sobre la ruta y el tiempo en que la mercadería llegara a su destino.</p>
<p>¿Cuáles serían los impuestos que se deberán cancelar en la exportación de fruta deshidratada (piña, papaya, banana, plátano, coco y mango) al ser exportados a Japón?</p>	<p>El salvador por ser miembro de la Organización Mundial de Comercio (OMC) es beneficiario de un trato especial en el pago impuesto determinado por un Sistema generalizado de Preferencias (SGP) de acuerdo al código arancelario de cada producto y para productos no incluidos en el SGP, se aplica trato de Nación Más Favorecida (NMF)</p>	<p>El Salvador se beneficia del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).</p> <p>Los impuestos a pagar se determinan según su codificación, y para productos no incluidos en el SGP, se aplica trato de Nación Más Favorecida (NMF).</p>

<p>¿Cuáles son los Incisos arancelarios específicos de fruta deshidratada (piña, papaya, coco, banana, plátano y mango) al ser exportadas a Japón?</p>	<p>Para determinar los incisos arancelarios se debe recurrir a aduana para que sean ellos quienes establezcan el código arancelario para el/los productos</p>	<p>Dependiendo del producto así será su código arancelario, los productos independientes tendrá un código específico, si es un mix de todas las frutas mencionadas, tendrán un código establecido para dicho mix.</p>
---	---	---

Fuente: elaboración propia por el equipo de investigación.

f) Banco Central de Reservas de El Salvador (BCR).

Sra. Flor Idania de Fernández

Oficial de Información, Departamento de Comunicaciones.

Pregunta	Respuesta	Análisis
<p>¿Cuáles son los pasos detallados para realizar una exportación?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inscribirse como exportador en el CIEX El Salvador. 2. Inscribirse en la base de datos de la DGA. 3. Tramitar las facturas de exportación en el Ministerio de Hacienda. 4. Tramitar ante el Ministerio de Salud, el certificado de libre venta. 5. Registrar exportación en CIEX. 	<p>El proceso de exportación son una serie de pasos ya establecidos, los cuales deben ser cumplidos para que el proceso de internacionalización pueda ser ejecutado.</p>
<p>¿Cuáles son los incisos arancelarios específicos de fruta deshidratada (piña, papaya, coco, banana, plátano y mango) al ser exportadas a Japón?</p>	<p>Registrados en el CIEX: Coco rayado deshidratado: 08011900, papaya deshidratada: 08134000, banana deshidratada: 08134000, piña deshidratada: 08043000 y mango deshidratado: 08134000.</p>	<p>Los incisos arancelarios correspondientes a la fruta deshidratada, registrados en el CIEX son los siguientes: Coco rayado deshidratado: 08011900, papaya deshidratada: 08134000, banana deshidratada: 08134000, piña deshidratada: 08043000 y mango</p>

		<p>deshidratado: 08134000.</p> <p>Estos permiten la identificación del producto en otros países, además de determinar el arancel a cancelar, etiquetado, entre otras.</p>
<p>¿Cuáles serían los impuestos que se deberán cancelar en la exportación de fruta deshidratada (piña, papaya, banana, plátano, coco y mango) al ser exportados a Japón?</p>	<p>Exportaciones en El Salvador con tasa 0%; en el sitio de la Aduana de Japón puede encontrar información sobre la reducción arancelaria al exportar bajo SGP.</p>	<p>Las exportaciones en El Salvador están gravadas con tasa 0%. Pero para conocer la reducción arancelaria al exportar bajo SGP se realiza mediante la codificación que tienen los productos y para productos no incluidos en el SGP, se aplica trato de Nación Más Favorecida (NMF).</p>
<p>¿Cuáles son los documentos a presentar para realizar una exportación a Japón?</p>	<p>Declaración de Mercancías, Certificado Sanitario, Factura de exportación, Documentos de transporte (BL o AWB) y Certificado de origen Forma A del SGP. Además de requisitos adicionales que solicite Japón.</p>	<p>Los documentos vigentes para realizar una exportación hacia el mercado japonés son: Declaración de Mercancías, Certificado Sanitario, Factura de exportación, Documentos de transporte (BL o AWB) y Certificado de origen Forma A del SGP, además de requisitos solicitados por Japón.</p>
<p>¿Qué certificaciones aplican a la fruta deshidratada para ser exportada a Japón?</p>	<p>Certificado de libre venta, Registro Sanitario y Certificado de origen. Además de requisitos adicionales que solicite Japón</p>	<p>Las certificaciones vigentes para realizar una exportación de fruta deshidratada hacia el mercado japonés son: Certificado de libre venta, Registro Sanitario y Certificado de origen.</p>

Fuente: elaboración propia por el equipo de investigación.

g) Ministerio de Salud de El Salvador (MINSAL).

Licda. Celia de Hidalgo

Unidad de control e higiene de los alimentos del Ministerio de Salud.

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Qué requisitos debe cumplir la fruta deshidratada para poder obtener el registro sanitario para su exportación?	<p>a) Solicitud para Registro y/o Renovación de Alimentos y Bebidas Nacionales</p> <p>b) Fotocopias de NIT de la Empresa y del NIT del Representante Legal de la Empresa.</p> <p>c) Lista de ingredientes original y copia.</p> <p>d) Etiqueta.</p> <p>e) Licencia de Funcionamiento de la Fábrica vigente.</p> <p>f) Muestra del producto a registrar.</p>	<p>Se debe cumplir con la serie de documentos vigentes que comprenden:</p> <p>Solicitud para registro sanitario, fotocopia de NIT de la empresa y del representante legal, lista de ingredientes (original y copia), etiqueta, licencia de funcionamiento de la fábrica y muestra del producto a registrar.</p>
¿En qué costos se incurren para obtener un registro sanitario para la exportación de fruta deshidratada?	<p>Costo \$35.00 por producto más gasto de laboratorio</p>	<p>El registro por producto tiene un costo de \$35 más gastos de laboratorio el cual dependerá del laboratorio que realice la examinación del producto.</p>

Fuente: elaboración propia por el equipo de investigación.

h) Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Licda. Ana Patricia Sánchez de Cruz

Oficial de Información y Respuesta (OIR).

Pregunta	Respuesta	Análisis
¿Qué requisitos debe cumplir un producto para poder obtener el certificado fitosanitario, para su exportación?	Estar registrado en CIEX, Conocer y presentar los requisitos que pide el país importador, Llenar la solicitud correspondiente y presentar la documentación y Cancelar el monto del certificado.	Se debe cumplir con la serie de requisitos vigentes que comprenden: Estar registrado en CIEX, Conocer y presentar los requisitos que pide el país importador, Llenar la solicitud correspondiente y Cancelar el monto del certificado.
¿En qué costo se incurre para obtener un certificado fitosanitario para la exportación?	\$6.45 por cada 10,000 Kgs vía terrestre o aérea \$6.45 por cada 40,000 Kgs o fracción vía marítima"	El costo para obtener el certificado fitosanitario depende del volumen a exportar.
¿El Certificado Fitosanitario aplica para la fruta deshidratada?	Por ser producto procesado no se requiere Certificado Fitosanitario para exportar o importar fruta deshidratada.	El certificado fitosanitario no aplica para la fruta deshidratada, ya que es un producto procesado y no es considerado como un producto o subproducto vegetal.
¿Qué es la certificación JAS y cuál es el proceso para obtenerla?	Estándares agrícolas japoneses y para ello se debe contactar con una certificadora orgánica internacional o en su defecto revisar la reglamentación que Japón tiene al respecto.	Las ministerios salvadoreños, no poseen mayor conocimiento de las certificaciones que países como Japón exigen en las exportaciones de productos alimenticios.

Fuente: elaboración propia por el equipo de investigación.

Para conocer la información completa de las respuestas obtenidas de las entrevistas antes descritas y ver fotos tomadas durante la investigación, consultar anexo N° 3 y 4, respectivamente.

D. Conclusiones y recomendaciones de la investigación.

1. Conclusiones de la investigación.

- Las empresas que elaboran fruta deshidratada en El Salvador, distribuyen sus productos a nivel nacional e internacional como: Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Honduras, Holanda, Venezuela y Estados Unidos; ofertando una variedad de productos deshidratados como: piña, papaya, guineos, plátanos, limón y mangos, los cuales son consumidos por un segmento de mercado bien definido. Estos productos se encuentran mayormente en supermercados, hoteles, restaurantes, almacenes, entre otros.
- Las empresas deshidratadoras tiene interés de expandirse a nuevos mercados, principalmente a la Unión Europea, China, Japón, México y Canadá, por lo que se necesita una mayor asesoría técnica para cumplir los requisitos exigidos por los diferentes países.
- Los medios de transporte más utilizados por las empresas exportadoras de fruta deshidratada son: marítima y aéreo, de igual manera los términos internacionales de comercio más recurrente por estas empresas son el FOB y Exwork, considerándose los menos riesgosos y más convenientes.
- Para la exportación de fruta deshidratada a Japón, se requiere la emisión de diferentes documentos, cumplir con requisitos de etiquetado y la obtención de certificaciones especiales que son exigencias por este país, como lo es la certificación JAS, sin embargo, las instituciones que apoyan las exportaciones en El Salvador tienen poco o nulo conocimiento de esta certificación, convirtiéndose en un obstáculo para la exportación.

- El Salvador es un país beneficiado con el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), por lo que los impuestos a pagar por la exportación de productos deshidratados a Japón, se determinan según la codificación arancelaria, tomando en cuenta que para productos no incluidos en el SGP, se aplica trato de Nación Más Favorecida (NMF).

2. Recomendaciones de la investigación.

Para las empresas deshidratadoras de fruta:

- En la expansión a nuevos mercados, es necesario realizar una investigación del país de destino, para conocer todos los requisitos de entrada para productos deshidratados y en el caso de Japón se recomienda optar por la certificación JAS, siendo un requisito obligatorio para la exportación de alimentos.
- La elección del medio de transporte en la exportación de productos, se debe basar en aspectos como: la rapidez, la capacidad, la seguridad, el coste y el tipo de mercancía que vamos a transportar.
- La decisión del INCOTERM más idóneo a recurrir, se elige luego de evaluar aspectos como: experiencia tanto del exportador como del importador, el riesgo para el exportador, precio de exportación y los costos que va a generar la exportación hacia dicho destino.
- Ante la diversidad de opciones de pago, el más recomendado por excelencia es el crédito documentario también llamada carta de crédito, por ofrecer cierto grado de respaldo que la hace más confiable.

Para las instituciones involucradas con las exportaciones en El Salvador:

- Capacitación a los asesores de exportación, para que la información que transmitan a empresas con proyecciones de exportación sea más fiable, concreta y veraz.

- Crear unidades de apoyo especial, para asistencia en certificaciones internacionales, para que el proceso de internacionalización a otros mercados sea más factible para las empresas interesadas.

E. Conclusiones y Recomendaciones Generales.

1. Conclusiones:

- La industria del deshidratado de frutas en El Salvador no es muy conocida, sin embargo presenta un fuerte potencial de crecimiento, apoyada por diferentes instituciones. Este potencial se debe a que en el país existe disponibilidad de materia prima y la mano de obra capacitada para la elaboración de productos naturales y amigables con el medio ambiente, permitiendo ingresar a mercados internacionales, con precios más altos que los pagados por la fruta fresca.
- El análisis PEST de Japón realizado en este capítulo, ha sido una valiosa fuente de información, permitiendo a las empresas que quieran exportar a dicho país, conocer a profundidad aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos que puedan incidir en la introducción y consumo de fruta deshidratada. Dicho análisis muestra que los productos deshidratados son bien recibidos por los consumidores, esto se atribuye a diferentes características que presenta la población nipona.
- La competencia en la industria del deshidratado de frutas es fuerte, países del área Centroamericanos tienen mayores niveles de producción y algunos de ellos como Costa Rica ya están exportando estos productos a Japón.
- Existen grandes potenciales de demanda en países de altos ingresos, en los cuales se encuentra Japón con elevados índices de importación de productos deshidratados originarios de diferentes países. Es de tener en cuenta que a nivel nacional la demanda para estos productos es mínima, por lo que hay mayores oportunidades en otros mercados.

2. Recomendaciones:

- Elaborar un plan de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado de Japón, el cual contenga los elementos principales para la ejecución de una exportación exitosa, haciendo más fácil dicho proceso. Este plan sería una excelente herramienta para aquellas empresas salvadoreñas que tengan la posibilidad y el deseo de incursionar en este mercado.
- Se sugiere que instituciones ya sea privadas o públicas, dediquen esfuerzos a la investigación y desarrollo a la industria del deshidratado de frutas, para que sea más la participación de mercado de este sector y de esta forma hacer que el acceso a financiamientos sea más accesible.
- Que el gobierno de El Salvador, fomente la creación de un centro de información de investigación de mercados internacionales, en donde el usuario pueda obtener información rápida, pertinente y actualizada de las políticas comerciales, requisitos de entrada, patrones de consumo, clima de negocios, competencia, entre otros. Facilitando las decisiones de exportación.
- Invertir en las ampliaciones de las plantas deshidratadoras, para que los volúmenes de producción sean a grandes escalas, logrando así abastecer a más mercados.
- Las empresas deshidratadoras deberán mantener una constante capacitación del personal, para que las frutas deshidratadas mantengan los mejores estándares de calidad y mejoras constantes.

CAPITULO III

PROPUESTA SOBRE PLAN DE EXPORTACIÓN DE FRUTA DESHIDRATADA HACIA EL MERCADO JAPONÉS.

El continuo dinamismo del comercio mundial hacia la internacionalización de los mercados permanece en un constante aumento; debido a que las empresas que operan únicamente en mercados locales, presentan la dificultad de mantener sus tasas de crecimiento; por lo que muchas optan por penetrar mercados exteriores que permitan la absorción de su capacidad de producción. Los beneficios y la rentabilidad que se obtienen de realizar operaciones en el exterior es un incentivo muy importante, pues en ocasiones son mayores de las que se tienen en su país de origen.

La eliminación de barreras arancelarias, los Tratados de Libre Comercio y otros acuerdos comerciales, permiten que las empresas se expandan en todo el mundo, atravesando sus fronteras de origen; por consiguiente las economías actuales promueven la creación de mercados de exportación, la investigación y desarrollo de nuevos productos, igualmente el acceso a la tecnología, la cual favorece a las empresas permitiéndoles acortar distancias en operaciones y acelerando los procesos a la internacionalización.

A. Plan de exportación.

Cuando las empresas optan por entrar en un nuevo mercado internacional conciben tanto riesgos como oportunidades, esto se convierte en una tarea que requiere dedicación y esfuerzo para realizarlo con éxito, en esta etapa surgen muchas interrogantes; por lo que previamente se debe tener definido ¿Qué se exportará? y ¿Hacia dónde se exportará? para luego determinar el ¿Cómo exportar?, Bajo este contexto, es sumamente importante preparar adecuadamente a las empresas y para ello es necesario tener un Plan de exportación.

1. Objetivos.

1.1 Objetivo general.

- Diseñar un plan de exportación de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado japonés.

1.2 Objetivos Específicos.

- Explicar los elementos técnicos que actúan en las exportaciones de fruta deshidratada hacia el mercado japonés.
- Detallar los aspectos de carácter administrativo que intervienen en el proceso de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado Japonés.
- Describir los elementos mercadológicos que se deben tomar en cuenta al momento de exportar fruta deshidratada al mercado japonés.
- Especificar los aspectos de carácter legal que deben cumplir las empresas salvadoreñas que exporten fruta deshidratada al mercado Japonés.

2. Importancia.

El Salvador cuenta con empresas que se dedican a la producción y comercialización de frutas deshidratadas, siendo reconocidas por tener productos de calidad, mano de obra eficiente y calificada; esto permite que estas empresas tengan proyecciones de abrirse a nuevos mercados, aunque algunas de ellas ya lo están llevando a cabo.

También la moderna infraestructura portuaria, aeroportuaria y vial permite que las empresas realicen operaciones logísticas de forma competente y eficaz, asimismo los múltiples acuerdos comerciales brindan acceso preferencial a los productos salvadoreños en diferentes mercados alrededor del mundo, lo cual motiva a varios empresarios a emprender

la aventura de exportar, lo que implica un compromiso de asumir riesgos y seguir pasos necesarios para realizar una actividad exportadora exitosa.

Se debe reconocer que la exportación es una herramienta al servicio de la estrategia de la empresa, no un objetivo independiente. Por tanto considerar aspectos como la rentabilidad de la actividad exportadora, el posicionamiento en el mercado local, la diversificación del riesgo y la atención; teniendo en cuenta que la exportación no es una actividad excluyente sino que puede ser realizada por cualquier persona natural, jurídica o extranjeros con residencia en el país.

Por lo anterior, la importancia de realizar un plan de Exportación de fruta deshidratada toma relevancia desde el momento que empresarios salvadoreños deciden internacionalizar sus operaciones, detectando oportunidades de crecimiento en otros mercados, tal es el caso de Japón. El contar con una guía donde se establezca los requisitos necesarios para introducirse en dicho mercado, cobra importancia debido a que el proceso exportador puede ser más fácil, así como también ayudará al exportador a evitar errores que usualmente son muy comunes, como los relacionados con la planeación y la competitividad.

De esta manera se establece una respuesta a todo aquel productor de fruta deshidratada que quiera conocer los requisitos necesarios para la exportación de su producto, al mismo tiempo que expande su negocio a nivel global, incrementa su cartera de clientes, su nivel de empleos y por su puesto sus ingresos. Al igual en un nivel macroeconómico, las exportaciones resultaran positivas para la balanza comercial, de pagos y el PIB del país.

3. Alcance.

Con una propuesta de un plan de exportación se pretende ofrecer un aporte para los siempre esforzados empresarios que mantienen el movimiento del comercio internacional, específicamente para los que forman parte de la industria deshidratadora de fruta en El Salvador.

Con la realización de un plan de exportación de fruta deshidratada al mercado japonés, se espera contribuir en gran manera a todas aquellas empresas que deseen expandir sus

fronteras comerciales hacia Japón; puesto que el aporte que se pretende ofrecer con la investigación, es una guía que permita conocer al comerciante todo lo que debe tomar en cuenta al momento de exportar hacia el mercado nipón.

El estudio presenta una descripción sobre el mercado de destino, además un detalle de todos los requerimientos exigidos y pasos a seguir para que la exportación se realice de la mejor manera, pues sin lugar a dudas se espera que el empresario conozca y se motive a ingresar al mercado Japonés y encuentre una atractiva oportunidad en él.

4. Justificación.

De acuerdo al análisis global estadístico realizado por el Consejo Internacional de Frutos Secos y Fruta Deshidratada (conocido por sus siglas en inglés como INC) afirma que: “en la última década a nivel mundial, la producción total de fruta deshidratada ha tenido un incremento de un 22% favoreciendo la comercialización en un 9 % motivado por el aumento del consumo en un 24%”²⁷.

Puesto que con el paso de los años se ha percibido un cambio de actitud en las personas, mostrando una mayor preocupación por su salud, lo que hace que la demanda de productos saludables crezca cada vez más, siendo las frutas deshidratadas una buena opción en una alimentación sana.

Las frutas deshidratadas, contienen una alta concentración de nutrientes, vitaminas y minerales, además están libres de grasa y colesterol. La deshidratación de frutas es uno de los procesos de conservación de alimentos más antiguos de la humanidad, donde se retira el agua y como resultado da un producto de larga vida, permitiendo la conservación de la fruta, acceso a mercados distantes y dar a los consumidores frutas en épocas de poca abundancia y a precios moderados.

²⁷ International Nut and Dried Fruit Council (INC). (2015). Mapa Mundial de Flujos Comerciales de Frutos Secos y Fruta Deshidratada. [2da ed.] s.l.: el autor.

En El Salvador el impulso del cultivo de frutas se ha vuelto fundamental, debido a que existe en ella un potencial económico, por ser fuente generadora de empleos e ingresos y mejoras del medio ambiente. Las nuevas alternativas de producción de frutas han tomado un auge con resultados aceptables y esperanzadores para un sector agrícola que muchas veces se ha considerado estancado. Las nuevas técnicas han propiciado una revolución productiva que pone a disposición de los consumidores, frutas y verduras deshidratadas.

Cabe mencionar que el país está enriquecido de una diversidad de materias primas que pueden ser transformadas en productos deshidratados, puesto que además se espera que las áreas dedicadas al cultivo de frutas en el país se incrementen, por proyectos fomentados por el gobierno de El Salvador a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

A lo largo de los años las empresas salvadoreñas dedicadas a la deshidratación de fruta han ido identificando oportunidades de mercado en otros países, esto se debe a que la cultura de consumo de alimentos deshidratados en mercados internacionales es más grande que nacional; además los precios pagados en el exterior son más elevados.

El Salvador ha sido exportador de productos deshidratados desde hace varios años, teniendo como principales destinos de exportación países de la región Centroamericana; sin embargo, en los últimos años la exportación de estos productos se ha expandido a otros territorios como lo son: Holanda, Venezuela y Estados Unidos.

Los principales importadores de fruta deshidratada a nivel mundial son países de altos ingresos económicos (países desarrollados), entre estos se destaca Japón, el cual se perfila como un mercado atractivo para la exportación, debido a su baja tasa de autosuficiencia alimentaria, altos ingresos económicos, bajos índices de natalidad y el incremento de una población madura.

Con una visión de penetrar nuevos mercados, se realiza un plan de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado japonés, con la expectativa de contribuir al crecimiento de la actividad primaria de El Salvador, siempre y cuando la oferta nacional cumpla con las

condiciones requeridas por el mercado Internacional al que se quiere dirigir, ya sea, en cuanto a sus materias primas, requerimientos legales y otros factores generales relacionados directamente con el producto.

Por tal razón el realizar un plan de exportación de fruta deshidratada al mercado japonés, contribuiría en gran manera a todas aquellas empresas dedicadas al procesamiento de frutas deshidratadas, que deseen expandir sus fronteras comerciales a Japón; puesto que el aporte que se desea brindar con la investigación es una guía que permita conocer al comerciante todo lo que debe realizar al momento de exportar hacia el mercado japonés.

B. Análisis del país de destino.

Para el inicio de todo plan de exportación es de total relevancia hacer un recuento de todos aquellos elementos que caracterizan al país de destino con el fin de ofrecer al exportador un conocimiento previo acerca del mercado que desea penetrar.

1. Datos Básicos.

En este apartado se presenta una recopilación de la información general sobre Japón, para dar a conocer todos aquellos datos esenciales del país como son los siguientes:

Tabla N° 26

Datos básicos de Japón.

Datos básicos.	
Nombre oficial:	Japón (Nipón / Nihon).
Capital:	Tokio.
Otras ciudades:	Fukuoka, Hiroshima, Kobe, Nagasaki, Nagoya, Osaka, Sapporo, Sendai y Yokohama.
Idioma Oficial:	Japonés.

Principales religiones:	Sintoísmo y budismo.
Sistema político	Monarquía constitucional.
Superficie:	377.915 Km ² .
Geografía:	Archipiélago formado por 6.852 islas. Las principales son Hokkaido, Honshu, Shikoku, Kyushu y Okinawa. Sin fronteras terrestres con otros países, Japón está ubicado entre el Océano Pacífico y el mar de Japón, al este de China, Rusia y la península de Corea.
Clima	Tropical en el sur y fresco en el norte.
División Administrativa:	47 prefecturas.
Población:	127,06 millones de habitantes. 48.7% Masculino y 51.3% Femenino.
Densidad poblacional:	336 habitantes por Km ² .
Renta per cápita (PPA):	32.480 dólares (Estimación 2015).
Coeficiente de gini:	0,249 (Octubre de 2015).
Tasa de analfabetismo:	1%
Tasa de natalidad:	8'07 nacimientos / 1.000 habitantes. (Estimación 2014).
Moneda	Yen.
PIB (US\$ bn)	4.116.242.
PIB % crecimiento real:	0,6
Tasa de inflación:	0,7.
Tasa de paro:	3,5

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de Ficha país Japón 2015 consultado en http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/japon_ficha%20pais.pdf

2. Situación política.

En Japón está instaurada una monarquía constitucional, parlamentaria. Desde 1989, la jefatura de Estado está en manos del emperador Akihito y, desde diciembre de 2012, Shinzo Abe, del Partido Liberal Demócrata (PLD), ocupa el puesto de primer ministro. En las elecciones de julio de 2013 la coalición derechista liderada por el PLD además integrada por Nuevo Komeito obtuvo una resonante victoria en la Cámara Alta hasta entonces dominada por la oposición.

Ello confirma el apoyo popular a las políticas de Shinzo Abe, quien también se vio favorecido por la labor realizada para la elección de Tokio como sede de los Juegos Olímpicos de 2020, además del pobre desempeño de la oposición. No obstante, se han producido desavenencias en el seno de la coalición gobernante: cuestiones como la liberalización del sector eléctrico o la reforma del mercado laboral que, según un sector de la coalición, ha sido dejada de lado, lo cual ha provocado profundas divisiones.

Con todo, el mandato legislativo de Shinzo Abe busca evitar una pérdida de impulso de la política económica, también pretende reforzar la competitividad industrial del país, crear zonas económicas especiales o establecer un Consejo Nacional de Seguridad similar al existente en Estados Unidos; entre otros.

Aunque el punto fuerte es la recuperación económica, lo que el primer ministro desea conseguir a través del paquete *Abenomics*. Éste se centra en tres aspectos principales: decidida flexibilización monetaria, política eficaz de estímulos fiscales y una estrategia de crecimiento que atraiga la inversión privada.

En el plano exterior, a pesar de que Japón ha logrado fortalecer las relaciones con Estados Unidos, el mayor desafío de la política exterior de Abe será hacer lo mismo con China y Corea del Sur. Las primeras son problemáticas por la cuestión de la soberanía en las islas Senkaku, y el diálogo con Corea del Sur se ve igualmente entorpecido por la disputa de los islotes de Takeshima.

3. Situación económica.

Situado al nordeste de Asia, el archipiélago japonés, con 127 millones de habitantes, a pesar de su reducida dimensión y relativa escasez de recursos naturales, fue durante más de cuarenta y dos años la segunda potencia económica mundial, hasta que en 2010 fue desplazado, por China, al tercer puesto. Tokio, con más de 8,5 millones de habitantes, es el centro administrativo, político y cultural, además del centro neurálgico de la red de infraestructuras nipona.

En 2008 su PIB se redujo al mayor ritmo desde 1974 y, posteriormente, los efectos negativos de la crisis global se vieron intensificados con el terremoto, tsunami y crisis nuclear que azotaron el país en marzo del 2011, repercutiendo una caída del PIB del 0,4% del PIB en ese año.

En 2012 Japón consiguió crecer a una tasa del 1,4% y desde entonces está experimentando una recuperación moderada. La progresiva recuperación económica es prioritaria para el Gobierno de Shinzo Abe, por lo que ha diseñado la denominada Abenomics con la cual espera que tenga un impacto positivo en la economía nipona, aunque la persistencia de factores demográficos negativos (creciente envejecimiento de la población y contracción de la fuerza de trabajo) resta potencial de crecimiento.

A continuación se presentan una serie de indicadores que caracterizan la economía japonesa hasta el año 2015:

Tabla N° 27

Coyuntura Económica Nipona.

INDICADORES ECONÓMICOS	2013	2014	2015
PIB (US\$ bn)	4.919.589	4.602.367	4.116.242
PIB % crecimiento real	1,6	- 0,1	0,6
Tasa de inflación	0,3	2,7	0,7

Tasa de paro	4,0	3,6	3,5
Export. bienes FOB (US\$ millones)	694.547	700.316	415.713
Import. bienes FOB (US\$ millones)	784.456	799.673	422.731
Balanza c/c (US\$ millones)	40.704	24.404	124.347
Total reservas internacionales (US\$ millardos)	1.267	1.260	1.244,2
Tipo de cambio medio anual Yen = US\$	97,5	105,8	120,9

Fuente: elaboración propia adaptado con datos del Fondo Monetario Internacional, Jetro, OANDA (2015) *Ficha país Japón: Estadísticas Financieras Internacionales*.

3.1 Entorno de negocios.

El clima de negocios japonés es ciertamente satisfactorio, existiendo un excelente marco institucional y ambiente empresarial. Los inversores extranjeros han de tener en cuenta que el japonés es un mercado complejo y todavía persisten algunas barreras de entrada. La estrecha relación entre los productores japoneses y sus distribuidores locales entorpece el acceso de suministradores extranjeros. Asimismo, la exclusividad que exigen los importadores nipones en los contratos, la estructura de costes laborales que encarece los productos, y el propio idioma son aspectos que condicionan el desarrollo de negocios en este mercado.

Asimismo, en materia comercial, Japón ha presentado un menor dinamismo que otros países de la región para el establecimiento de acuerdos de libre comercio. Japón ocupa la trigésimo sexta posición entre un total de 189 economías, en cuanto a la facilidad para hacer negocios (Doing Business 2016) para mayor detalle se presenta la clasificación en tabla N°28:

Tabla N° 28

Doing Business Japón 2016.

Temas	Clasificación año 2016
Apertura de una empresa.	81
Manejo de permisos de construcción.	68
Obtención de electricidad.	14
Registro de propiedades.	48
Obtención de crédito.	79
Protección de los inversionistas minoritarios.	36
Pago de impuestos.	121
Comercio transfronterizo.	52
Cumplimiento de contratos.	51
Resolución de insolvencia.	2

Fuente: Banco Mundial (2016) *Doing Business* consultado en: <http://espanol.doingbusiness.org/data/>

3.2. Inversión Extranjera Directa (IED).

Según el Informe sobre las inversiones mundiales de 2014 publicado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (CNUCYD), Japón ocupa el décimo quinto lugar en la clasificación de las economías más atractivas para las compañías transnacionales en el período 2014-2016.²⁸

El atractivo potencial de Japón para las inversiones extranjeras es muy fuerte en comparación con otros países del mundo, pero los resultados en cuanto a recepción de IED son débiles. Tras una desaceleración del crecimiento de la IED en 2009, como consecuencia de la crisis económica mundial, Japón sufrió una desinversión durante dos años seguidos, y luego el flujo de IED volvió a ser positivo.

²⁸ Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (CNUCYD) (2014). *Informe sobre las inversiones en el mundo*. [informe] s.l.: el autor

El principal punto fuerte de Japón es su posición de liderazgo en tecnología de punta, y en investigación y desarrollo. Los posibles obstáculos a la inversión son de orden lingüístico y de cultura de negocios. La catástrofe que afectó a Japón el 11 de Marzo del 2011 el terremoto y su consiguiente devastador tsunami, junto con las preocupaciones sobre la contaminación del medio ambiente y las condiciones sanitarias provocadas por la situación de la central nuclear Fukushima Daiichi, podrían frenar las inversiones extranjeras en el futuro.

Aun así, Japón sigue siendo un mercado esencial para los inversores. Además, la economía japonesa podría financiar la reconstrucción sin ninguna dificultad gracias a un excedente del ahorro acumulado a lo largo de los últimos años.

4. Entorno socio cultural.

En Japón, las interrelaciones personales están muy influenciadas por las ideas de deber, honor y obligación, que representan una costumbre diferente a la cultura individualista y liberal de los países occidentales.

Las concepciones de conductas deseables y moralidad son menos practicadas en situaciones familiares, escolares y de amistad; sin embargo, se observa una práctica más formal frente a superiores o gente desconocida.

Por otro lado, los japoneses poseen un sentido del humor intrincado y complicado, que se refleja mucho en la cultura, la ética, el idioma y la religión, y que a veces es considerado como muy difícil de interpretar por otras culturas.

4.1. Familias.

Años atrás muchos japoneses pensaban que su linaje continuaría ininterrumpido desde el principio de los tiempos hasta un futuro distante. Los abuelos asumían que sus hijos y nietos vivirían con ellos en la misma casa hasta el final de sus días. Sin

embargo, la sociedad japonesa ha evolucionado muchísimo y la manera de pensar y vivir también.

El modelo más moderno. Se compone de esposo y esposa y uno o dos niños a lo sumo. Habitualmente viven en casas pequeñas en grandes ciudades sin espacio para los abuelos.

4.2. Festividades.

En Japón hay 16 días festivos nacionales repartidos a lo largo del año. Durante estos días las escuelas y las administraciones públicas están cerradas, y muchos empresarios ofrecen días libres a sus trabajadores. A continuación se presentan con mayor detalle los días festivos a celebrarse por los japoneses:

Tabla N° 29

Festividades nacionales en Japón

Nombre de la festividad	Fecha en que se celebra	Descripción
Ganjitsu Día de Año Nuevo.	1 de enero	El día festivo más importante del año y una ocasión para que las familias se reúnan. Muchas personas visitan santuarios este día para hacer las primeras plegarias del año.
Seijin no hi Día de la Mayoría de Edad.	Segundo lunes de enero	Una celebración para todos los jóvenes que han cumplido 20 años y se han convertido oficialmente en adultos el año anterior.
Kenkoku kinen no hi Día de la Fundación Nacional	11 de febrero	Una fiesta que conmemora la legendaria fundación de Japón, que, según se cuenta, ocurrió en torno al año 660 a. C. según el libro del siglo VIII

		Crónica de Japón.
Shunbun no hi Día del Equinoccio de Primavera	20 o 21 de marzo	Establecido como un día para apreciar la naturaleza y a los seres vivos.
Shōwa no hi Día de Shōwa	29 de abril	Creado en memoria del Emperador Shōwa, nacido el 29 de abril de 1901.
Kenpō kinenbi Día Memorial de la Constitución	3 de mayo	Un día en el que se conmemora la promulgación de la Constitución japonesa de posguerra de 1947.
Midori no hi Día de la Naturaleza	4 de mayo	La celebración de las plantas y el mundo natural.
Kodomo no hi Día de los Niños	5 de mayo	Esta celebración tiene lugar el mismo día que el tradicional festival tango no sekku, en el que los padres daban las gracias por el saludable crecimiento de sus hijos. Una fiesta que celebran tanto los niños como las niñas.
Umi no hi Día del Mar	el tercer lunes de julio	En Japón, una nación insular, es un día para mostrar admiración por los mares y océanos.
Yama no hi Día de la Montaña	11 de agosto a partir de 2016	Un nuevo día festivo en el que se celebra la orografía de Japón.
Keirō no hi Día del Respeto por	tercer lunes de septiembre	Un día en reconocimiento de las personas de la tercera edad en Japón.

los Mayores		
Shūbun no hi Día del Equinoccio de Otoño	22 o 23 de septiembre	Establecido como un día para honrar a los ancestros y recordar a los fallecidos.
Taiiku no hi Día de la Salud y el Deporte	segundo lunes de octubre	Muchas escuelas celebran eventos deportivos en esta fecha o en días cercanos.
Bunka no hi Día de la Cultura	3 de noviembre	Este día, en el que se trata de promover actividades culturales, reemplazó una festividad nacional anterior que conmemoraba el nacimiento del Emperador Meiji.
Kinrō kansha no hi Día de Agradecimiento al Trabajo	23 de noviembre	Un día para honrar a los trabajadores del país.
Tennō Tanjōbi Cumpleaños del Emperador	23 de diciembre	La celebración del cumpleaños del Emperador Akihito.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos consultados en <http://www.nippon.com/es/features/h10016/>

4.3. Normas y Actitudes.

Entre las principales actitudes y normas de comportamiento de los japoneses figuran las siguientes:

- El saludo en Japón consiste en inclinarse ligeramente desde la cintura, el tronco y cabeza van juntos en línea recta. Hay que inclinarse un poco más con una persona de mayor jerarquía como un anciano o persona mayor. Se debe tener cuidado de no hacer un movimiento exagerado con inclinarte un momento a 15, 25 o 45 es suficiente. En el caso de los hombres las manos van a los costados; en el de las mujeres, estas van unidas sobre la falda.
- Según la costumbre japonesa, es de mala educación ir comiendo o tomando algo mientras caminas por la calle o en algún lugar público. En los restaurantes se da una toalla pequeña para limpiarse las manos antes de comenzar a comer. También antes de empezar se agradece la comida diciendo itadakimasu y al terminar gochisosama, pero no a quien sirvió la comida sino que se trata de algo similar a bendecir la mesa.
- El invitado jamás debe tomar los alimentos por si solo sino que debe esperar que el anfitrión le sirva todo. se debe estar atento cuando se le termina la comida o la bebida a un compañero, para que se le sirva más. El invitado a comer a una casa, no debe ayudar a levantar la mesa, pues es de mala educación.
- Tampoco es costumbre dejar propina ni en los restaurantes ni en ningún lado, con esto se comete una especie de ofensa, frente a quien ha prestado un servicio.
- Una de las tradiciones más conocidas es la ceremonia del té siempre se hace en una habitación apacible, por lo que el comportamiento debe ser igual. La posición para sentarse es en una postura típica japonesa llamada seiza, similar a estar en cuclillas con las rodillas apoyadas en el suelo. Cuando sirven el jarrón de té se debe girar 180 grados en sentido horario y recién entonces beber un poco. Luego se vuelve a girarlo de igual forma y se pasa a la persona de al lado.

4.4. Medios de comunicación.

La televisión se considera como la principal forma de entretenimiento e información de la población japonesa. La programación de televisión es bastante variada, sobre todo con anime, deportes, dramas, juegos y noticias entre otros. Sin embargo este no es el único Medio de comunicación además de la televisión existen varias cadenas de radio así como periódicos y revistas que a continuación se detallan:

Tabla N° 30

Medios de comunicación Japoneses.

Tipo de medio	Detalle
Cadenas de Televisión.	<ul style="list-style-type: none"> • NHK • Nippon News Network (NNN). • Japan News Network (JNN). • Fuji News Network (FNN). • All-Nippon News Network (ANN). • TV Tokyo Network(TXN).
	Servicio de cable
	<ul style="list-style-type: none"> • Jiji Press. • Kyodo News.
Cadenas de Radio	En AM
	<ul style="list-style-type: none"> • NHK Radio. • Japan Radio Network (JRN). • National Radio Network (NRN). • Radio Nikkei la cual es una estación de banda corta independiente que transmite a todo el país en dos canales.
	En FM
<ul style="list-style-type: none"> • NHK-FM. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Japan FM Network (JFN). • Japan FM League. • MegaNet.
<p>Revistas</p>	<p>Semanales</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Aera. • Friday. • Josei Jishin (Para mujeres). • Nikkei Business (Sobre economía). • Shuukan Asahi (Liberal). • Shuukan Economist (Sobre economía). • Shuukan Kinyoubi (Fuertemente liberal). • Shuukan Bunshun (Conservadora). • Shuukan Diamond Sobre economía. • Shuukan Gendai. • Shuukan Josei (Para mujeres). • Shuukan Post. • Shuukan Shinchou (Conservadora). • Shuukan Toyo Keizai (Sobre economía). • Spa! • Sunday Mainichi (Liberal). • Yomiuri Weekly.
	<p>Mensuales.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Bungei Shunjuu (Conservadora). • Chuuou Kouron Afiliado al (Conservadora). • Gendai (De centro). • Ronza (Liberal) • Seiron. • Sekai. • Shokun! • Ushio. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Pumpkin. • Dai San Bunmei. • Todai. • Graph SGI. • Asahi Shimbun. • Mainichi Shimbun. • Nikkei Shimbun. • Sankei Shimbun.
--	--

Fuente: elaboración propia adaptado con datos consultados en: https://es.wikipedia.org/wiki/Medios_de_comunicaci%C3%B3n_de_Jap%C3%B3n

4.5. Cultura empresarial.

La cultura japonesa presenta algunas características sociales únicas, tanto en el ámbito empresarial como en la vida cotidiana. Respecto al primero, a continuación se enuncian determinados aspectos o características que conviene tener en cuenta a la hora de hacer negocios en Japón:

- El contacto físico es poco frecuente; no obstante, en el saludo a negociadores extranjeros es habitual que los japoneses recurran al apretón de manos y, si se produce en un marco formal, realizan una reverencia cuyo nivel de inclinación es indicativo del estatus del interlocutor.
- Además de utilizar el inglés, resulta oportuno emplear alguna palabra en japonés a la hora de saludar.
- La entrega de tarjetas de visita al inicio de una reunión es esencial y debe de realizarse con las dos manos, al igual que cuando se recibe. En las primeras reuniones también es habitual la entrega de regalos de empresa, siendo importante cuidar su forma de presentación y de entrega.

- Los japoneses son extremadamente cordiales, y cuando están escuchando a su interlocutor asienten al mismo tiempo, lo que no ha de interpretarse necesariamente como una postura favorable o una señal de acuerdo respecto a los términos de la negociación o la propuesta de negocio que se está presentando.
- Mientras que para los occidentales disculparse puede ser una señal de debilidad, para los orientales es de cortesía hacerlo y agradecer de forma continuada.
- La lentitud a la hora de tomar decisiones de los japoneses es una característica propia de su cultura. Meditar a fondo, observar las virtudes y defectos, analizar el producto y evaluar su calidad y prestaciones, son aspectos que requieren tiempo.
- Asimismo, el espíritu de grupo se encuentra muy arraigado, así es que en los negocios actúan en grupo y deciden en conjunto. También por conceder más importancia al colectivo que al individuo, en las reuniones es aconsejable evitar hacer alusiones continuadas a uno mismo y a interpretaciones particulares.

5. Tecnología.

Japón ha conseguido un extraordinario crecimiento industrial desde la Segunda Guerra Mundial, desarrollando nuevas tecnologías que atraen la curiosidad y admiración de personas de todos los lugares.

Se ha convertido en la cuna de las exhibiciones de tecnología avanzada que se aplica a campos tan diversos como la salud, el deporte, el mantenimiento, el entretenimiento, incluso la comunicación con los animales y muchos más.

La robótica está muy desarrollada, siendo realmente pioneros en ese sentido desarrollando robots adaptados para dar servicios domésticos a los humanos, así como otro tipo de servicios. Los japoneses trabajan en una carrera acelerada para que en el año 2020 los robots humanoides convivan con las personas y les ayuden en las tareas diarias.

El hecho de tener una población de avanzada edad con una alta tasa de personas mayores que necesitan de ayuda para tomar medicinas, hacer compras básicas, que hacer labores domésticos, etc., hacen que la robótica tenga un lugar preponderante.

C. Análisis de Mercado.

1. Demanda de fruta deshidratada en Japón.

El escaso suelo cultivable de Japón limita la producción agrícola de este país, lo cual lo obliga a cubrir su demanda, por medio de importaciones provenientes de todo el mundo.

Además, los cambios en los estilos de vida de la población, como la incorporación de la mujer al trabajo fuera del hogar, ha dado lugar a la preferencia de alimentos más fáciles de consumir y a esto se le añade el cambio en los hábitos de consumo, lo que hace que la demanda sea más grande en productos con menor contenido de carbohidratos y grasas saturadas, a la vez que mayor cantidad de fibras, vitaminas, antioxidantes y otros elementos que se relacionan con una alimentación saludable.

Japón es considerado uno de los principales importadores de frutas y hortalizas procesadas, junto con la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá. Según un estudio realizado por el Centro de Exportaciones e Inversiones de Nicaragua determinó lo siguiente:

“Entre las frutas más consumidas por la población nipona en orden de importancia están: los bananos, manzanas, mandarinas, fresas, toronjas, naranjas kiwis y piñas y entre las frutas más importadas destacan además de bananos y piñas, los mangos, sandías, melones y papayas, tanto frescas como congeladas y deshidratadas”.²⁹

²⁹ Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua y Agencia de Cooperación Internacional del Japón, Oficina Nicaragua (2013). Estudio de Mercado de Japón para Frutas Procesadas Nicaragüense. Nicaragua: [sd].

A continuación se presenta una tabla que contiene algunas de las frutas tropicales deshidratadas más importadas por Japón:

Tabla 31.

Fruta tropicales deshidratadas importadas por Japón. (En miles de dólares).

Código arancelario	Tipo de fruta deshidratada	Valor importado 2010	Valor importado 2011	Valor importado 2012	Valor importado 2013	Valor importado 2014
080430090	Piñas	79	126	225	249	336
	Tasa de crecimiento		59,49%	78,57%	10,67%	34,94%
080450090	Guayabas, mangos y mangostanes	235	387	445	453	690
	Tasa de crecimiento		64,68%	14,99%	1,80%	52,32%
080300200	bananos incluyendo plátanos	962	1.480	986	709	890
	Tasa de crecimiento		53,85%	-33,38%	-28,09%	25,53%

Fuente: elaboración Propia adaptado con datos de Trademap 2015.

2. Principales competidores.

Japón es uno de los principales importadores de fruta deshidratada a nivel mundial. Del continente asiático sus mayores proveedores son: Tailandia, Filipinas y China mientras que en el continente Americano, sobresalen como proveedores para ese mercado: México Costa Rica y Ecuador.

A continuación se presentan los principales proveedores de fruta deshidratada para Japón:

Tabla N° 32.

Importación de frutas procesadas en Japón durante el periodo 2012-2015.

País de origen	Valores importados en miles de dólares.			
	2012	2013	2014	2015
Bananos deshidratados				
Mundo	986	709	890	508
Ecuador	472	383	381	-
Tailandia	458	261	286	224
Filipinas	36	29	38	64
Piña deshidratada				
Mundo	126	225	249	336
Sri Lanka	74	61	76	24
Costa Rica	52	26	58	104
Tailandia	23	64	75	-
Guayabas y mangos deshidratados.				
Mundo	445	453	690	551
China	183	191	102	39
Filipinas	92	0	33	146
México	56	101	109	134
Papaya deshidratada				
Mundo	64	91	94	68
Tailandia	59	85	60	42
Nueva Zelanda	5	3	7	11
Alemania	0	0	7	11

Fuente: elaboración Propia adaptado con datos de Trademap 2015.

3. Productos sustitutos.

La fruta deshidratada se encuentra categorizada dentro de los productos snacks, que se refieren a todos los alimentos elaborados con el objetivo de satisfacer el hambre temporalmente, proporcionar una mínima cantidad de energía para el cuerpo, o simplemente por placer.

El principal producto que compite con los snack de fruta deshidratada son los snacks de patatas, pero además de estos también son productos sustitutos las barritas de cereal energéticas, snacks de maíz, entremeses, canapés, trigo y snack de otros granos, snacks de carne, la fruta fresca, vegetales crudos, nueces, semillas, yogurt, quesos, cereal, chocolate, helado y galletas.

4. Mercado Potencial.

4.1 Selección del mercado.

El mercado seleccionado para la elaboración del presente plan de exportación es Japón, principalmente por ser uno de los mayores importadores de fruta deshidratada a nivel mundial, ya que al carecer de suelo cultivable debe recurrir a la importación proveniente de diversas partes del mundo, para abastecerse de productos que requieran de este recurso.

Los japoneses siempre están buscando incluir en su dieta otras variedades de frutas que no son producidas en su país, pues muestran gran interés por las cosas del exterior; el gran ánimo de conocer y adquirir cosas del exterior ha sido heredado generación tras generación a lo largo de su milenaria historia.

Los productos extranjeros han tenido siempre buena acogida en Japón; por lo que se ha convertido en uno de los más competitivos del mundo, donde se llevan a cabo las campañas promocionales y avisos comerciales en forma más sofisticada y competitiva.

Cada uno de los consumidores japoneses, es muchas veces, un crítico sin proclamarse; por eso es que mira y observa los detalles de los productos que va a comprar; analiza la forma, el tamaño, el color, el perfume, el diseño y desde luego, la calidad y el precio; además le gusta analizar hasta los pequeños detalles, a veces hasta las cosas más insignificantes; pues siempre le gustan las cosas novedosas.

En el caso de los comestibles, se preocupa sobre todo de la frescura, de la forma, del tamaño, uniformidad, del color, del perfume, del sabor y la forma de presentación o preparación, a veces el precio es un factor secundario, e incluso, prefieren las cosas más caras.

En Japón existen diferentes tipos de tiendas en donde se expenden distintas especies y variedades de frutas, entre estas tiendas destacan las mini tiendas; en ellas las frutas son muy bien presentadas y protegidas para evitar el daño de manipuleo.

Algo importante de destacar en el aspecto de presentación, es el hecho que los japoneses comen con los ojos y la boca, por ello los alimentos deben ser muy bien presentados. Otro aspecto importante es que exige que se indique las formas de consumo del producto.

Además, en muchos casos se indican antecedentes como: contenido de vitaminas, calorías, etc. Todos estos antecedentes agradan y son muy importantes indicárselos al consumidor japonés.

4.2. Mercado meta.

El mercado meta está constituido por cadenas de supermercados establecidas en Japón que venden a consumidores finales con un alto compromiso con su salud en materia nutricional, interesados en lo natural y en productos que no contengan aditivos.

4.3. Segmentación de mercado.

Para definir con mayor detalle el mercado meta al cual se desea llegar se realiza una segmentación de mercado con base a factores geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales como se presenta a continuación:

Tabla N°33

Segmentación del mercado meta.

Tipo de segmentación	
Geográfica:	El mercado objetivo es Japón Situado al nordeste de Asia, con una población de 127 millones de habitantes y una densidad de 336 habitantes por Km ² .
Demográfica:	Cadenas de supermercado establecidas en Japón reconocidas por gran parte de la población japonesa, que perciban altos ingresos y que posean un alto poder adquisitivo en las negociaciones.
Psicográfica:	Cadenas de supermercados conscientes de la preocupación de sus clientes por su salud que se interesan en consumir productos naturales libres de aditivos.
Conductual:	Segmento que compre directamente a pequeños productores de fruta deshidratada, que busquen beneficios a través de brindar un alto nivel de servicio y por ofrecer productos con altos estándares de calidad.

Fuente: elaborado por equipo de investigación.

D. Producto.

La conservación de alimentos por deshidratado, sin duda alguna es uno de los procedimientos más antiguos usados por el hombre, de todos los métodos para preservar alimentos, el deshidratado es el más simple y natural, ya que basta con cortar la fruta en pequeñas piezas y deshidratarla.

1. La fruta deshidratada.

Las frutas secas o deshidratadas son aquellas que se han sometido a una desecación para conservarlas comestibles por un largo período de tiempo; es decir, son frutas normales que por medio de un proceso industrial o un método casero de desecación, se mantienen secas y consumibles por muchos meses.

Este proceso reduce su contenido de humedad hasta llegar a un 20% del cuerpo de la misma. El secado de frutas se realiza con dos finalidades:

- a) Aumentar las posibilidades de preservación de las frutas y;
- b) Reforzar el sabor de las frutas sometidas a este proceso

1.1. Principales características de las frutas deshidratadas.

- **Son 100% naturales.** Presentan el color, olor y sabor, propios de la fruta fresca.
- **Las frutas secas contienen la misma composición que las frutas frescas.**
- **Aportan Energía vital a nuestro cuerpo** Una ración de fruta deshidratada (25-50 gr.) aporta a nuestro organismo unas 50-70 calorías, debido a la alta concentración de azúcares (40-65 gr. por cada 100 gr.).
- **Contienen un alto contenido de fibra.** lo cual las convierte en un excelente alimento para revertir o prevenir el estreñimiento y favorecer el funcionamiento intestinal.
- **Son productos alimentarios muy recomendables para compensar parte de la energía que consumimos en nuestro quehacer diario.** especialmente si se habla de los niños, las lactantes, las embarazadas, los estudiantes y para las personas que practican alguna actividad deportiva.

- **Ofrecen una completa dosis de micronutrientes.** Contienen: Potasio, Calcio, Hierro, Magnesio, Provitaminas A y E, y Vitaminas B1, B2 y B3.
- **Son saciantes.** La sensación de saciedad que dan las frutas deshidratadas se debe en gran medida a su contenido alto en fibra, aunque la proporción varía sustancialmente entre unas y otras.
- **Son eficaces laxantes.** Las frutas deshidratadas contienen de promedio 12 gr. de fibra por cada 100 gr. de producto, es decir, un 600% más que las frutas frescas que normalmente ingerimos.
- **Ayudan a prevenir la anemia.** Las personas que padecen algún grado de anemia, es decir, bajos niveles de hierro en sangre, se les recomienda la ingesta de frutas deshidratadas.
- **Son excelentes antioxidantes.** Algunas frutas deshidratadas, básicamente las de color oscuro como son las Ciruelas, Arándanos, Cerezas, Uvas, etc son muy ricas en polifenoles y carotenoides que son compuestos vegetales antioxidantes.
- **Son aptas para diabéticos.** Las frutas deshidratadas tienen una alta concentración de azúcares simples, por lo que no inducen a un rápido aumento de la concentración de azúcar en la sangre, muy probablemente debido a su alto contenido de fibra, fructosa y sorbitol.

2. Calidad.

El control de calidad de exportación y la inspección de frutas procesadas están dirigidos a asegurar que el producto final haya sido procesado en un establecimiento registrado para exportar que ha sido construido, equipado y operado de un modo eficiente, que cumpla con los requisitos de las normas de exportación para frutas y aquellos del país importador, con respecto a tales cosas como grados de calidad, defectos, ingredientes, materiales de embalaje, estilos, aditivos, preservantes, contaminantes, llenado del contenedor, peso seco, y que también cumpla con los requisitos del etiquetado.

2.1. Control de Calidad.

La inspección de materias primas para el procesamiento de frutas debe ser llevada a cabo desde el comienzo del proceso para asegurar que solo buena fruta con la suficiente madurez sea usada en el proceso. Las pruebas de muestras de materia prima deben ser hechas con la frecuencia que el inspector asignado crea que es necesario.

El inspector debe asegurarse que las prácticas adecuadas de higiene sean cumplidas durante el procesamiento del producto, en especial con el lavado de pesticidas y otros compuestos químicos.

Pueden realizarse los análisis de laboratorio necesarios para asegurar que el nivel de residuos en el producto final no exceda la norma del país importador. También debe asegurarse que el etiquetado cumpla con el contenido y con las regulaciones y requisitos del país importador.

Todo establecimiento que está registrado para exportar debe tener su propio laboratorio de calidad suficientemente equipado y con personal idóneo para el examen físico, químico y microbiológico del producto. Los inspectores deben tener acceso a las facilidades del laboratorio y a los archivos de control de calidad cuando lo requiera. El examen independiente de productos debe ser hecho por una agencia responsable de exportación sobre la base del desarrollo de un plan de muestreo.

Para el caso de El Salvador este análisis es llevado a cabo por inspecciones realizadas a través del Ministerio de Salud, el cual al final del proceso emite un certificado sanitario que denota que la inspección ha sido aprobada.

3. Etiquetado.

El importador espera que el etiquetado del producto contenga una descripción cierta de lo que está adquiriendo. Las etiquetas deberán contener:

- Una declaración de la identidad y una descripción correcta del producto que sea imposible de ser engañosa.
- Una declaración del contenido neto (peso y cantidad de piezas).
- El nombre y la dirección del fabricante, packing, distribuidor o consignador.
- Una lista de ingredientes (en orden descendiente en cuanto a volumen o peso).
- Adicionalmente, las etiquetas deben incluir, entre otras cosas, el país de origen, la fecha de producción o empaque, la fecha de expiración las calidades nutritivas y valores del producto, las instrucciones de almacenamiento, el grado de calidad e instrucciones para preparar el alimento (si fuese necesario).

4. Presentación del producto.

La presentación del producto es uno de los elementos más importantes debido a que no consiste solamente en su imagen, si no es el elemento que lo diferenciara de sus competidores y en algunos casos establecerá el posicionamiento del producto.

Las presentaciones de fruta deshidratada existentes en El Salvador son diferentes no se limitan a una sola presentación sino que son variadas tanto para el mercado local como los que son destinados a su exportación (ver anexo 5).

5. Ficha producto.

Este documento contiene la descripción de las características de un producto de manera detallada. Los contenidos varían dependiendo del producto, servicio o entidad descrita, pero en general suele contener datos como el nombre, características, composición o elaboración, y especificaciones técnicas. (Ver Anexo 6).

E. Condiciones de acceso al mercado.

1. Clasificación arancelaria.

Conforme al Sistema Armonizado de Designación y codificación de mercancías (SA) las frutas deshidratadas se clasifican dentro de la sección II: Productos del Reino Vegetal. Capítulo 08: Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías. A continuación se presenta con mayor detalle la clasificación de algunas frutas deshidratadas destinadas para su exportación:

Tabla N° 34.

Código arancelario de frutas deshidratadas según el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías.

Partida N°	Código del SA	Descripción.
0803	080300	Bananas o plátanos, frescos o secos.
0804	080430	Piñas (ananás)
0804	080450	Guayabas, mangos y mangostanes.
0813	081340	Las demás frutas u otros frutos.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SA).

2. Regulaciones arancelarias y no arancelarias.

2.1 Regulaciones arancelarias.

En general, las mercaderías que llegan a Japón sean comerciales o muestras deberán cumplir con los trámites aduaneros que exige ese país, aplicándose los impuestos sobre el valor CIF declarado.

2.1.1. Sistema generalizado de preferencias (SGP).

El Salvador, se beneficia del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), a través de los derechos sujetos a las tarifas arancelarias de Japón, según la codificación del producto, y mediante el que se gozan de preferencias arancelarias otorgadas unilateralmente por Japón para aproximadamente 226 productos agrícolas, pesqueros y productos manufacturados.

Para aplicar a estas tarifas preferenciales es preciso demostrar a través de un Certificado de Origen, que el producto es de El Salvador. Por otra parte, para productos no incluidos en el SGP, Japón aplica a los productos salvadoreños trato de Nación Más Favorecida (NMF), válido para miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC), de la que ambos países forman parte. De acuerdo a lo anterior, los aranceles de importación aplicables a frutas Deshidratadas, son:

Tabla N°35

Aranceles aplicados por Japón a frutas deshidratadas procedentes de El Salvador.

Código arancelario específico de Japón	Descripción	Arancel Preferencial (SGP)	Arancel General (NMF)
080310200	Bananos deshidratados	0%	-
080430090	Piñas deshidratadas	-	7.2%
080450090	Mangos deshidratados	0%	-
081340021	Papayas deshidratadas.	3.8%	-

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de Japan's tariff Schedule 2015.

2.2. Regulaciones no arancelarias.

Japón es considerado como uno de los mercados más exigentes en cuanto a la normatividad para garantizar las certificaciones, estándares e inocuidad de los productos que importa, cuenta con diferentes organismos e instancias que regulan, supervisan y ejecutan su cumplimiento, los cuales se reflejan en tabla N° 36:

Tabla N° 36

Organismos que regulan las certificaciones, estándares e inocuidad en Japón.

Organismo	Funciones
Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias forestales.	Está comprometido con la administración de los asuntos relacionados con la agricultura, la silvicultura y los productos pesqueros, abarcando la producción e importación de estos productos e incluso su consumo.
Ministerio de Labor, Salud y Bienestar.	Se encarga del desarrollo de políticas que brinden seguridad y actividad a la vida diaria de las personas.
Comisión para la Inocuidad Alimentaria.	Organización que lleva a cabo la evaluación de los alimentos consumidos en territorio japonés, y es independiente de las organizaciones de gestión de riesgos, como el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca, y el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar Social.

Fuente: Ministerio de Comercio y Turismo de Perú (2010).

Los requisitos no arancelarios para exportación de frutas deshidratadas a Japón son diversos, entre los cuales están:

2.2.1. Certificado Sanitario.

El Certificado Sanitario es un requisito tanto en el país de origen como en el país de destino. En El Salvador es obligatorio para dar cumplimiento al Art. 95 del Código de Salud, el cual establece que: El Ministerio llevará un registro de alimentos y bebidas, en consecuencia se prohíbe la importación, exportación, comercio, fabricación, elaboración, almacenamiento, transporte, venta o cualquiera otra operación de suministros al público, de alimentos o bebidas empacadas o envasadas cuya inscripción en dicho registro no se hubiere efectuado. Y en Japón dicho certificado es solicitado por la Ley de Sanidad de

Alimentos, que garantiza la sanidad de los alimentos importados, y de todos los productos relacionados.

Los requisitos e información requerida para iniciar el trámite de Registro Sanitario y que deben cumplir las empresas deshidratadoras de fruta, son:

a) Solicitud para Registro y/o Renovación de Alimentos y Bebidas Nacionales:

Presentar el Formulario de Solicitud para Registro Sanitario y/o Renovación de Alimentos y Bebidas Nacionales completamente lleno.

b) Fotocopias de NIT de la Empresa y del NIT del Representante Legal de la

Empresa: Presentar únicamente para verificación de datos, fotocopias de: NIT de la Empresa y NIT del Representante Legal.

c) Lista de ingredientes del producto:

- La lista de ingredientes debe presentarse debidamente firmado por el responsable de la formulación del producto en orden decreciente, según la declaración de ingredientes en etiqueta.
- Se debe presentar original y copia de lista de ingredientes, la original se incorporará en el expediente y la copia se utilizará para la remisión de muestras al laboratorio.

d) Etiqueta:

- Debe presentar etiqueta para verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la Norma Salvadoreña Obligatoria: Norma General para el Etiquetado de los Alimentos Pre-ensados NSO 67.10.01:03, la cual puede ser adquirida en el CONACYT, teléfono 2226-2800 ó info@.conacyt.gob.sv.
- En aquellos casos que la etiqueta original no se encuentre en idioma castellano, debe de anexarse etiqueta complementaria, la cual debe incluir: nombre del producto, listado de ingredientes, nombre del fabricante y distribuidor, número de registro sanitario y fecha de vencimiento, en caso necesario instrucciones de uso.

- Cuando el producto se comercialice en varias presentaciones deberá presentar una etiqueta por cada presentación.

e) Licencia de funcionamiento:

- Debe presentar copia de licencia de instalación y funcionamiento del establecimiento donde elabora el o los productos, la cual debe estar extendida por la Unidad de Salud más cercana al establecimiento;
- A cada expediente debe anexar copia del permiso antes relacionado y presentar el original para efectos de cotejar con la copia.

f) Muestra de productos:

- Debe presentar muestras debidamente etiquetadas de cada producto de la siguiente Manera: Tres muestras de alimentos sólidos como mínimo de 200 gramos cada una.

Información adicional:

- a) Costo total del servicio: \$35 dólares más gastos de laboratorio (los gastos de laboratorio dependerán del laboratorio en el que el empresario decida realizar las pruebas).
- b) Tiempo de respuesta: 40 días.
- c) Para cada producto se presentará una solicitud con sus respectivos anexos.

En Japón La ley de Sanidad de Alimentos, garantiza la sanidad de alimentos importados y de productos relacionados, esta ley obliga a los importadores a presentar una notificación previa de importación, la cual deberá ser presentada al Ministerio de Labor, Salud y Bienestar en cada ocasión que se quiera importar.

Dicha ley ordena que productos que no cuenten con dicha notificación, no podrán ser usados posteriormente para la venta. Para realizar este proceso, primeramente se debe completar un Formulario para la importación de alimentos, este deberá ser enviado a una

Estación de Cuarentena del Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar Social, en la cual los inspectores de sanidad de alimentos lo examinarán junto con los demás documentos para verificar el cumplimiento de la ley.

Es de tener en cuenta que la importación de algunos alimentos obliga a contar con certificados sanitarios y fitosanitarios, para el caso de frutas deshidratadas solamente se necesita certificado sanitario.

La presentación de esta notificación debe ser antes de concluir los procedimientos de despacho aduanero. En caso que una carga se llegara a presentar sin notificación de importación, no podrá ser de ninguna manera utilizada posteriormente para fines comerciales o profesionales.

2.2.2 Aditivos alimentarios.

La Ley de Sanidad Alimentaria define en su primer capítulo a los aditivos como sustancias utilizadas en el proceso de fabricación de alimentos o con fines de transformación o conservación de alimentos. Se incluyen, en consecuencia, aquellas sustancias que permanecen en los productos alimenticios terminados, como colorantes y preservantes. Esta normativa es muy estricta y en muchos casos supone una barrera no arancelaria importante para las exportaciones e importaciones, sin embargo, las frutas deshidratadas están libres de cualquier aditivo químico.

Existe una lista de 345 aditivos designados, que han sido aprobados por el Ministerio de Labor, Salud y Bienestar, en virtud del artículo 10 de la Ley de Sanidad Alimentaria, sin embargo el ministerio está evaluando determinados aditivos alimentarios con la intención de autorizarlos. Los aditivos alimentarios aprobados son aquellos que cumplen con alguna de las normas siguientes:

- a) Aquellos que han pasado por evaluaciones de seguridad se han terminado por el JECFA (Comité Mixto FAO / OMS de Expertos en Aditivos Alimentarios) y cuya seguridad ha sido confirmada en un cierto nivel.

- b) Aquellos que se utilizan ampliamente en EEUU y países de la UE y cuya necesidad se considera alta.

Las sustancias han sido admitidas internacionalmente como seguras y muy utilizadas en el mundo, no obstante, Japón considera que estos aditivos deben ser sometidos a regulaciones estrictas, por lo que se encuentran reguladas por especificaciones o normas. Estas normas, junto con las de etiquetado y de almacenamiento, están publicadas en una recopilación oficial de aditivos alimentarios, titulada: Especificaciones y normas de uso de los aditivos alimentarios en Japón.

2.2.3 Niveles máximos permitidos de productos químicos y contaminantes.

El Ministerio de Labor, Salud y Bienestar, a través del Departamento de Inocuidad Alimentaria, introdujo en el 2006 un sistema de lista positiva de residuos químicos agrícolas que quedan en los alimentos. Los residuos químicos agrícolas incluyen los pesticidas, aditivos para alimentos y medicamentos veterinarios. Se establece lo siguiente:

- a) Un cierto límite que no debería plantear efectos adversos para la salud, en lo sucesivo denominado *el límite uniforme*.
- b) Designar las sustancias que no acarrearán efectos adversos para la salud, en lo sucesivo como *sustancias prohibidas*.
- c) Niveles máximos de sustancias químicas que pueden permanecer en los alimentos con el fin de proteger la salud pública y una correcta aplicación del sistema de lista positiva.

Para determinar los Límites Máximos de Residuos (LMR), la Fundación para la Investigación de Productos Químicos en los Alimentos de Japón brinda una lista completa de los residuos químicos que están actualmente permitidos clasificándolos de acuerdo con los siguientes tipos de alimentos en los que pueden estar contenidos en: cultivos, animales incluidos los peces, alimentos procesados y aguas minerales.

2.2.4. Certificación JAS.

Todos los alimentos, bebidas no alcohólicas y productos forestales provenientes de territorios extranjeros deben contar con una certificación JAS para poder ingresar a territorio japonés, esta certificación también aplica para las frutas deshidratadas.

Dicha certificación garantiza el cumplimiento de los estándares de calidad y de procesos de producción japonés, la cual ha sido creada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias Forestales (MAFF) de ese país, el mismo que norma su cumplimiento.

Es exigida a todos los productos, no importando incluso que cuenten con certificados de otros países, y asegura al consumidor japonés la calidad de los mismos, ayudándolo de esta manera a hacer su elección. La certificación JAS puede agruparse de la siguiente manera:

- a) Certificación JAS General, que garantiza la calidad del producto, refiriéndose a su contenido, composición o desempeño.

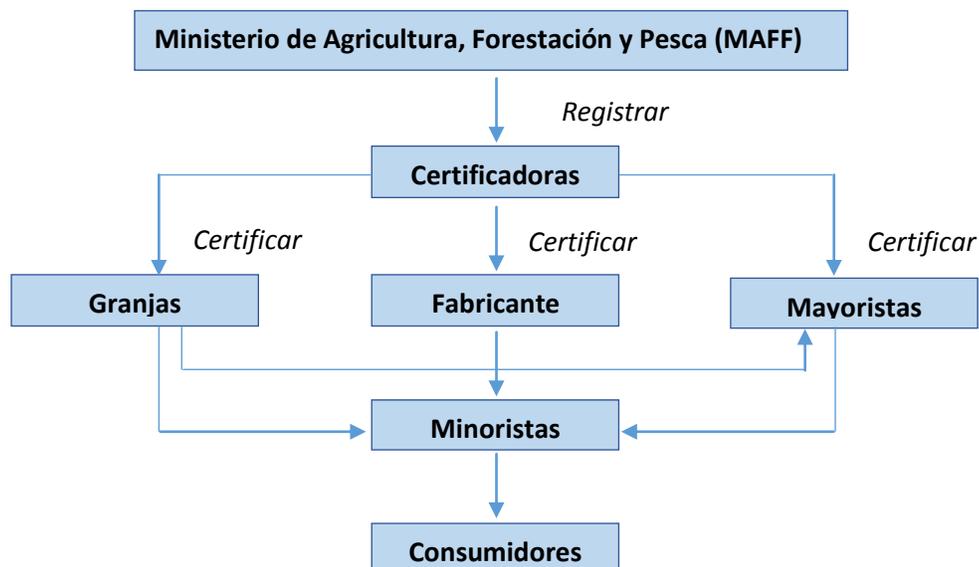


- b) Certificación JAS Específica, que norma los procedimientos de producción, tales como los de alimentos orgánicos o pollos desarrollados de manera natural.



Para obtenerla y poder adherir la marca JAS a sus empaques o etiquetas, las empresas deben ser calificadas, en sus países de origen, por una certificadora acreditada por el gobierno japonés, las cuales son conocidas como Organizaciones de Certificación Registradas (OCR). Véase figura 2.

Figura 2: Organizaciones de Certificación Registradas



Fuente: Organización de las naciones Unidas para la alimentación y la agricultura.

Los organismos de registro y certificación JAS pueden ser encontrados en la página del Ministerio de Agricultura, Pesca y Ciencias forestales: <http://www.maff.go.jp/e/index.html>; en donde se podrá encontrar información sobre las normativas de JAS.

La certificadora internacional de mayor tradición en El Salvador es OCIA Internacional, que ha certificado a diversidad de productores y procesadores en diferentes países, incluso todos los de América Central, otras certificadoras que en años recientes, han ganado importancia son: BCS Öko-Garantie GmbH, ambas autorizadas por el MAFF.

Los pasos para obtener la certificación JAS son los siguientes:

- a. Contactar a la agencia certificadora, por teléfono o por correo electrónico.
- b. La agencia envía una solicitud, la cual deberá ser completada en cada uno de los apartados, brindando información veraz y verídica.

- c. Enviar solicitud y cancelar parte del costo directamente en la agencia o con un depósito en el banco.
- d. Inspección JAS de Verificación de Campo.
- e. Análisis de la información, para proceder a la certificación.
- f. Cumplidos los requisitos se emite un certificado y sello.

La asistencia a un Seminario de Capacitación JAS es obligatoria para todas las partes certificadas por JAS. Además de asistir a este seminario, se requiere de los Solicitantes a JAS, lean y cumplan con los Estándares y Criterios Técnicos de JAS.

2.2.5 Etiquetado y envasado.

Japón exige que los productos importados cumplan con los requisitos regidos por la Ley de Sanidad Alimentaria, la Ley de normas agrícolas JAS y la Ley de Pesos y Medidas. La inserción de estas normas y estándares en las etiquetas de los productos tiene por objeto proporcionar una garantía de calidad y proteger al consumidor; debido a que las etiquetas deben mostrar con claridad la composición de los productos, proporcionando información necesaria para dar seguridad al momento de la compra.

Existen normas de etiquetado de la calidad aplicables a todas las categorías de bebidas y productos alimenticios elaborados (excepto el alcohol y los medicamentos). En la de los productos alimenticios elaborados debe indicarse el nombre, la lista de ingredientes, el contenido neto, la fecha de duración mínima o fecha de caducidad, instrucciones para el almacenamiento, el nombre y la dirección del fabricante y el país de origen (solamente en el caso de los productos importados). Los productos alimenticios que contengan aditivos deben imprimirse en una línea por separado.

Y para poder incluir el logo JAS en el etiquetado debe obtenerse dicha certificación. El logo JAS verde es para alimentos orgánicos. Si un producto cumple con los estándares, se le

otorga la certificación. Es de tomar en cuenta algunas consideraciones de etiquetado bajo la ley JAS, las cuales se detallan a continuación:

- a) Cada unidad de producto debe llevar el sello.
- b) Los productos a granel deben colocar el sello en la factura o anexo a la misma.
- c) No se puede modificar el tamaño del sello pero puede usarse cualquier color.
- d) No se reglamenta la posición donde debe colocarse el sello en el producto.
- e) La etiqueta debe incluir el nombre del producto, la cantidad, la condición orgánica, el nombre de la empresa o finca, el número de lote y el país de origen.
- f) El sello debe incluir el nombre de la agencia certificadora.

La etiqueta deberá imprimirse de manera que la tinta empleada en las letras contraste con el color de la propia etiqueta. El tamaño de la letra debe tener como mínimo 8 puntos y ser de tipo gótico. Asimismo, la etiqueta debe estar en japonés y debe ser precisa, comprensible y fácilmente visible sin abrir el envase. Sin embargo, los alimentos en envases con una superficie total inferior a 30 cm² pueden omitir el etiquetado.

El envasado de productos que ingresan a Japón, tienen que procurar el respeto al medio ambiente, evitando dilapidar recursos naturales y brindando facilidades para el reciclaje del envase. Puesto que el tema de reciclado es sumamente arraigado en Japón y normado por la Asociación Japonesa de Reciclaje de Envases y Embalajes, que está bajo la jurisdicción del Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI).

F. Fuentes de financiamiento.

Las empresas que deseen iniciar su proceso de exportación pueden optar por fuentes de financiamiento públicas o privadas, estas fuentes se detallan en tabla N° 37.

Tabla N° 37

Fuentes de financiamiento públicas y privadas.

Fuentes de financiamiento PÚBLICO.	
Institución	Misión
Banco de Desarrollo de El Salvador - BANDESAL	Promover el desarrollo competitivo de la economía y de la sociedad salvadoreña, ofreciendo directamente y a través de socios estratégicos, instrumentos financieros y apoyo técnico a los sectores productivos y otros actores económicos.
Fondo de Desarrollo Productivo - FONDEPRO	Fortalecer la competitividad de la MIPYME a través de cofinanciamiento no reembolsable, mediante un servicio eficiente y transparente.
Banco Hipotecario.	Somos el Banco de los Salvadoreños comprometido con los sectores productivos, especialmente con las PYMES, contribuyendo al crecimiento y desarrollo del país.
Banco de Fomento Agropecuario.	El Banco de Fomento Agropecuario, es un banco autónomo que promueve el desarrollo de todos los sectores de la economía, con énfasis en el desarrollo rural, a través de las presentaciones de servicios financieros en forma competitiva, diversificada, autónoma, auto sostenible, y rentable.
Fuentes de financiamiento PRIVADO	
Institución	Misión

Banco Agrícola, S.A.	Somos el principal aliado de nuestros clientes en la satisfacción de sus necesidades financieras, con productos innovadores y un elevado nivel de eficiencia y servicio, a través de un equipo comprometido, motivado y de alto desempeño. Generamos valor para nuestros clientes, colaboradores, accionistas y la comunidad.
Banco de América Central	Facilitar con excelencia el intercambio y financiamiento de bienes y servicios, a través de sistemas de pago y soluciones financieras innovadoras y rentables que contribuyan a generar riqueza, a crear empleo y a promover el crecimiento económico sostenible y solidario de los mercados donde operamos.
Citibank	Nos esforzamos por obtener los mejores resultados para nuestros clientes con soluciones financieras sencillas, innovadoras y responsables.
Davivienda	<p>Generar Valor para nuestros accionistas, clientes, colaboradores y terceros relacionados, apoyados en las siguientes destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento del Cliente - Manejo del Riesgo - Tecnología y Procesos - Innovación - Sinergia Empresarial - Conocimiento del Negocio

	- Manejo Emocional de las relaciones
Scotiabank	Ser los mejores en ayudar a los clientes a progresar en su situación financiera, proporcionando soluciones relevantes para satisfacer sus necesidades individuales.
Banco Promérica	Somos un grupo financiero regional e innovador, con alianzas estratégicas que provee soluciones integrales y excelencia en el servicio.
Banco Azul	Somos el banco de salvadoreños que, a través de servicios financieros y atención personalizada, impulsa los grandes comienzos y contribuye al desarrollo de nuestro país.

Fuente: elaboración propia adaptado con datos de cada uno de las Instituciones citadas en esta tabla [Páginas web]. Consultadas el 10 de octubre de 2015 y PROESA (2015).

Los bancos privados no poseen líneas especialmente diseñadas para atender la exportación, pero si atienden a las empresas en dicho tema, en sus líneas de financiamiento generales, ofreciendo los plazos y condiciones, de acuerdo al destino del financiamiento.

En general cualquier empresa que desee dar inicio a un proyecto de exportación, deberá elaborar un plan de negocio para poder aplicar a cualquier de las fuentes de financiamiento mencionadas anteriormente. El apoyo o no que brinden dichas instituciones dependerá de los requisitos específicos que cada una de ellas establezca.

G. Formas de pago internacional.

Existen diversas condiciones de pago y medios de pago utilizados en las transacciones internacionales, entre las cuales se deberá seleccionar la que más se adapte a la conveniencia de la empresa, esto también se basa en el grado de confianza que exista entre el exportador y el importador, en tabla N° 38, se explican cada una de ellas:

Tabla N° 38

Condiciones y medios de pago internacional.

Condiciones de pago: **Son las posibilidades que pueden ser brindadas para cancelar un producto, las cuales deben establecerse en el contrato.**

Al Contado El pago al contado varía de acuerdo al momento en que se realiza, que puede ser al confirmarse el pedido, al momento del embarque, al momento de negociar los documentos de embarque, o al momento de recibir la mercadería por parte del comprador.

En cuenta corriente Esta condición requiere que en ambos países, exportador e importador, existan regímenes comerciales cambiarios sin restricciones que dificulten la transacción.

En consignación Implica que el derecho de propiedad de la mercancía no se traspaşa hasta el momento de su venta en el extranjero. Es una modalidad usada en la venta de productos perecederos.

Al crédito La compraventa se paga en un plazo después del embarque. Las transacciones al crédito son frecuentes y requerirán de financiamiento de post-embarque.

Medios de Pago: **Es el conjunto de herramientas que sirven para realizar el pago de transacciones económicas entre los diferentes agentes económicos; indistintamente de las condiciones de pago pactadas ente las partes, los**

principales medios utilizados son:

Pago Anticipado Se da cuando el comprador envía el pago por transferencia u otra vía previamente a que se realice el embarque. El uso de esta modalidad es excepcional y sucede por ejemplo cuando el vendedor domina el mercado por ser el único proveedor del producto.

Pago Directo Este se constituye cuando el importador efectúa el pago directamente al exportador y/o utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad.

Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. En esta modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada a facilitar un giro bajo instrucciones del cliente.

Cobranzas Documentarias Estas se definen como el manejo por los bancos de documentos que pueden ser financieros o comerciales, según las instrucciones que reciban, con el fin de lograr el cobro y/o la aceptación de documentos financieros.

El exportador entrega sus documentos a un banco para que este, bajo las instrucciones recibidas, maneje y entregue los documentos al comprador previo pago y/o aceptación.

El crédito documentario o la carta de crédito. Ocupa el lugar de privilegio entre los medios de pago, debido a que mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes. Este documento constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco.

Fuente: Organismo promotor de exportaciones e inversiones en El Salvador (2015).

Antes de realizar una exportación, es importante tener referencias del cliente, para evitar cualquier tipo de problema con relación al pago, podría incluso solicitarse un reporte crediticio del cliente, además, dependiendo del valor de la compraventa, es importante elaborar un contrato para definir cada detalle de la negociación y del pago. En definitiva uno de los más seguros es el pago anticipado, pero será parte de la negociación lograr esta condición.

H. Logística y Transporte.

1. Logística de transporte.

Para el traslado de mercancías al mercado de Japón, se debe tomar en cuenta algunas consideraciones al momento de seleccionar el medio de transporte más conveniente en cada exportación.

- a) Protección de la mercancía: Es importante proteger muy bien la mercancía con el fin de que esta no se deteriore, y si esto sucede, exista la posibilidad de recobrar parte o su valor.
- Protección física: Conviene saber que todas las mercancías, incluyendo las frutas deshidratadas, necesitan una preparación para la manipulación y el transporte, la cual será mayor o menor en función del medio de transporte a utilizar. Específicamente, es el embalaje de las mercancías el que facilita su protección durante el transporte, así como su facilidad de manipulación e identificación. Por lo general, el medio de transporte elegido es el que determina el tipo de embalaje a usar, ya que los embalajes serán menores o mayores en función de si el transporte es marítimo, terrestre o aéreo.
- Protección jurídica económica: Viene dado por las múltiples regulaciones que afectan al transporte en sus diversos modos. El desarrollo ha sido muy variado a largo de los tiempos y ha venido cambiando, pese a mantener desde el origen muy claro el concepto de responsabilidad. De ello se ha derivado el contrato de seguro de las mercancías para el transporte en sus diversas modalidades.

b) Tipos de transporte: Desde el Salvador los tipos de transporte que pueden utilizarse y están disponibles son: el terrestre, el marítimo y el aéreo. Esta decisión debe tomarse teniendo en cuenta el tipo de mercancía que se estará transportando y la cercanía o lejanía del destino final, con base a esto deberá decirse si se utilizaran medios propios o se seleccionara a un proveedor de este servicio para iniciar la coordinación de movimientos de la mercancía. Para el caso de transportar fruta deshidratada a Japón, los medios más adecuados serían aéreo y marítimo, los cuales serán explicados más adelante.

Para escoger a una empresa que provea el servicio de manejo y transporte de mercancías se debe valorar el precio de cotización, la disponibilidad y la experiencia que tenga en el manejo de productos hacia ese u otro destino.

c) Seguro de mercancías: Aunque no es obligatoria la cobertura del seguro de transporte internacional de mercancías; hay que considerar que siempre es conveniente asegurar la mercancía por si sufriera daños durante su transporte, sobre todo, si se trata de gran cantidad de mercancía o si es de mucho valor.

d) La elección del medio de pago: Dependerá de la confianza entre comprador y vendedor, de la garantía del medio de pago, de la solvencia de las partes, de la situación de mercado, la inestabilidad político-económica, y la iniciativa para cancelar la deuda.

2. Tipo de transporte de mercancías.

2.1. Transporte Marítimo.

La principal ventaja del transporte marítimo es, en líneas generales, que es el único tipo de transporte que permite mover mercancías con grandes dimensiones y en grandes cantidades a bajo coste, ya que las limitaciones en los buques, no son tan acusadas como en el terrestre o el aéreo. Como contrapartida, es el más lento debido al desplazamiento por el agua, teniendo por tanto un mayor tiempo de transito las mercancías (Transit Time). Los

diferentes tipos de buques se adecuan a la tipología de las mercancías, bien sean mercancías en general, graneles o especiales.

En el transporte marítimo de contenedores la unidad de referencia es el TEU, que equivale a un contenedor de 20 pies. Los principales contenedores en el tráfico marítimo son de 20 pies (equivalente a 1 TEU) y de 40 pies (Equivalentes a 2 TEU). A su vez estos dos tipos base de contenedores pueden ser:

- a) Box/Dry: cerrado por todos los sitios y con una puerta de acceso. Este es el tipo más utilizado habitualmente.
- b) Open Top: cerrado con lona en el techo y el cual se puede cargar por su parte superior.
- c) Flat-Rack: este modelo solamente tiene suelo, y no tiene laterales, por lo cual la carga puede sobresalir por los costados.
- d) Reefer: para mercancías refrigeradas, pueden ser con equipo autónomo, o solamente isoterms con acople a bordo.
- e) Especiales: son aplicables en especial para cargas a granel líquidas, o sólidas, habitualmente son propiedad de los clientes, o se le alquilan en exclusiva, ya que se utilizan en tráficos muy especiales y determinados.

Los agentes que intervienen en el transporte marítimo, y que por lo tanto conviene nombrar, son:

- a) Armador o naviero: es la persona física o jurídica quien es titular del ejercicio de la navegación de un buque.
- b) Capitán: profesional debidamente titulado.

- c) Consignatario: persona contratada por el armador de un buque para que atienda a su buque en las operaciones que necesite en un puerto (prácticos, amarre, remolcadores, aprovisionamiento, carga y descarga, despachos de aduanas y sanidad, etc.).
- d) Estibador: persona que tiene por oficio cargar y descargar las mercancías de las embarcaciones y se ocupa de la adecuada distribución de los pesos.
- e) Fletador: persona que contrata la utilización de un buque, para cargas de gran entidad.
- f) Fletante: sinónimo de naviero

Los principales puertos de El Salvador son: Puerto Acajutla, en el departamento de Sonsonate y Puerto de La Unión, en el departamento de La Unión; teniendo en cuenta que la exportación es hacia Japón el puerto utilizado para el despacho del producto es Puerto Acajutla.

2.2. Transporte aéreo.

Las principales características de esta modalidad del transporte es la velocidad, pues es evidente que es el más rápido de todos los medios; la distancia, ya que con esta modalidad se pueden recorrer grandes distancias en corto plazo; la fiabilidad y regularidad, dado a que es de todos el que tiene una mayor exactitud en la entrega; el tamaño de la carga, pues está sujeto a las dimensiones y pesos máximos de los aviones; la fragilidad, debido a que permite transportar mercancías más frágiles; sin embargo tiene un alto coste.

La carga aérea, se mueve en los aviones normales de pasajeros, y en aviones dedicados en exclusiva a carga. Los aviones comerciales se clasifican en dos tipos principales, en función de la estructura de su fuselaje:

- a) Narrow Body (Fuselaje estrecho): son aviones de pasillo único, con un diámetro de fuselaje entre 3 y 4 metros de ancho.

- b) Wide Body (Fuselaje ancho): son aviones de doble pasillo, con un fuselaje entre 5 y 6 metros de ancho.

La carga en bodegas debido a la estructura del fuselaje, se efectúa mediante contenedores o pallets con dimensiones normalizadas, y los movimientos por las terminales aéreas se hace con material rodante, con plataformas elevadoras que permiten mover el material mediante caminos de rodillos, para facilitar los movimientos y la estiba interna dentro de las bodegas de carga del avión.

Los agentes que intervienen en el transporte aéreo, y que por lo tanto conviene nombrar, son:

- a) Compañía aérea: empresa dedicada a prestar servicios de transporte aéreo.
- b) Agente de carga aérea (Agente IATA): es un agente de carga aérea autorizado para actuar en nombre de las líneas aéreas adscritas a la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) cuya función es asesorar y organizar los transportes aéreos de sus clientes.
- c) Compañía de manipulación o *handling*: empresa especializada en las operaciones de recepción, carga y estiba de las mercancías en los aeropuertos.

En El Salvador hay dos aeropuertos que son: El Aeropuerto Internacional de El Salvador, más bien conocido por Aeropuerto de Comalapa, o como su nombre real lo pospone, Aeropuerto Monseñor Oscar Arnulfo, ubicado en el departamento de La Paz y El Aeropuerto de Ilopango que fue el primer aeropuerto internacional en El Salvador, ubicado en el departamento de San Salvador.

2.2.1 Embalajes en el transporte aéreo.

Son los recipientes y demás componentes o materiales necesarios idóneos a su función de contención. Los embalajes son importantes porque permiten proteger la carga y proveer la calidad de las mercancías; además de facilitar su traslado, manipuleo, almacenamiento, unitarización y estiba de las unidades de carga en los contenedores o paletas. Para los embalajes debe considerarse el tipo, la naturaleza y el valor de la carga.

Los principales materiales de embalaje utilizados en el transporte aéreo son:

- a) Naturales: madera y textiles de fibras naturales, los cuales requieren certificados de fumigaciones.
- b) Cartón de paja y corrugados (cartón fibra), muy utilizado en el transporte aéreo.
- c) Papel o materiales de cartón, solo o combinado.
- d) Metálicos.
- e) Sintéticos, plásticos empleado como recipiente (sacos, bolsas, tambores, contenedores) en película termoformable o extensible y como material de amortiguación.

Los embalajes más utilizados en el transporte de carga por vía aérea son:

- a) Embalaje combinado: Toda combinación de embalajes para fines de transporte, que consta de uno o más embalajes interiores en un embalaje exterior.
- b) Embalajes compuestos: Consta de un embalaje exterior y de un recipiente interior construido de modo tal que formen un embalaje integral.

3. Infraestructura portuaria y aeroportuaria de Japón.

Japón cuenta con una infraestructura portuaria compuesta por más de 150 puertos y sub puertos distribuidos a lo largo de su territorio. Entre los complejos portuarios más destacados se encuentran: Kobe, Osaka, Tokio, Yokohama y Nagoya, considerados como los principales puntos de acceso hacia el territorio Japonés.

La infraestructura aeroportuaria de Japón está compuesta por un total de 176 aeropuertos distribuidos a lo largo del territorio insular y garantizando facilidades de acceso aéreo a cualquier destino al interior del país. Por los que se ofrecen servicios internacionales desde el Aeropuerto Internacional de Fukuoka, Aeropuerto Internacional de Osaka, el Aeropuerto de Hiroshima, el Aeropuerto internacional de Kansai, el Aeropuerto Internacional de Tokio Narita Airport y el Aeropuerto Internacional Haneda, sin embargo, los complejos aéreos de Aeropuerto internacional de Kansai, Aeropuerto Internacional de Tokio Narita Airport y Aeropuerto internacional Haneda son los que concentran la mayor cantidad de tráfico.

I. Términos de Negociación Internacional (INCOTERMS).

Los términos internacionales de negociación constan de tres letras cada uno, en los cuales se reflejan las normas de aceptación voluntaria por ambas partes (comprador y vendedor), acerca de las condiciones de entrega de las mercancías o productos.

Se utilizan para aclarar los costos de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías. Estos términos estandarizados facilitan el comercio internacional al permitir que agentes de diversos países realicen una misma interpretación sobre las condiciones de entrega de las mercancías.

Desde 1936 la Comisión de derecho y práctica mercantil de la Cámara de Comercio Internacional (ILC ICC) se ha encargado de la elaboración y actualización de estos términos de acuerdo a los cambios que va experimentando el comercio internacional. Los

INCOTERMS 2010, son los que se encuentran vigentes (desde el 1 de enero de 2011), sin que ello signifique que los anteriores hayan dejado de poder usarse. De ahí, la necesidad de señalar el INCOTERMS y el año de la versión.

Debido a que los INCOTERMS son términos estándares utilizados a nivel internacional, es de mucha utilidad para cada una de las empresas interesadas en exportar e importar sus productos, teniendo conocimiento de cada uno de los cambios y actualizaciones que van surgiendo con estos.

En El Salvador las empresas dedicadas a la comercialización de fruta deshidratada en el extranjero, consideran que los INCOTERMS más convenientes en sus procesos de exportación son: Ex Work (En Fabrica) y FOB (Franco a Bordo); debido a las características que estos presentan, ya que esto también dependerá de la experiencia que tenga la empresa en sus procesos de exportación, del riesgo que representa para el exportador y del precio de exportación al considerar todos los costos (flete, embalaje, etc).

1. Reglas para la utilización de los INCOTERMS.

Al hacer uso de los términos de negociación internacionales se deben tomar en cuenta las reglas siguientes:

- a) Conocer cada uno de los INCOTERMS e indicarlos mediante sus abreviaturas de 3 letras (p.ej.: EXW).
- b) Incorporar la adecuada mención de los INCOTERMS en el contrato de compraventa, de forma explícita, en donde se debe incluir la palabra *INCOTERMS* y el año de la versión a la que se refieren.
- c) Evitar variaciones no estándares, como: *Franco (lugar designado)*.

- d) Distinguir entre los INCOTERMS válidos para cualquier medio de transporte (INCOTERMS multimodales) y los que deben usarse exclusivamente en transporte marítimo y fluvial.
- e) Informar a los transportistas del INCOTERMS utilizado en el contrato de compraventa.
- f) Tener presente que los INCOTERMS determinan la asignación o distribución tanto de riesgos y costes entre vendedor (exportador) y comprador (importador), como de las responsabilidades aduaneras.
- g) Los INCOTERMS no determinan ni el precio del producto ni la forma de pago en la operación de compraventa.

En función del tipo de transporte, los INCOTERMS 2010 se pueden clasificar en dos categorías:

- a) Multimodal: Apto para cualquier modo de transporte o si se utiliza más de un modo (incluyendo los casos en que se utiliza el buque para una parte del transporte de las mercancías).
- b) Marítimo y por vías navegables de interior: Cuando el punto en el que se entregan las mercancías al transportista y el lugar en el que se reciben estas mercancías se localiza en un puerto, es decir su transporte ha sido marítimo (ver tabla N°39).

Tabla N°39

INCOTERMS aplicables al tipo de transporte.

Transporte Multimodal	Transporte marítimo y por vías navegables interiores
EXW En fabrica	FOB Franco a bordo

FCA Franco transportista	FAS Franco al costado del buque
CPT Transporte pagado hasta	CIF Coste, seguro y flete
CIP Transporte y seguros pagado hasta	CFR Coste y flete
DDP Entregada, derechos pagados	
DAT Entregada en terminal	
DAP Entregada en el lugar convenido	

Fuente: Afi Guía INCOTERMS (2016).

Los INCOTERMS más utilizados en el comercio internacional son once, los cuales se explican en tabla N° 40; además estos NCOTERMS se dividen en cuatro grupos:

Grupo E: Salida. El comprador – o importador – debe recibir los bienes del vendedor – o exportador.

Grupo F: Transporte principal no pagado. El vendedor entrega los bienes a la empresa de transporte escogida por el comprador y el comprador cubre los costos de transporte.

Grupo C: Transporte principal pagado. El vendedor hace los arreglos de transporte, pero no es responsable por daños o pérdidas de productos durante el transporte).

Grupo D: Llegada. El vendedor es responsable por todos los costos de transporte hasta que los bienes llegan al país de destino.

Tabla N° 40

INCOTERMS 2010

INCOTERMS	DEFINICION
GRUPO E	
<p>EXW Ex Works (En fabrica)</p>	<p>El vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (taller, fábrica, almacén, etc.), sin despacharla para la exportación ni cargarla en un vehículo receptor.</p>
GRUPO F	
<p>FCA Free Carrier (Franco Transportista)</p>	<p>El vendedor cumple su obligación de entregar la mercancía cuando la pone despachada en aduana para la exportación, a cargo del transportista nombrado por el comprador o persona designada por él, en el lugar o punto fijado, si no es así el vendedor podrá escoger dentro de la zona estipulada el lugar o punto de entrega. El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen (generalmente relacionado con los espacios del transportista).</p> <p>Si la mercancía se recoge en las instalaciones del vendedor este debe asumir los costes y gastos de la carga en el medio de transporte, si es recogida en cualquier otro lugar el vendedor no será responsable de la descarga.</p>
<p>FAS Free Alongside Ship</p>	<p>El vendedor entregará la mercancía colocándola al costado del buque designado por comprador, en el punto de carga fijado por dicho comprador, dentro del</p>

(Franco al costado del buque)	puerto de embarque convenido.
FOB Free On Board (Franco a bordo)	El vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor tiene que despachar la mercancía de exportación.
GRUPO C	
CFR Cost and Freight (Coste y flete)	El vendedor pagará los gastos y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía traspasa la borda del buque en el puerto de embarque. Este término exige que el vendedor despache la mercancía de explotación.
CIF Cost, Insurance, and Freight (Coste, seguro y flete)	El vendedor ha de pagar los gastos, el seguro y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía traspasa la borda del buque en el puerto de embarque. Este término exige que el vendedor despache la mercancía de explotación.

<p>CPT Carriage paid to (Transporte pagado hasta)</p>	<p>El vendedor paga el flete del transporte de la mercancía hasta el destino mencionado. El riesgo de pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier gasto adicional debido a acontecimientos que ocurran después del momento en que la mercancía haya sido entregada al transportista, se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía ha sido entregada a la custodia del transportista, habiendo abonado el vendedor el seguro de la mercancía.</p> <p>Este término exige que el vendedor despache la mercancía en aduana para la exportación.</p>
<p>CIP Carriage and Insurance paid to (Transporte y seguros pagados hasta)</p>	<p>El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. El vendedor contrata el seguro y paga la correspondiente prima. En caso de que el comprador deseara una cobertura mayor a la contratada deberá acordarlo con el vendedor o contratar su propio seguro adicional.</p>
<p>GRUPO D</p>	
<p>DAT Delivered at Terminal (Entrega en terminal)</p>	<p>“Entrega en terminal” es un término incorporado con los INCOTERMS 2010, que supone que, tras la descarga de la mercancía, la entrega de la misma se produce con su puesta a disposición del comprador, en la terminal designada, en el puerto o lugar de destino convenido. Por “terminal” se entiende cualquier lugar, al aire libre o cubierto (ej.: muelle, almacén, terminal de carga área / ferroviaria / de</p>

	transporte por carretera, depósito de contenedores...), pero conviene especificarlo, detallando incluso el punto concreto de entrega dentro de la terminal.
DAP Delivered at place (Entrega en el lugar convenido)	El vendedor entrega la mercancía una vez sea puesta a disposición del comprador en el lugar convenido, antes de descargarla.
DDP Delivered Duty paid (Entregada, derechos pagados)	El vendedor entrega la mercancía poniéndola a disposición del comprador, tras realizar los trámites aduaneros de importación (en el país de destino), lista para ser descargada desde el medio de transporte utilizado, en el lugar / punto de destino acordado.

Fuente: Elaboración propia adaptado con datos de Guía INCOTERMS (2015).

La figura 3 mostrada a continuación describe la correcta utilización de los INCOTERMS, así como el medio de transporte que utiliza cada uno y el momento en el que se transfiere la responsabilidad de costos del vendedor (exportador), hacia el comprador (importador).

Figura 3: Términos Internacionales de Comercio Exterior 2010.

<p style="text-align: center;">INCOTERMS 2010</p>		 <p style="text-align: center;">Vendedor</p>			 <p style="text-align: center;">Transporte Principal</p>				 <p style="text-align: center;">Muelle</p>			 <p style="text-align: center;">Comprador</p>	
		EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAT	DAP	DDP	
Descripción	Ex works	Free Carrier	Free Alongside Ship	Free On Board	Cost and Freight	Cost, Insurance, and Freight	Carriage paid to...	Carriage and Insurance paid to...	Delivered at Terminal	Delivered at place	Delivered Duty paid		
	En Fabrica	Franco Transportista	Franco al costado del buque	Franco a bordo	Coste y flete	Coste, seguro y flete	Transporte pagado hasta...	Transporte y seguros pagados hasta...	Entrega en terminal	Entrega en el lugar convenido	Entrega, derechos pagados		
Modalidad	Multimodal	Multimodal	Maritimo	Maritimo	Maritimo	Maritimo	Multimodal	Multimodal	Multimodal	Multimodal	Multimodal		
Embalaje y verificación	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V		
Carga	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V		
Transporte interior	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V		
Formalidades Aduana Exportación	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V		
Costes manipulación	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V		
Transporte principal	C	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V		
Coste manipulación	C	C	C	C	C	C	C	C	V	V	V		
Formalidades Aduana Import	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V		
Transporte Interno	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V	V		
Descarga y recepción	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C		
Seguro mercancía	C	C	C	C	C	V	C	V	V	V	V		

V= Vendedor
C= Comprador

Fuente: J.Gilbert Sice 1875, Agentes aduanales (2016).

J. Precio de exportación.

Uno de los temas más complejos en los primeros pasos de la exportación es la determinación del precio que tendrán sus productos en el mercado seleccionado, esto implicara tomar decisiones de importancia para la empresa.

Para determinar si el precio es competitivo, el primer paso es calcular el precio de exportación del producto en condiciones pactadas con el comprador y luego investigar el precio de venta de los productos de la competencia en el mercado de destino, al igual que los márgenes de los intermediarios.

La estrategia de precios en el mercado de destino, debe estar acorde a la estrategia de mercadeo de la empresa, y esta depende de las características y condiciones del mercado y el nicho o consumidor al que quiere llegar.

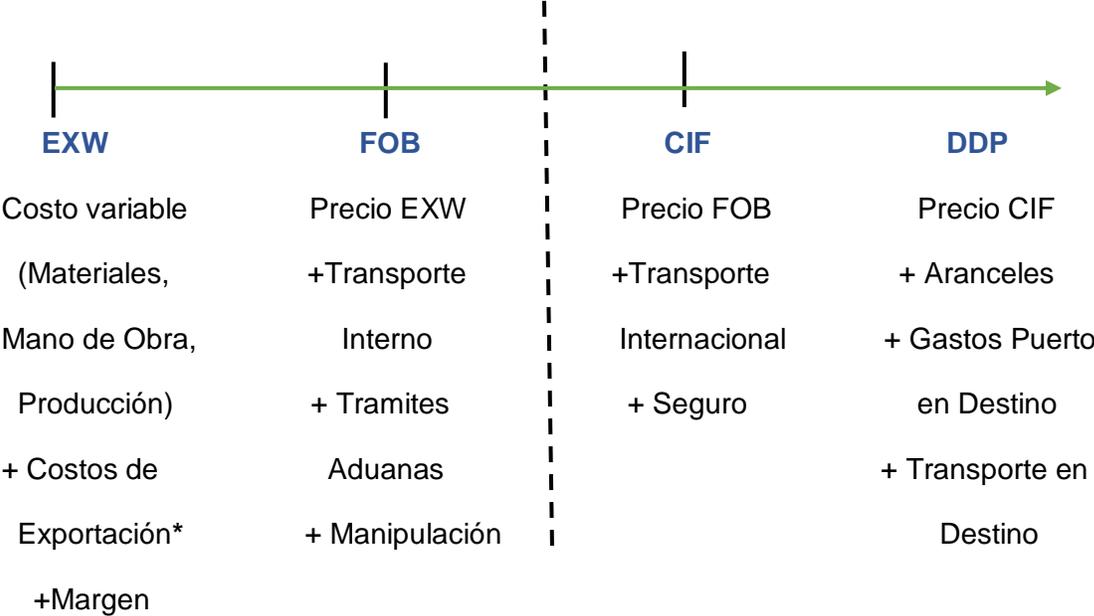
Lo importante antes de exportar es asegurarse que se puede ofrecer un buen producto a un precio competitivo. Establecer adecuadamente la cadena de precios de exportación, permite determinar con suficiente seguridad que los precios existentes en los mercados destinos ofrecen suficiente rentabilidad para que la exportación valga la pena.

Es importante considerar algunos elementos que por sí mismos tienen una relación con el precio de exportación:

a) Costos de fabricación	<ul style="list-style-type: none">• Empaques especiales• Embalaje
b) Costo de transporte y/o Flete	<ul style="list-style-type: none">• Transporte interno• Flete principal• Seguros
c) Costos escondidos	<ul style="list-style-type: none">• Agentes aduanales• Logística

No se puede hablar de un solo precio de exportación, sino que se trata de una cadena de precios de precios de exportación entre el punto de origen y el punto de destino, dando lugar a precios diferentes en función del punto y condiciones de entrega pactadas con el cliente (INCOTERMS).

Figura N° 4: Costos según el INCOTERMS utilizado para la exportación.



(*) Incluye embalaje y verificación del producto.

Fuente: Elaborado por equipo de trabajo.

Los elementos básicos tradicionales para determinar un precio de exportación son: costos, demanda del mercado y nivel de competencia.

a) Costos:

Costos de producción, en los cuales se incluye todos los conceptos relativos a la elaboración del producto.

Costos variables de producción como lo son: Materia prima, Mano de obra, Otros costos variables.

b) Costos de comercialización: son los costos que deben afrontarse luego de que el producto se encuentra en stock para que el consumidor lo adquiera. Por ej. Investigaciones, promoción, distribución, etc.

c) Costos de exportación: es la suma que originan las diferentes actividades propias de la exportación. Estas actividades varían, dependiendo de la negociación o cotización que se realice, los cuales se establecen mediante el término de venta internacional utilizado (INCOTERMS).

- Costos fijos de Exportación: se originan esencialmente por mantener en funcionamiento una unidad o gerencia de exportación. Estos costos se generan aunque no se efectuó exportación alguna y son necesarios para mantenerse en el negocio.
- Costos variables de exportación: este se compone del costo variable de producción, adicionado del costo variable de la exportación. El costo variable de exportación es el costo de comercialización del producto hacia el extranjero.

d) Demanda del mercado objetivo: la dimensión de la demanda de un producto indica el nivel de precio que este mercado está dispuesto a pagar. Por ej. Si el producto fuese muy requerido en un mercado extranjero que no presenta gran intensidad de competencia, su precio de venta podría ser sustancialmente mayor al precio de venta en el mercado local.

e) Nivel de competencia: cuando muchos competidores venden un producto similar en el mismo mercado, y no existe una diferenciación sustancial a través de la imagen de

marca, el margen de acción es más bien reducido y el nuevo exportador, se limita por lo general, a seguir los precios ya existentes en el mercado, o inclusive, a presentar niveles de precios un poco más bajos.

Es muy difícil encontrar un mercado en el cual se pueda establecer el precio de venta sin tener en cuenta la competencia.

Es importante considerar que los precios como los costos deben revisarse periódicamente o cuando existan variaciones de las condiciones internas o externas de la empresa que así lo amerite.

K. Proceso de exportación.

1. Preparación previa a la exportación.

Toda entidad o persona natural que desee exportar un producto o servicio, debe acudir previamente al Centro de Trámites de Exportaciones e Importaciones (CIEX) de El Salvador, el cual está ubicado en el Banco Central de Reserva (BCR); y cumplir con los requisitos y documentos solicitados para acreditarse como exportador en El Salvador, para poder llevar a cabo sus exportaciones.

El CIEX forma parte de la estructura orgánica del Banco Central de Reserva de El Salvador, dentro de la Gerencia Internacional. Está integrado por personal de Banco Central de Reserva de El Salvador y de los Ministerios de Hacienda a través de la Dirección General de Aduanas, Agricultura y Ganadería, Salud, Medio Ambiente y Recursos Naturales, de la Defensa Nacional, así como del Consejo Superior de Salud Pública, siendo un sistema basado en el concepto de gobierno electrónico que interconecta a los exportadores e Instituciones del Estado vinculadas al comercio exterior.

Su objetivo: Centralizar, agilizar y simplificar los trámites de exportación de las instituciones involucradas en la actividad exportadora.

1.1. Registro de Exportador: Pasos a seguir para obtener la Acreditación como exportador en El Salvador.

- a) Deberá inscribirse como exportador en el CIEX, para lo cual debe llenar la solicitud de inscripción de exportador y cumplir con la documentación necesaria, detallada a continuación:

Original y Copia de:

- 1) Ficha de Inscripción de exportador (Ver anexo 7).
- 2) Número de identificación tributaria (NIT), actualizado como *importador*. (debe solicitar previamente el NIT de importador en el Ministerio de Hacienda).
- 3) Carné de contribuyente del Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- 4) Escritura de constitución de la empresa. (debidamente inscrita en el Centro Nacional de Registros).
- 5) Punto de Acta y/o Poder vigente de la representación legal de la empresa (si de acuerdo a la Escritura de Constitución esta vencida u otros).
- 6) Para el caso de Cooperativas, no aplica el numeral 4; sin embargo, debe presentar la constitución de la Cooperativa inscrita en el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP), y su publicación en el Diario Oficial.
- 7) Documento Único de Identidad (DUI), Carné de Residente o Pasaporte, del Representante Legal y de los funcionarios que autorizarán las exportaciones en nombre de la empresa.
- 8) Diario oficial de la autorización del Ministerio de Economía, para empresas en Zona Franca, Depósito para Perfeccionamiento Activo o acogida a la Ley de Reactivación de las Exportaciones.

- 9) Resolución emitida por el Departamento Jurídico de la Dirección General de Aduanas, donde se autoriza como Despachante de Aduanas a la persona que firmará las Declaraciones de Mercancías y actuar ante las diferentes Aduanas del país. Esta resolución se debe obtener antes de la inscripción en el CIEX, para dar cumplimiento a la DACG N' DGA 001-2015.

Tomar nota que si es persona natural, solamente deberá presentar lo expuesto en numerales 1, 2, 3, 7, 8 y 9.

Posterior de inscribirse como exportador, el CIEX remite por correo electrónico el usuario y clave de acceso para que autorice desde Internet las exportaciones a través del Sistema de Comercio Exterior (SICEX) www.centrex.gob.sv y www.centrexonline.com.

2. Pasos para realizar la exportación de fruta deshidratada.

Los pasos a seguir para realizar el proceso de exportación de fruta deshidratada hacia el mercado japonés son los siguientes:

- a) Verificar si el producto a exportar está controlado por alguna institución, para gestionar previamente la autorización respectiva, para el caso de fruta deshidratada por ser productos alimenticios manufacturados para consumo humano, deberá ser autorizado por el Ministerio de Salud, el cual extenderá el Registro Sanitario (Ver anexo 8).

- b) Ingresar al sistema con el usuario y clave de acceso que le fueron proporcionados y completarla solicitud de exportación (ver anexo 9), así mismo anexar los respectivos documentos los cuales están en función del tipo de exportación, producto a exportar y país de destino:

- 1) Fotocopia de Factura de Exportación.

- 2) Fotocopia de Registro Sanitario.

c) Al momento de autorizar sus documentos de exportación CIEX emite:

- 1) Declaración de Mercancías (DM).
- 2) Certificados de origen formato A, según el destino de la exportación, en este caso Japón (ver anexo 10).

d) Para autorizar los documentos de exportación a través de SICEX es necesario realizar previamente los pagos de derechos de autorización de exportaciones, los cuales puede hacerlos electrónicamente o en oficinas de CIEX.

e) Los documentos autorizados deberán ser firmados por el exportador y entregados al transportista para realizar la exportación, debiendo el exportador guardar una copia para su control interno.

La información de operaciones de exportación autorizadas por el CIEX El Salvador, se envía electrónicamente a la Dirección General de Aduanas de El Salvador, obteniendo en un solo trámite la autorización de ambas instituciones en un tiempo promedio a los 5 minutos. Para consultar tiempo de duración y precios de tramites (ver anexo 11).

Además se debe tener presente que antes de realizar la exportación, se debe gestionar:

- a) Trámite de facturas de exportación en el Ministerio de Hacienda.
- b) Tramitar ante el Ministerio de Salud Registro Sanitario y Certificado de libre venta, por ser producto de consumo humano.
- c) Una vez estén listos estos requisitos se presenta en las oficinas del CIEX, en donde ya se había registrado como exportador con anterioridad y para hacer el registro de la operación de exportación, antes detallada.

3. Documentos necesarios para exportar hacia Japón.

Diversos documentos son requeridos para los procedimientos los trámites de exportación, tomando en cuenta el producto a exportar y al país de destino, dichos documentos se explican a continuación:

- a) **Declaración Aduanera de Mercancías.** este es un documento mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero que deberá aplicarse a las mercancías en este caso será aplicable una exportación definitiva; y suministra los detalles que la Administración Aduanera requiere para su aplicación (Ver anexo 12).

- b) **Registro Sanitario:** procedimiento establecido en el cual los alimentos procesados (fruta deshidratada) son aprobados por la autoridad sanitaria del Ministerio de Salud para su comercialización.

- c) **Certificado de libre venta:** documento emitido por el Ministerio de Salud que indica que el producto es de libre venta y consumo en El Salvador. Este se emite a todos aquellos productos que hayan obtenido su respectivo registro sanitario, en el cual se establece que estos poseen la autorización para su libre venta en el territorio nacional y son aptos para el consumo humano.

- d) **Factura de Exportación:** es un documento administrativo que emite el vendedor al realizar la expedición de la mercancía y tiene una función de carácter contable, tanto para el vendedor como para el comprador.

La factura comercial no está sujeta a ningún formato, y los incisos que debe cumplir son básicamente los siguientes:

- Fecha, nombres y razones comerciales de vendedor y comprador.

- Denominación precisa y cantidad de mercancía.

- Precio unitario y total de la mercancía en la divisa pactada.

- Forma y condiciones de pago.
- Términos de entrega de la mercancía.

Una característica importante en las facturas de exportación es que el importe de la venta no está sujeto a IVA, al no considerarse, según la Ley del IVA, hecho imponible las entregas de bienes fuera del territorio fiscal español. Si la factura estuviese emitida en una lengua no oficial, la aduana podrá exigir traducción oficial de la factura (Ver anexo 13).

- e) **Lista de empaque (packing list):** es un documento que permite a todas las personas involucradas en el trámite de exportación identificar las mercancías; para lograr esto es necesario un empaque cuidadoso que coincida con lo indicado en la factura (Ver anexo 14).

Esta lista sirve para garantizar al exportador que durante el traslado de sus mercancías se tendrá un documento que identifique el embarque completo, de esta manera y en caso de percance se podrá hacer sin dificultad alguna las reclamaciones que correspondan a la compañía de seguros. La lista de empaque contendrá de forma clara:

- ✓ La cantidad exacta de los artículos contenidos en cada una de las cajas, bultos, envases, o dentro del tipo de embalaje utilizado.
- ✓ Los números, marcas y/o símbolos que identifiquen a las mercancías.

- f) **Certificado de Origen (Form A):** es el que se utiliza para las mercancías procedentes de los países SPG, permitiendo importar productos originarios de esos países con una considerable reducción arancelaria (en la mayoría de ocasiones eliminación completa del arancel). (Ver anexo 15).

- g) **Manifiesto de Carga:** es un documento que contiene información respecto al medio o unidad de transporte, número de bultos, peso e identificación de la mercancía que comprende la carga, incluida la mercancía a granel (Ver anexo 16).

3.1 Documentos de Transporte.

Bill of lading (BL): este documento se emite únicamente si el transporte de la mercancía se realizara por medio marítimo y es un certificado que garantiza que el transportista tiene a su cargo la mercancía (Ver anexo 17).

AirWay bill (AWB): este documento se utilizara en el caso que el transporte del producto decida hacerse vía aérea. Ya que este es un recibo emitido por una compañía aérea internacional de productos y una evidencia del contrato de transporte (Ver anexo 18).

En tabla N° 41 se puede observar el consolidado de los documentos utilizados en la exportación, así como también la persona o entidad encargada de la emisión de cada uno de ellos.

Tabla N° 41

Persona/Entidad que emiten los documentos de exportación.

Marítimo	Aéreo	Persona/Entidad que elabora el documento
Declaración Aduanera de mercancías	Declaración Aduanera de mercancías	Centro de tramites de importaciones y exportaciones (CIEX)
Certificado de Libre Venta	Certificado de Libre Venta	Ministerio de Salud de El Salvador
Factura de Exportación	Factura de Exportación	Exportador
Lista de empaque	Lista de empaque	Exportador
Bill of lading (BL)	Airway bill (AWB)	El BL y AWB son elaborados por el transportista ya que incluyen datos del

		avión y/o el barco. En cambio la carta de porte puede ser elaborada por el exportador, agente aduanal o por el transportista.
Manifiesto de carga	Manifiesto de carga	Para el transporte aéreo y marítimo es elaborado por el transportista y para el transporte terrestre es elaborado por el exportador, el agente aduanal o el transportista.
Certificado de Origen (A)	Certificado de Origen (A)	Centro de tramites de importaciones y exportaciones (CIEX)

Fuente: Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (2015).

V. BIBLIOGRAFIA

Libros:

- Brand, Salvador O. (2006). *Diccionario de economía*. El Salvador: Editorial Jurídica.
- Bernal, Cesar A. (2010). *Metodología de la Investigación* (3era Ed.) Colombia: Prentice Hall.
- Palella, Santa y Martins Feliberto (2010). *Metodología De Investigación Cuantitativa* (2da Edi). FEDUPEL: Caracas.
- Salking, Neil J. (1998). *Métodos de Investigación* (pp. 11). México: Prentice Hall.
- Sampieri, Collado y Lucio (2006). *Metodología de la Investigación* (4ta Ed.) México: McGraw Hill/Interamericana editores S.A. de C.V.

Informes:

- Analistas Financieros Internacionales (2014). Ficha País Japón [folleto]. España: “el autor”.
- Asociación Salvadoreña de Agencias de Carga y Transitadores (2014). *Manual de Carga Internacional y Logística*. [informe] s.l.: “el autor”.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2010). *Instituciones de Apoyo a las Exportaciones en Centroamérica y Panamá*. [sl] :”el autor”.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (CNUCYD) (2014). *Informe sobre las inversiones en el mundo*. [informe] s.l.: el autor.
- Consejo de Ministros de Integración Económica (2008). *Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA)*. (Tomo 379).[sl]: “El Autor”.

- Centro de Exportaciones e Inversiones Nicaragua y Agencia de Cooperación Internacional del Japón, Oficina Nicaragua (2013). *Estudio de Mercado de Japón para Frutas Procesadas Nicaragüense*. Nicaragua: [sd].
- Fondo Monetario Internacional, Jetro, OANDA (2015). *Ficha país Japón: Estadísticas Financieras Internacionales*.
- Gobierno de Japón (2015). *Examen de políticas comerciales* [Informe]. Japón: Organización Mundial del Comercio.
- INCOTERMS (2016). *Afi guías* [Informe]. (pp.1)España: “el autor”.
- Instituto Español de Comercio Exterior (2012). *El sector logístico y de transporte en El Salvador* [informe]. [spi].
- Ministerio de economía de El Salvador MINEC (2008). *Ficha producto del mercado de El Salvador hacia la Unión Europea* [informe]. El Salvador: “el autor”.
- Oficina Económica y Comercial de España en Tokio (2015), *Informe económico Comercial Japon*: “el autor”.
- Oficina de Tuxtla, DF. (2015). *Beneficios de las frutas secas para la salud* [folleto]. México: “el autor”.
- Oficina de planificación del área metropolitana de San Salvador (2002). *Sector Comercio* OPAMSS (pp. 1,3). El Salvador: “el autor”.
- Organización Mundial del Comercio (2015), *Examen de las Políticas Comerciales - Japón 2015*. [informe]. Japón: “el autor”

- Stancher, Ana y Rivas, Carolina (2007). *Sistematización del fomento de la cadena de productos deshidratados: Un caso de aprendizaje sobre el enfoque de cadenas de valor* [informe] (1era ed.).[spi].
- Secretaria de la Organización Mundial del Comercio (2015). *Examen de políticas comerciales* (duodécimo examen) [Informe]. Japón: Organización Mundial del Comercio.
- Zeiky – Centro de Información y Asesoría en Comercio Exterior de Colombia (2012). *Trámites y Documentos para Exportación*. Colombia: “el autor”.

Guías y manuales:

- Banco BICE (2003). *Guía del Exportador*. [spi].
- Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (2005). *Guía Básica del Exportador* (12ava. ed.). México: “el autor”.
- Domínguez, Melisa G. (2007). *Manual Técnico de procesamiento de frutas bajo reglamentos y estándares internacionales de calidad*. (1era ed.). El Salvador: Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- FIAGRO, Fundación para la Innovación Tecnológica Agropecuaria (2003). *Estrategias de productos deshidratados FRUTAS – VEGETALES – HIERBAS*. El Salvador: “el autor”.
- Manual de Deshidratación (2015). *Deshidratación de frutas y hortalizas* [folleto]. Patricio Valdés Marín.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2012) .*Guía de requisitos sanitarios y fitosanitarios para exportar alimentos a Japón*. (1era edición). Perú: “el autor”.

- Ministerio de Hacienda (2008). *Guía aduanera. Proyecto aduanas y clima de negocios que promueven el comercio y la inversión* (1era ed., pp.53). El Salvador: “el autor”.
- Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón. *Ficha informativa sobre Japón* [folleto] (pp.1). Japón.
- Oficina de información Diplomática (2015). *Ficha país de Japón* [folleto]. España: “el autor”.
- Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (2015). *Ficha país Japón*. [folleto] (pp.1). Japón: “el autor”.

Páginas web:

- Banco Central de Reserva de El Salvador (2015). *Centro de trámites de importaciones y exportaciones (CIEX)*. Consultado el 25 de julio de 2015, en https://www.centrex.gob.sv/scx_html/requisitos_registro_exportador.html.
- Banco Central de Reserva (2016). *Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX)* El Salvador. Consultado el 01 de marzo de 2016, en https://www.centrex.gob.sv/scx_html/guia_tramites.html.
- Banco mundial (2016). *Doing Business*. Consultado el 01 de marzo de 2016, en <http://espanol.doingbusiness.org/data/>.
- Banco Mundial (2015). *Estadísticas del Banco Mundial Japón*. Consultado el 14 de Septiembre de 2015. En <http://datos.bancomundial.org/pais/japon>.
- Cámara Americana de Comercio de El Salvador (2015). *Acuerdos comerciales vigentes en El Salvador*. Consultado el 16 de Octubre de 2015, en http://www.amchamsal.com/index.php?option=com_content&view=article&id=36&Itemid=143&lang=es.

- Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (2015). [Página web de la Institución]. Consultado el 26 de julio de 2015, en www.centa.gob.sv/.
- Comercio Internacional (sf). *Economía Internacional*. Consultado el 16 de octubre de 2015, en <http://www.monografias.com/trabajos13/comer/comer.shtml#ixzz3oaRk0clK>.
- Depósito de documentos de la FAO Japón (2015). *Los Mercados Mundiales de frutas y verduras orgánicas*. Consultado el 25 de julio de 2015, en <http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s0b.htm>.
- El Salvador Trade (2011). *El Salvador en detalle*. Consultado el 16 de Octubre de 2015 en <http://www.elsalvadortrade.com.sv/Home/EISalvador>.
- Embajada de Japón en El Salvador (sf). *Escuela*. Consultado el 15 de Septiembre de 2015, en <http://www.sv.emb-japan.go.jp/espa/escuelas.html>.
- Embajada de Japón en El Salvador (sf). *Relaciones bilaterales entre Japón y El Salvador*. Consultado el 24 de julio de 2015, en <http://www.sv.emb-japan.go.jp/espa/historia.html>.
- Expansión (2015). *Datos macroeconómicos de Japón*. Consultado el 14 de Septiembre de 2015. En <http://www.expansion.com/economia/datosmacro.html>.
- Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (2015). [Página web de la Fundación] [Tabla]. Consultado el 26 de julio de 2015, en <http://www.fademype.org.sv/>.
- Fundación para la Educación Integral Salvadoreña (2015). [Página web de la Fundación]. Consultado el 26 de julio de 2015, en <http://www.fedisal.org.sv/quienes.html>.
- Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (2015). [Página web de la Fundación]. Consultado el 26 de julio de 2015, en www.fusai.org.sv/.

- ICEX (2015). *El mercado Japonés para el consumidor Español*. Consultado el 25 de julio de 2015, en <http://www.afi.es/AFI/htms/SAIE/INFPAIS/JAPO4.HTM>.
- Idea Trabajo (sf). *Descripción de la industria (o mercado)*. Consultado el 12 de Octubre de 2015, en <http://www.ideatrabajo.com/guias-de-ideatrabajo/plan-de-negocios/descripcion-de-la-industria-o-mercado.html>.
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas (sf). *Comercio y Aduanas*. Consultado el 16 de octubre de 2015 en <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterioryaduanas/113-que-es-comercio-internacional>.
- Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (2015). [Página web del Instituto]. Consultado el 26 de julio de 2015, en <http://www.insaforp.org.sv/>.
- International Trade Centre (2015). *TRADEMAP Estadísticas del Comercio para el desarrollo Internacional de las empresas*. Consultado el 24 de julio de 2015, en <http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es>.
- Japan External Trade Organization (JETRO) (sf). *Standards and Regulations*. Consultado el 15 de agosto de 2015, en <http://www.jetro.go.jp/en/reports/regulations.html>.
- Kienyke (2013). *Los mejores sistemas de salud del mundo*. Consultado el 15 de Septiembre de 2015, en <http://www.kienyke.com/historias/los-mejores-sistemas-de-salud-del-mundo/>.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador (2015). [Página web del Ministerio]. Consultado el 26 de julio de 2015, en <http://www.mag.gob.sv/>.
- Ministerio de Economía de El Salvador (2007). *Comercio Exterior*. Consultado el 16 de Octubre de 2015, en http://www.elsalvadorcompite.gob.sv/portal/page/portal/SID_ROOT/SID_COMERCIO_PAGE.

- Ministerio de economía de El Salvador (2015). [Página web del Ministerio]. Consultado el 26 de julio de 2015, en <http://www.minec.gob.sv/>.
- Ministerio de Hacienda (2015). *Glosario*. Consultado el 18 de Julio de 2015, en <http://www.mh.gob.sv/portal/page/portal/PMH/Ayuda/Glosario1>.
- Nippon.com (2015). *Días Festivos Nacionales de Japón*. Consultado el 9 de Marzo de 2016 en <http://www.nippon.com/es/features/h10016/>.
- Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador PROESA (sf). Principales sectores de exportación. Consultado el 17 de Octubre de 2015, en <http://www.proesa.gob.sv/exportaciones/servicios-al-comprador/principales-sectores-de-exportacion/manufacturas-diversas>.
- Reloj de población de Japón (2016). Consultado el 13 de Feb. de 2016 en <http://countrymeters.info/es/Japan>.
- Secretaria del Gabinete (sf). Leyes Japonesas relacionadas con el comercio exterior. Consultado el 15 de agosto de 2015, en <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/>
- Santander Trade Portal (2015). *Japón: Política y Economía*. Consultado el 12 de diciembre de 2015 en: <https://es.santandertrade.com/analizarmercados/japon/politica-y-economia>.
- Universidad Nacional de Colombia (sf). *Definición de modelo*. Consultado el 18 de Julio de 2015, en <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4060010/lecciones/Capitulo1/modelo.htm>.
- Wikipedia (2016). *Medios de comunicación en Japón*. Consultado el 10 de marzo de 2016 en :https://es.wikipedia.org/wiki/Medios_de_comunicaci%C3%B3n_de_Jap%C3%B3n.

Periódicos digitales:

- Diario CoLatino (10 de febrero, 2015). *Japón se ha convertido en socio estratégico para el desarrollo de El Salvador*. Diario CoLatino.

Revistas digitales:

- Embajada de Japón en Chile (2015). *Características del Mercado Japonés*. Consultado el 25 de julio de 2015, en http://mazinger.sisib.uchile.cl/repositorio/lb/ciencias_agronomicas/miscelaneasagronomicas21/2.html.
- Falk E. Melba (1994). *El sector agrícola de Japón: el proteccionismo y sus efectos*. [revista] Japón: “el autor”.
- International Nut and Dried Fruit Council (INC). (2015). *Mapa Mundial de Flujos Comerciales de Frutos Secos y Fruta Deshidratada*. [2da ed.] s.l.: el autor.

ANEXOS.

Anexo 1:

Clasificación de empresas según FUSADES.

Tipo de Empresa	Características
<i>Microempresa</i>	Iniciativa modesta en magnitud y capacidad, principalmente de tipo familiar y escasos recursos económicos.
<i>Pequeña</i>	Al igual que la anterior pero con participación de personal que no pertenece al núcleo familiar.
<i>Mediana</i>	Se clasifica en este rubro ya que se encuentra en proceso de crecimiento, habiendo superado las etapas de talleres artesanales o familiares. En esta etapa ya se cuenta con instalaciones adecuadas a su demanda, usando la tecnología moderna y personal de todo nivel académico.
<i>Grande</i>	Cuenta con los mejores recursos económicos, materiales, organizacionales, tecnología avanzada.

Fuente: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES). 2010

Anexo 2:

Máquinas de deshidrocongelación en Japón.



Cuando los productos están preparados, se devuelven a una gran unidad de congelación. Las puertas azules del fondo son cámaras de deshidrocongelación.



La máquina de deshidrocongelación tiene casi el mismo tamaño que un vagón de tren.

Anexo 3

Resultados de la Investigación completos.

INDICADOR	PREGUNTA	RESPUESTA 1	RESPUESTA 2	RESPUESTA 3	RESPUESTA 4
MERCADOLÓGICO	¿Qué frutas son sometidas al proceso de deshidratación?	Se somete a ése proceso la papaya, piña, toronja, mandarina, bananos, limón y nos han solicitado que deshidratemos mandarina. Tratamos de deshidratar frutas de temporada, bonancibles, de bajos precios, que aporten beneficios grandes al organismo y sean de aceptación para nuestros consumidores.	<p>Piña Dulce, Banana Pasa, Plátano pasa dulce, papaya. Mango, zapote.</p> <p>Piña, Papaya, guineo pasa, guineo en rodaja, Plátano, Plátano con chile, Guineo Pasa con ajonjolí, Zapote y Frutas de estación como Mango, Mango con chile, Mandarina, y otros.</p> <p>100% natural, sin colorantes, saborizantes, ni preservantes artificiales. Está elaborada con los más altos estándares de calidad y constituye un complemento alimenticio saludable y nutritivo.</p> <p>Es fuente de fibra natural y brinda energía rápida e inmediata, por ello es considerada como una "bomba energética".</p>	<p>Mango principalmente, piña, guineo, papaya, limón y la rosa de Jamaica. Porque es la que tiene mayor aceptación y rentabilidad, según el mercado para el que se produce.</p> <p>Por ejemplo el mango que es cultivado en la finca para luego ser deshidratados es de distintas clases, puede que estas clases no sean las de mi gusto, pero son del gusto del consumidor es por eso que se le da importancia.</p>	Vamos a deshidratar caña, mango, plátano piña mango, papaya y pudiera haber otra cosa siempre que se adapte a las características ya hicimos pruebas con mora y chipilín. el fruto de menor calidad será sometido a deshidratación para comercializarlo de esa manera pues el de mejor calidad se puede comercializar como fresco.
	¿Cuánto tiempo tarda un producto en deshidratarse y estar listo para la venta?	Al ser sometida al horno solar se deshidratada de forma homogénea y más rápido que si fuese un secado directo al sol.			

	<p>¿De qué manera se comercializan los productos deshidratados?</p>	<p>Como marca YO SOY MANOS A LA OBRA, tenemos varios métodos: a) Publicidad boca-oido, b) La venta es on line, por medio de la fan page YO SOY MANOS A LA OBRA. c) Participando en eventos como PYME.</p>	<p>La venta es directa local, con un distribuidor para la exportación. Localmente los productos Delimaya se encuentran a la venta en:</p> <p>El centro comercial las Cascadas en el punto verde (kiosquito en el primer piso casi frente a los elevadores, y en el sweet´s de las Cascadas), esta tambien en Kalpataru, Farmacia San Benito de colonia Medica, Organics, comedor de la ONU (Sta. Elena), Texaco Los Hongos, Gasolinera Alba Satelite, Gimnasio Bally, Super Zeta´s. además pueden encontrarnos en:</p> <p>SUPER SELECTOS SIMAN (BAJO LA MARCA SIMAN GOURMET) MR. MARKET TOO LOOK SALON TEXACO MASFERRER VERDIS DUO NAILS SPA JOCUM TIENDA VIKY LACTEOS MAMA ANI ESTRELLA SALON HOTEL ARBOL DE FUEGO MERCADITO TEXACO MIRADOR TEXACO CARIBE DHARMA HEALING CENTER GASOLINERA HP POWER CHEF AND KITCHEN VANILLA SPOON BERAKAN SALON</p>	<p>La comercialización de los productos es en base a pedidos y se distribuye a través de venta directa o a través de intermediarios. Localmente se realizan entregas a domicilios con un pedido mínimo de \$ 50.00 o a través de los intermediarios:</p> <p>a) Farmacias San Nicolás b) Farmacias San Benito c) Farmacias las Américas d) Hotel Crown Plaza e) Restaurantes f) Despensas de Don Juan.</p> <p>En el extranjero por medio de Venta Directa, además tenemos nuestra propia comercializadora que es la Siguanaba Company que es una empresa establecida en Estados Unidos, esta comercializadora realiza la venta de diferentes maneras, como los es línea, realiza venta directa a otras tiendas y también vendemos a través de Amazon.</p>	<p>El segmento al cual van dirigidos nuestros productos es una clase media con suficiente poder adquisitivo. Para comercialización local un futuro comprador es Walmart quien desde ya está interesado en ser nuestro cliente. Existen contactos también con: sociedades de diabéticos, ciclistas, otras cooperativas y supermercados. La mayor parte de la producción será destinada a la exportación.</p>
--	---	---	---	--	---

<p>¿Cuáles son los principales clientes de la fruta deshidratada?</p>	<p>Los veganos (Sujeto que no ingiere productos alimenticios de origen animal. Al igual que los vegetarianos, los veganos no comen carne de ningún tipo (de cerdo, vaca, cordero, pescado, pollo, etc.) pero, a diferencia de los ovolacteovegetarianos, tampoco consumen huevos, lácteos ni miel).</p>	<p>Nuestros productos van dirigidos a un segmento medio alto de poder adquisitivo con gustos gourmet, interesados en lo natural y en productos que no contengan aditivos.</p>	<p>Este producto no es consumido por cualquier persona, sino a un segmento de mercado muy específico cuyas características es de personas de medio y alto poder adquisitivo que cuentan con un mayor conocimiento en materia nutricional y un alto compromiso con su salud y también deportistas de alto rendimiento.</p>	
<p>¿A qué mercados se desea exportar la fruta deshidratada?</p>	<p>Si claro, a Alemania, Francia y China-Taiwán.</p>	<p>Si en la actualidad nuestro deseo es exportar hacia la Unión Europea.</p>	<p>Si, al mercado Europeo, específicamente a Italia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Honduras (Supermercado La Colonia) • Guatemala • EE.UU. (Mellisas) • México. • Canadá • Barcelona, España. • Unión Europea, Japón

INDICADOR	PREGUNTA	RESPUESTA 1	RESPUESTA 2
TECNICO	¿Cuál sería el INCOTERMS más idóneo a utilizar para la exportación de fruta deshidratada a Japón?	Independientemente del producto que se vaya a exportar, todo dependerá de la experiencia que tenga la empresa que realizará la exportación, de la experiencia que tenga el importador, del riesgo que represente para el exportador y del precio de exportación al considerar todos los costos que van a generar la exportación hacia dicho destino (por ejemplo: el flete, embalaje, otros).	
	¿Cuáles son todos los documentos necesarios para exportar fruta deshidratada a Japón y en qué idioma deben ser presentados?	Factura de exportación, lista de empaque, declaración de mercancías (DM), Manifiesto de carga, Conocimiento de embarque (si es vía marítima), Guía Aérea (si es vía aérea, Además deberá presentar el Certificado de Origen que es expedido por el CIEX y el formato A del SGP. La documentación tiene que utilizar el idioma de ambas partes, o uno de los idiomas universales, en este caso el inglés.	<ul style="list-style-type: none"> • Declaración de Mercancías • Certificado Sanitario • Factura de exportación • Documentos de transporte (BL o AWB) • Certificado de origen Forma A del SGP; no obstante, por la naturaleza del producto, podría estar exento de presentar este certificado; para asegurarse puede consultar las partidas http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp/exempdoc.html <p>Es importante que consulte con su contacto en Japón, para que le indique requisitos adicionales para la importación de estos productos a ese destino.</p>
	¿Cuál sería la ruta de exportación para llevar mercadería a Japón?	Cada uno de los proveedores de transportes tiene rutas previamente establecidas. Por lo tanto al solicitar las cotizaciones deberá incluirse que se indique cuál será la ruta y el tiempo en el que el producto estará llegando al destino, para evaluar la conveniencia con relación al costo y tiempos de producción y de entrega.	

<p>¿Cuáles serían los impuestos que se deberán cancelar en la exportación de fruta deshidratada (piña, papaya, banana, plátano, coco y mango) al ser exportados a Japón?</p>	<p>Al tener completamente claro cuál será el código arancelario del/los productos de interés, se puede visitar el siguiente vínculo: http://www.customs.go.jp/english/tariff/20154/date08.htm. Donde encontrarán los aranceles que aplicarían para SGP donde se encuentra El Salvador. Ver el código 0801, donde aparecen diferentes frutas deshidratadas.</p>	<p>Las exportaciones en El Salvador están gravadas con tasa 0%; en Japón, el importador deberá pagar los aranceles a la importación y otros impuestos internos. En el sitio de la Aduana de Japón puede encontrar información sobre la reducción arancelaria al exportar bajo SGP (http://www.mofa.go.jp/policy/economy/gsp/product.pdf) utilizando el código arancelario del producto a exportar, para hacer la búsqueda.</p>
<p>¿Cuáles son los Incisos arancelarios específicos de fruta deshidratada (piña, papaya, coco, banana, plátano y mango) al ser exportadas a Japón?</p>	<p>Dependiendo del producto así será su código arancelario, si se consideran los productos independientes cada fruta tendrá un código específico, si es un mix de todas las frutas mencionadas, tendrán un código establecido y específico para dicho mix. Por lo tanto recomendamos que se siga el procedimiento establecido en Aduana para que sean ellos quienes establezcan el código arancelario para el/los productos</p>	<p>Registrados en el CIEX: Coco rayado deshidratado: 08011900, papaya deshidratada: 08134000, banana deshidratada: 08134000, piña deshidratada: 08043000 y mango deshidratado: 08134000.</p>
<p>¿Qué actores están involucrados en su proceso de exportación?</p>	<p>Entidades como el BCR por medio del CIEX, los agentes aduanales tanto en el país como en el país de destino y mi persona.</p>	

<p>¿Qué documentación es necesaria para que pueda exportar la fruta deshidratada?</p>	<p>Factura de Exportación, declaración de mercancías, Certificado Fitosanitario.</p>	
<p>¿Qué proceso de exportación utiliza?</p>	<p>a) Se obtiene los documentos como: DUI, NIT, Registro Fiscal b) Se registra en la FDA y se certifican las instalaciones en el Ministerio de Salud, ambos deben ser renovados cada 3 años. c) Registrarse como exportador en CIEX, quienes dan el respectivo código de exportador. d) Se registra la exportación en el BCR (esto es por cada exportación), este proceso se puede hacer por internet o presentándose en el BCR ventanilla del CIEX:</p> <p style="text-align: center;">En el CIEX:</p> <ul style="list-style-type: none"> ü Presentarse en el Banco Central de Reserva ventanilla del CIEX. ü Ingresar a la Página web del CIEX por medio del código de exportador. ü Llenar formularios en la página web del CIEX, el sistema inmediatamente emite: La Declaración de Mercancías, el Certificado Fitosanitario y el Tratado de libre comercio que ampare la exportación ü Hacer los pagos requeridos para adquirir el certificado Fitosanitario y la Declaración de Mercancías. Dichos pagos pueden ser realizados de forma personal o pueden ser realizados por internet teniendo habilitada una cuenta bancaria para realizar el pago a favor del CIEX. ü Imprimir Documentos. ü Sellar la documentación por un funcionario del MAG que se encuentra en el BCR. 	<p>Lo más importante es tener un producto exportable, es decir tener el producto listo y con todos los requerimientos de exportación solventados luego hacer una investigación de mercados que indiquen el potencial que tendrá el producto y así encontrar el comprador adecuado ya sea por medio de un intermediario o de manera directa.</p>

		<p style="text-align: center;">Tramite Vía Online:</p> <ul style="list-style-type: none"> ü Ingresar a la Página web del CIEX por medio del código de exportador. ü Llenar formularios en la página web del CIEX, el sistema inmediatamente emite: La Declaración de Mercancías, el Certificado Fitosanitario y el Tratado de libre comercio que ampare la exportación ü Hacer los pagos requeridos para adquirir el certificado Fitosanitario y la Declaración de Mercancías. por internet teniendo habilitada una cuenta bancaria para realizar el pago a favor del CIEX. ü Imprimir Documentos. ü Al momento de llevar la mercadería al aeropuerto para su envío en la unidad de cuarentena un funcionario firma el certificado fitosanitario. <p>e) Entregar al agente aduanal la documentación para que lo presente en aduana.</p> <p>f) Enviar vía online la documentación al agente aduanal que recibirá la mercadería en el país de destino.</p> <p style="text-align: center;">Nota: El pago de certificado fitosanitario y la Declaración de Mercancías es de aproximadamente \$6.00 cada uno.</p>	
	<p>¿Aproximadamente cuál es la cantidad de exportación y con qué frecuencia?</p>	<p>Generalmente son de tres o cuatro pedidos al año, entre los meses de enero, abril, agosto y noviembre cada pedido es aproximadamente de 50, 60 u 80 cajas de fruta deshidratada, cada una con 350 unidades de 42 gramos.</p>	

<p>¿Cuál es el INCOTERMS que utiliza o utilizaría al exportar fruta deshidratada?</p>	<p>FOB ó EXWORK</p>	<p>El Incoterm que utilizo es el FOB, por lo que en el país de destino otro agente aduanal se encarga de desembarcar la mercadería y también cancelar los demás costos</p>
<p>¿Cuál es el medio de transporte que utiliza o utilizaría para realizar la exportación de la fruta deshidratada?</p>	<p>Avión o barco.</p>	<p>El medio de transporte utilizado es vía aérea, a través de American Airlines, el cual se tarda dos días en llegar a su destino, la mercadería es monitoreada por lo cual se sabe en el momento que el producto llega a su destino y es un servicio que ofrece la aerolínea. La ruta de exportación depende del vuelo.</p>

INDICADOR	INDICADOR ESPECIFICO	PREGUNTA	RESPUESTA 1	RESPUESTA 2
ADMINISTRATIVO	Pago internacional	¿Cuáles son las diferentes formas de pago internacional tomando en cuenta que la exportación será hacia Japón? y ¿cuál es la que presenta menor riesgo?	<p>Existen las llamadas condiciones de pago y los medios de pago, tal como se detallan a continuación:</p> <p style="text-align: center;">Condiciones de pago</p> <p>En el contrato pueden establecerse las condiciones de pago más diversas, algunas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al contado: el pago al contado varía de acuerdo al momento en que se realiza, que puede ser al confirmarse el pedido, al momento del embarque, al momento de negociar los documentos de embarque, o al momento de recibir la mercadería por parte del comprador. • En cuenta corriente: el cual requiere que en ambos países, exportador e importador, existan regímenes comerciales cambiarios sin restricciones que dificulten la transacción. • En consignación: implica que el derecho de propiedad de la mercancía no se traspasa hasta el momento de su venta en el extranjero. Es una modalidad usada en la venta de productos perecederos. • Al crédito: la compraventa se paga en un plazo después del embarque. Las transacciones al crédito son frecuentes y requerirán de financiamiento de post-embarque. <p style="text-align: center;">Medios de pago</p> <p>Para realizar el pago de la operación en las transacciones del comercio internacional, indistintamente de las condiciones de pago pactadas entre las partes, los principales medios utilizados</p>	

son:

- Pago anticipado: se da cuando el comprador envía el pago por transferencia u otra vía previamente a que se realice el embarque. El uso de esta modalidad es excepcional y sucede por ejemplo cuando el vendedor domina el mercado por ser el único proveedor del producto.
- Pago directo: este se constituye cuando el importador efectúa el pago directamente al exportador y/o utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad.
Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. En esta modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada a facilitar un giro bajo instrucciones del cliente.
- Cobranzas documentarias: estas se definen como el manejo por los bancos de documentos que pueden ser financieros o comerciales, según las instrucciones que reciban, con el fin de lograr el cobro y/o la aceptación de documentos financieros. El exportador entrega sus documentos a un banco para que este, bajo las instrucciones recibidas, maneje y entregue los documentos al comprador previo pago y/o aceptación.
- El crédito documentario o la carta de crédito: ocupa el lugar de privilegio entre los medios de pago, debido a que mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes. Este documento constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco.

Antes de realizar una exportación, es importante tener referencias del cliente, para evitar cualquier tipo de problema con relación al pago, podría incluso solicitarse un reporte crediticio del cliente, además, dependiendo del valor de la compraventa, es importante elaborar un contrato para definir cada detalle de la negociación y del pago.

En definitiva uno de los más seguros es el pago anticipado, pero será parte de la negociación lograr esta condición.

	¿Cuál es la forma de pago más utilizada por las empresas exportadoras en El Salvador?	Pago del 50% anticipado y el otro 50% al momento de que el comprador recibe la mercancía.	
	¿Cuáles son las diferentes fuentes de financiamiento a las que puede optar una empresa que quiera exportar?	<p>Una empresa que desee iniciar su proceso de exportación puede optar por fuentes de financiamiento públicas y privadas.</p> <p>Entre las públicas tenemos: BANDESAL, FONDEPRO, Banco Hipotecario, Banco de Fomento Agropecuario.</p> <p>Entre las fuentes de financiamiento privadas se mencionan algunas como: Banco Agrícola, Banco de América Central, Citibank, Davivienda, Scotiabank, Banco Promerica, Banco Azúl, entre otros.</p> <p>Los bancos privados no poseen líneas especialmente diseñadas para atender la exportación, pero si atiende a empresas en dicho tema, en sus líneas de financiamiento generales, ofreciendo los plazos y condiciones, de acuerdo al destino del financiamiento.</p>	
Precio	¿Cuál es el precio de la fruta deshidratada?	\$ 1.70 (IVA incluido) bolsa de 42 gr.	\$ 2.50 (Iva incluido) bolsa de 20gr.

INDICADOR	PREGUNTA	RESPUESTA 1
LEGAL	¿Qué es la certificación JAS y cuál es el proceso para obtenerla?	Estándares agrícolas japoneses y para ello se debe contactar con una certificadora orgánica internacional o en su defecto revisar la reglamentación que Japón tiene al respecto.
	¿Qué certificaciones aplican a la fruta deshidratada para ser exportada a Japón?	Certificado de libre venta, Registro Sanitario y Certificado de origen.
	¿Qué requisitos debe cumplir la fruta deshidratada para poder obtener el registro sanitario para su exportación?	REQUISITOS PARA INICIAR EL TRÁMITE DE REGISTRO: a) Solicitud para Registro y/o Renovación de Alimentos y Bebidas Nacionales b) Fotocopias de NIT de la Empresa y del NIT del Representante Legal de la Empresa. c) Lista de ingredientes original y copia. d) Etiqueta. e) Licencia de Funcionamiento de la Fábrica vigente. f) Muestra del producto a registrar.
	¿En que costos se incurren para obtener un registro sanitario para la exportación de fruta deshidratada?	Costo \$35.00 por producto más gasto de laboratorio
	¿Qué requisitos debe cumplir un producto para poder obtener el certificado fitosanitario, para su exportación?	Estar registrado como exportador en el CIEX Conocer y presentar los requisitos que pide el país importador al momento de realizar el trámite Llenar la solicitud correspondiente y presentar la documentación complementaria para cada caso Cancelar el monto del certificado de exportación
	¿En qué costo se incurre para obtener un certificado fitosanitario para la exportación?	\$6.45 por cada 10,000 Kgs vía terrestre o aérea \$6.45 por cada 40,000 Kgs o fracción vía marítima
	¿El Certificado Fitosanitario aplica para la fruta deshidratada?	Me explican los técnicos de Cuarentena Vegetal de este Ministerio que por dicho producto por ser valga la redundancia un producto procesado no se requiere Certificado Fitosanitario para exportar o importar fruta deshidratada.

<p>¿Cuáles son los pasos detallados para realizar una exportación?</p>	<p>1. Inscribirse como exportador en el CIEX El Salvador; puede encontrar los requisitos y el formulario en https://www.centrex.gob.sv/scx.html/requisitos_registro_exportador.html</p> <p>2. Inscribirse en la base de datos de la DGA, en cumplimiento a la DACG N' DGA 001-2015</p> <p>Disposiciones especiales relativas al Registro de Importadores y Exportadores, que puede consultar en el siguiente vínculo:</p> <p>http://www.mh.gob.sv/portal/page/portai/PMH/LAIP/MarcoNormativo/AdministracionAduanera?piref47632032014763202884.tabstring=DirectivasGenerales.</p> <p>3. Tramitar las facturas de exportación en el Ministerio de Hacienda</p> <p>4. Por ser productos para alimentación humana, debe tramitar ante el Ministerio de Salud, el certificado de libre venta (http://usam.salud.gob.sv/index.php/novedades/noticias/noticias-em-presas/553) y el registro sanitario del producto (http://usam.salud.gob.sv/index.php/novedades/noticias/noticias-em-presas/554)</p> <p>5. Una vez esté lista para exportar, puede presentarse a las oficinas de CIEX para hacer el registro de la operación de exportación</p>
<p>¿Cuáles son los principales factores a considerar para realizar exportaciones?</p>	<p>Certificaciones, TLC, Producir con calidad y Producir volumen.</p>
<p>¿Qué requisitos debe cumplir la fruta deshidratada para ser exportada?</p>	<p>En el caso de exportar se necesita una certificación de la FDA, la cual se hace por medio del internet y luego unos inspectores visitan las instalaciones, también la planta debe tener la autorización de funcionamiento de parte del Ministerio de Salud, también todos nuestros productos tienen un registro sanitario, su código de barras y tienen permiso de exportación por el Ministerio de Salud, además se deben cumplir los requisitos de etiquetado, pues nosotros no definimos nada de la imagen comercial del producto, sino el país de destino, es decir el cliente, porque ellos saben cuáles son los gustos del consumidor.</p>

Anexo 4:

Fotos tomadas durante la investigación.



Licda. Ana Patricia Sánchez de Cruz
Oficial de Información, Oficina de Información y Respuesta (OIR)



Sra. Delmy González
Delimaya, El Mercadito en Torre Futura



Planta deshidratadora de fruta
Agroindustria Finca Don Chimino, Guazapa.



Fruta deshidratada en presentación de 40g.
Fabricada por Delimaya.

Anexo 5:

Presentaciones de fruta deshidratada existentes en El Salvador.



Tablilla de fruta deshidratada



Presentación de 25gr



Presentación de 40 gr

Anexo 6:

Ficha técnica del producto terminado: Fruta Deshidratada.

Nombre del producto	Mango deshidratado
Descripción del producto	<p>Fruta tropical nutritiva, dulce y con consistencia almidonada, sometida a un proceso de desecación (industrial o casero) para conservarla comestible por un periodo de tiempo más amplio.</p> <p>Contiene altos niveles de fibra, vitamina A y azúcares naturales</p>
Lugar de Elaboración	El salvador, C.A
Datos Nutricionales	<p>100% natural, Sin colorantes Libre de aditivos Sin azúcar Libre de Gluten Fuente de fibra y energía</p>
Presentaciones	<p>20 gramos</p> <p>25 gramos</p> <p>42 gramos</p>
Características Organolépticas: Color: Amarillo fuerte Olor: Natural Sabor: Característico Textura: Degradada	

Nombre del producto	Guineo deshidratado
Descripción del producto	Fruta con alto contenido de potasio, vitamina A, vitamina C, triptófano, magnesio, ácido fólico, fibra y carbohidratos además de contener un antiácido natural muy útil; sometiéndola a un proceso de desecación (industrial o casero) para conservarlo comestible por un periodo de tiempo más amplio.
Lugar de Elaboración	El Salvador, C.A
Datos Nutricionales	100% natural, Sin colorantes, ni preservantes Libre de aditivos Sin azúcar Libre de Gluten Fuente de fibra y energía
Presentaciones	20 gramos 25 gramos 42 gramos
Características Organolépticas: Color: Café oscuro Olor: Natural Sabor: Característico Textura: Áspera	

Nombre del producto	Piña deshidratada
Descripción del producto	Fruta del pino y otros árboles, de forma ovalada, terminado en punta, y formada por muchas piezas duras y leñosas, colocadas en forma de escamas, esta fruta es sometida a un proceso de desecación (industrial o casero) para conservarla comestible por un periodo de tiempo más amplio.
Lugar de Elaboración	El salvador, C.A.
Datos Nutricionales	100% natural, Sin colorantes, ni preservantes artificiales Libre de aditivos Sin azúcar Libre de Gluten Fuente de fibra y energía
Presentaciones	20 gramos 25 gramos 42 gramos
Características Organolépticas: Color: Amarillo Olor: Característico Sabor: Característico Textura: Degradada	

Nombre del producto	papaya deshidratada
Descripción del producto	Fruta tropical con muchas propiedades medicinales y un gran sabor, utilizado en la elaboración de postres, jugos, yogures y helados; sometida a un proceso de desecación (industrial o casero) para conservarla comestible por un periodo de tiempo más amplio.
Lugar de Elaboración	El Salvador, C.A
Datos Nutricionales	100% natural, Sin colorantes Libre de aditivos Sin azúcar Libre de Gluten Fuente de fibra y energía
Presentaciones	20 gramos
	25 gramos
	42 gramos
Características Organolépticas: Color: Naranja oscuro Olor: Natural Sabor: Característico Textura: Degradada	

Anexo 7:

Ficha de Inscripción de Exportador.



Banco Central de Reserva
de El Salvador



Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte,

San Salvador, El Salvador, C.A.

Tels.: 2281-8085 al 91, 8538 Fax: 2281-8086

Correo electrónico: ciexportaciones@bcr.gob.sv

http://www.centrex.gob.sv ó www.centrexonline.com

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN / ACTUALIZACIÓN DE DATOS

IMPORTADOR EXPORTADOR AMBOS

NIT (sin guiones)				Uso exclusivo del CIEX El Salvador		
NOMBRE SEGÚN NIT				CÓDIGO		
INSCRIPCIÓN EN EL CENTRO NACIONAL DE REGISTROS (CNR) (si es persona jurídica)						
No.:	Libro:	Folio:	Fecha:			
DIRECCIÓN DEL EXPORTADOR / IMPORTADOR			MUNICIPIO	DEPARTAMENTO		
TELÉFONOS	FAX	SITIO WEB	CORREO ELECTRONICO			
NÚMERO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTE (NRC)	GIRO O ACTIVIDAD SEGÚN EL NRC		¿ES GRAN CONTRIBUYENTE?			
			SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
¿ES TASA 0% IVA?		ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL				
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>						
¿OPERA EN ZONA FRANCA?		¿OPERA EN DEPOSITO PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO (DPA)?				
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>				
Nombre de la Zona Franca:		Acuerdo No.:				
Acuerdo No.:		Fecha:		Fecha:		
No. De Empleados Remunerados:	Hasta 10 trabajadores <input type="checkbox"/>	Hasta 50 Trabajadores <input type="checkbox"/>	Hasta 100 Trabajadores <input type="checkbox"/>	De 101 en Adelante <input type="checkbox"/>		
PERSONAS AUTORIZADAS PARA FIRMAR DOCUMENTOS Y/O AUTORIZAR EXPORTACIONES EN EL (SICEX) *						
NOMBRE	CARGO	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO	FIRMA	AUTORIZAR	
					DOCUMENTOS	Operaciones SICEX
PERSONA DE CONTACTO			PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN / IMPORTACIÓN			
Nombre:						
Correo electrónico:		Teléfono:				
DATOS DE IMPORTADOR - EXPORTADOR Ó R.L.			USO EXCLUSIVO DEL CIEX			
Nombre del Representante Legal:			Observaciones:			
Correo electrónico:						
Bajo juramento declaro que los datos proporcionados son expresión fiel de la verdad, por lo que asumo la responsabilidad correspondiente.						
Firma del Representante Legal o Persona Natural, y sello de la empresa			Firma, fecha y sello de autorizado CIEX EL SALVADOR			

*Sistema Integrado de Comercio Exterior, a través del cual se autorizan las exportaciones por internet, disponible las 24 horas, los 365 días del año; para lo cual se creará clave de acceso y se remitirá al correo electrónico de cada usuario autorizado.

Anexo 8:

Productos Controlados.

Productos de exportación que requieren autorización de otras instituciones, previo a trámite en CIEX El Salvador:

PRODUCTO	INSTITUCIÓN RESPONSABLE Y AUTORIZACIÓN QUE REQUIERE
Azúcar de caña	CONSEJO SALVADOREÑO DE LA AGROINDUSTRIA AZUCARERA Resolución del Consejo Salvadoreño de la Agroindustria Azucarera
Agroquímicos, biológicos, medicinas y alimentos para uso veterinario	MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA (MAG) Registro de la Dirección de Registro y Fiscalización
Flora y Fauna Silvestre	Autoridad Administrativa CITES El Salvador de la Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal del MAG Certificado CITES
Granos básicos, loroco fresco y papaya hawaiana (cuando el país importador requiera de información adicional)	Dirección General de Sanidad Vegetal (Cuarentena Agropecuaria) Inspección del Producto a exportar
Productos lácteos (1)	Laboratorios Calificados para realizar análisis (1) Examen de Calidad
Carne	Registrarse y obtener autorización de Inspección de Productos de Origen Animal
Frijol rojo	Autorización de la Dirección Gral. de Sanidad Vegetal y Animal
Miel de Abejas	Original y copia del Acta de muestreo de la Unidad Apícola, Inocuidad de Alimentos del MAG.
Productos pesqueros	Registrarse y obtener carné de la Dirección General de la Pesca y Acuicultura (CENDEPESCA)
Productos alimenticios manufacturados para consumo humano	MINISTERIO DE SALUD Registro del Departamento de Saneamiento Ambiental
Café (incluso tostado o molido)	CONSEJO SALVADOREÑO DEL CAFÉ Permiso del Consejo Salvadoreño del Café
Desperdicios y desechos ferrosos y no ferrosos	MINISTERIO DE HACIENDA Registro de Exportador en la Dirección General de Aduanas
Armas y Explosivos	Ministerio de la Defensa Nacional Dirección de Logística
Maquinaria	MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL Resolución de Titulares Resolución de la Dirección General de Aduanas
Bienes del Patrimonio Cultural	Secretaría de Cultura de El Salvador (SECULTURA) Resolución de SECULTURA

Fuente: CIEX El Salvador (2016).

Anexo 9: Solicitud de Exportación.



BANCO CENTRAL DE RESERVA
Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte, San Salvador, El Salvador, C.A.
Tels.: (503) 2281-8087 al 8091, 2281-8131, 2281-8435 y 2281-8287, Fax: (503) 2281-8086
Correo electrónico: centrex@bcr.gob.sv

SOLICITUD DE EXPORTACIÓN (Instrucciones al reverso) Consignar los valores en US\$

No. _____

1. Exportador				8. Aduana de destino				
NIT				9. Aduana de salida				
Contacto				10. Fecha de embarque				
Tel.				11. Consignatario (Nombre, dirección exacta y país)				
2. Tipo de exportación (ver definiciones al reverso)				NIT:				
<input type="checkbox"/> Definitiva <input type="checkbox"/> Definitivas con compras locales (DPA) <input type="checkbox"/> Devolución <input type="checkbox"/> Maquila <input type="checkbox"/> Recinto Fiscal <input type="checkbox"/> Re-exportación				<input type="checkbox"/> Re-exportación en el mismo estado proveniente de importación temporal <input type="checkbox"/> Re-exportación proveniente de admisión temporal después de reparación <input type="checkbox"/> Re-exportación proveniente de depósito <input type="checkbox"/> Sin valor comercial <input type="checkbox"/> Temporal con reimportación en el mismo estado <input type="checkbox"/> Temporal para perfeccionamiento pasivo				
3. País de destino de la(s) mercancía(s)				12. Importador (Nombre, dirección exacta y país)				
4. País de origen de la(s) mercancía(s) (si son varios países especifíquelos en la casilla 23)				NIT:				
5. Forma de pago				13. Identificación del Medio de Transporte				
<input type="checkbox"/> Anticipado <input type="checkbox"/> Al crédito <input type="checkbox"/> A la vista Plazo <input type="text"/> días				14. Aduana de registro				
6. Medio de pago				15. Número(s) de la(s) factura(s) de exportación				
<input type="checkbox"/> Carta de crédito <input type="checkbox"/> Cobranza bancaria <input type="checkbox"/> Cobranza directa								
7. Medio de transporte								
<input type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/> Terrestre/Aéreo <input type="checkbox"/> Marítimo <input type="checkbox"/> Terrestre/Marítimo								
16. Código arancelario	17. Descripción de las mercancías	18. Criterio de origen para exp. a C.A.	19. Número y clase de bulto	20. Cantidad y unidad de medida	21. Peso neto en Kilogramos	22. Peso bruto en Kilogramos	23. Valor de la materia prima si es maquila	24. Valor FOB
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
25. Total materia prima nacional (si es maquila)	26. Total materia prima importada (si es maquila)	27. Total valor agregado (si es maquila)		28. Total peso neto en kilogramos	29. Total peso bruto en kilogramos	30. Total valor de la materia prima (si es maquila)	31. Total valor FOB	
32. Si requiere Certificado de Origen, favor agregar la siguiente información en una hoja adicional:				33. Flete	34. Seguro	35. Otros gastos	36. Valor total	
Nombre, dirección y número de registro fiscal del productor								
Descripción del producto en idioma inglés (aplica sólo para exportaciones hacia Estados Unidos)				37. Bajo protesta de decir la verdad, declaro que los datos de esta solicitud son ciertos y por la misma me sujeto a las disposiciones vigentes				
Clasificación arancelaria del país importador (aplica sólo para exportaciones hacia Estados Unidos)								
Criterio para trato arancelario preferencial								
Otros criterios				Nombre, cargo y firma de la persona autorizada				
Nombre y dirección del productor								
Nombre y cargo de la persona que firmará la Certificación				Sello				

Graficador S.A. de C.V. 29 C. Ote. #207, S.S. Tel.: 2225-9151. 09/2007

Anexo 10:

Certificados de Origen por País.

TIPO DE CERTIFICADO	PAÍSES DE DESTINO
TLC CON MÉXICO-CENTROAMÉRICA*	México
TLC CON PANAMÁ*	Panamá
TLC CON REPÚBLICA DOMINICANA*	República Dominicana
TLC CON CHILE*	Chile
TLC ESTADOS UNIDOS, REPUBLICA DOMINICANA Y CENTROAMÉRICA*	Estados Unidos, Guatemala, Honduras, Nicaragua, República Dominicana
TLC EL SALVADOR, HONDURAS, TAIWÁN	Taiwán
TLC COLOMBIA – EL SALVADOR, GUATEMALA Y HONDURAS*	Colombia
Acuerdo de Alcance Parcial El Salvador – Venezuela Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)*	Venezuela
Acuerdo de Alcance Parcial El Salvador – Cuba	Cuba
Sistema Generalizado de Preferencias – SGP (FORMA "A") Instrucciones de llenado	Australia, Belarús, Canadá, Estados Unidos de América, Federación Rusa, Japón , Noruega, Nueva Zelanda, Suiza incluido Liechtenstein, Turquía, Unión Europea (Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países bajos, Polonia, Portugal, República Checa, Reino Unido, Rumania, Suecia)
BCR – CIEX El Salvador*	Para países que lo exigen o aquellos productos a exportar que están excluidos de los Tratados de Libre Comercio, SGP y ALADI

Fuente: CIEX El Salvador (2016).

Anexo 11:

Tiempo de duración y precios de los trámites.

Tiempo de duración de los Trámites:

Tipo de Trámite	En CIEX El Salvador	Vía Internet mediante el SICEX
	Duración	Duración
Registro de Exportador	4 horas	El trámite se hace en Oficinas del CIEX El Salvador.
Autorización de Declaración de Mercancías o Formulario Aduanero Centroamericano	1 hora	Autorización en línea, con tiempo máximo de espera de 30 minutos.
Autorización de Certificados de Origen del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP); Acuerdos de Alcance Parcial con Cuba y Venezuela CIEX-BCR 1/	La autorización de estos documentos se incluye dentro de los 60 minutos que dura el trámite de la Declaración de Mercancías y/o Formulario Aduanero Centroamericano	Autorización en línea, con tiempo máximo de espera de 30 minutos.
Autorización de la Dirección General de Aduanas (DGA) –Teledespacho, de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) de Guatemala, de la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI) de Honduras y la Dirección General de Aduanas de Nicaragua (DGA) cuando corresponda.		Autorización en línea, con tiempo máximo de espera de 30 minutos.

1/ Se autorizan cuando la naturaleza del producto o el país de destino lo requieren.

Fuente: CIEX El Salvador (2016)

Precio de los trámites:

Tipo de Trámite	Precio en Dólares
Registro de Exportador	El exportador no paga por este trámite.
Autorización de Declaración de Mercancías o Formulario Aduanero Centroamericano	US\$6.00* + 13% IVA** por cada operación.
Estadísticas Especiales	\$1.00 + 13% IVA** por página
Autorización de Certificados de Origen (SGP, ALADI, CIEX-BCR), los Tratados de Libre Comercio vigentes y Acuerdos de Alcance Parcial.	SIN COSTO
Transmisión y registro en el Sistema de la Dirección General de la Renta de Aduana en El Salvador.	SIN COSTO
Control de Cuotas de Exportación	SIN COSTO

*Tarifa vigente a partir del 19 de Marzo de 2012.

**Impuesto al Valor Agregado

Fuente: CIEX El Salvador (2016)

Anexo 12:

Declaración Aduanera de Mercancías.

República de El Salvador Ministerio de Hacienda Dirección General de la Renta de Aduanas				DECLARACION DE MERCANCIAS		1) No. /	
				No. BCR-0100046794		2) Número de Página 1 de 1	
3) Código Revisor:	4) Fecha Aceptación:	5) Código Aduana: 03	6) Código Régimen: E110	7) No. Manifiesto:	8) Fecha Manif.:		
9) Documento de Transporte:		10) Cód. Bodega y Ubicación:	11) Cód. Despachante:	12) Nombre o Razón Social del Declarante:			
13) NIT Declarante:	14) NRC Declarante:	15) Cód. País Proc./Dest.:	16) Cód. Transporte:	17) Cód. Dep. Aduanas:			
18) No. Declaración Valor:	19) Total Peso Bruto (Kgs.):	20) Total No. Bultos:	21) Cód. de Bultos Utilizados:				
22) Total FOB US\$:	23) Total Flete US\$:	24) Total Prima Seguro US\$:	25) Total Otros Gastos US\$:	26) Total CIF US\$:			
27) Números y Fechas de Facturas:				28) Códigos de Documentos Adjuntos:			
				29) Número Certificado Verificación:			
30) No. de Item	31) Código Arancelario:		32) Descripción Comercial de la Mercancía:				
33) Peso Neto en Kgs.:		34) Peso Bruto en Kgs.:					
35) Cód. País Origen:	36) Cód. Unid. Med.:	37) Cantidad:	38) FOB en US\$:	39) Flete en US\$:	40) Seguro en US\$:		
41) Otros Gtos. US\$:	42) CIF en US\$:	43) %DAI:	44) Monto DAI (en US\$):	45) Monto DAI (Colones):	46) Monto IVA (en US\$):		
30) No. de Item	31) Código Arancelario:		32) Descripción Comercial de la Mercancía:				
33) Peso Neto en Kgs.:		34) Peso Bruto en Kgs.:					
35) Cód. País Origen:	36) Cód. Unid. Med.:	37) Cantidad:	38) FOB en US\$:	39) Flete en US\$:	40) Seguro en US\$:		
41) Otros Gtos. US\$:	42) CIF en US\$:	43) %DAI:	44) Monto DAI (en US\$):	45) Monto DAI (Colones):	46) Monto IVA (en US\$):		
47) Declaración Anterior:				Código Aduana:		55) Protesto Bajo Juramento que lo Declarado es Verdad:	
Régimen: <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> O				No. Declaración:		Fecha Aceptación:	
48) Liquidación: No.				Fecha:		49) I/C:	
				Nombre, Firma y Sello, Declarante o Despachante de Aduanas		Firma y Sello Contador Vista	
50) Tributo	51) Valor a Pago - US\$	52) Monto en Garantía - US\$	53) Monto Exento - US\$	57) Reservado Entidad Colectora:			
D.A.I.				Monto Interés			
Específicos				Total Recaudado			
I.V.A.							
Tasas							
I.V.A. Serv.							
Multas :							
Otros							
54) TOTAL							
RESERVADO BCR							
Registro No. 0100046794				CENTREX - BCR			
Fecha de Emisión : 21/05/2001							
SICEX							
				ESTA ES UNA PRUEBA NO VALIDO PARA EFECTOS ADUANALES			
				Firma y Sello			
						58) Control de Pagos: No. Fecha :	
						59) Observaciones:	

ORIGINAL ADUANA

Anexo 14:
Lista de Empaque.

LISTA DE EMPAQUE REFERENCIA A LA FACTURA				
FECHA:			PEDIDO:	
CANT.	NUMERO	CONTENIDO DE CADA BULTO	DIMENSIONES DE CADA BULTO	PESO DE CADA BULTO
NATURALEZA DEL PRODUCTO:				
RECOMENDACIONES DE MANEJO:				
METODO DE EMPAQUE: MARCAS Y NUMEROS: NUMERO TOTAL DE BULTOS: VOLUMEN TOTAL: PESO NETO TOTAL: PESO BRUTO TOTAL:				

Anexo 16:

Manifiesto de Carga.

LOGO EMPRESA TRANSPORTADORA

RESOLUCION HABILITACION 002090 DE Mayo 2001
Ministerio de Transporte

MANIFIESTO DE CARGA

CODIGO REGIONAL	CODIGO DE EMPRESA	CODIGO NUMERICO CONSECUTIVO
-----------------	-------------------	-----------------------------

Resolución MINTTRANSPORTE No. 000337 DE 19 de Abril de 2006
RANGOS AUTORIZADOS del 425 - 0219 - 0006882 al 425 - 0319 - 0007590

CIUDAD
DEPARTAMENTO
ORIGEN DEL VIAJE

CIUDAD
DEPARTAMENTO
DESTINO FINAL DEL VIAJE

FECHA EXPEDICIÓN			
------------------	--	--	--

DATOS DEL VEHICULO									
PLACA	MARCA	LINEA	MODELO	MODELO REPOTENCIADO A	SERIE No.	COLOR	TIPO CARROCERIA		
REGISTRO NACIONAL DE CARGA No.	CONFIG.	PESO VACIO	POLIZA SOAT No.		COMPANIA SOAT	VENCIMIENTO SOAT	R - PLACA SEMIREMOLQUE		
PROPIETARIO		DOC. DE IDENTIFICACION No.		DIRECCION	TELEFONO	CIUDAD			
TENEDOR		DOC. DE IDENTIFICACION No.		DIRECCION	TELEFONO	CIUDAD			
CONDUCTOR		DOC. DE IDENTIFICACION No.		DIRECCION	CAT. LICENCIA CONDUCCION	CIUDAD			

DATOS DE LA MERCANCIA TRANSPORTADA										
NUMERO DE REMESA	UNIDADE MEDIDA	CANTIDAD	PESO	COO. DE NATURAL	COO. DE EMPAQUE	COO. DE PRODUCTO	PRODUCTO TRANSPORTADO	REMITENTE	DESTINATARIO	DESTINO

DATOS DE LOS FLETES			PAGO DE SALDO		SEGURO DE MERCANCIA	OBSERVACIONES
VALOR TOTAL FLETE	\$		LUGAR	FECHA (Conforme a la Ley)	COMPANIA DE SEGUROS Colseguros	
RETENCION EN LA FUENTE	\$		CARGUE PAGADO POR: (Conforme a la Ley)			
OTROS DESCUENTOS DE LEY	\$		DESCARGUE PAGADO POR: (Conforme a la Ley)		VIGENCIA DE LA POLIZA 01 - JULIO - 2007	
FLETE NETO	\$		COMPROBANTE DE ENGRESO		*Cualquier diferencia entre la cantidad cargada y la descarga que excede la Tolerancia establecida para el producto transportado será descontado del valor neto a pagar.	
VALOR ANTICIPO	\$		VALOR TOTAL DEL FLETE EN LETRAS: (Conforme a la Ley)			
VALOR SOBREANTICIPO	\$					
OTROS DESCUENTOS	\$					
VALOR FALTANTE (SI APLICA)	\$					
NETO A PAGAR	\$					

FIRMAY SELLOS AUTORIZADOS POR LA EMPRESA

FIRMA, CEDULA Y HUELLA PROPIETARIO Y/O CONDUCTOR

Anexo 18:

AirWay bill

(AWB).

DHL WORLDWIDE EXPRESS		Shipment Airwaybill 1-800-CALL-DHL		9213014274 <small>Quote this shipment number in an inquiry</small>		Origin	Destination
1 From (Shipper)						4 Pcs/Weight/Size	
Account no. _____ Shipper's reference _____		No. of pieces _____				Weight _____ lb	
Company name _____		3 Shipment details Domestic Services <input type="checkbox"/> USA OVERNIGHT International Services <input type="checkbox"/> INT'L DOCUMENT EXPRESS <input type="checkbox"/> WORLDWIDE TRUCKY BUSINESS <input type="checkbox"/> WOLFPAC WorldMail Services <input type="checkbox"/> For sale <input type="checkbox"/> AM <input type="checkbox"/> 2nd class <input type="checkbox"/> Other _____ Special Services <input type="checkbox"/> SATURDAY DELIVERY <input type="checkbox"/> POD <input type="checkbox"/> OTHER _____ / _____ Payment Options <input type="checkbox"/> Shipper's account <input type="checkbox"/> Recipient <input type="checkbox"/> Third party Acct. No. _____ <input type="checkbox"/> Cash/Check/Credit Card No. _____ Dates _____ type _____ Shipment Insurance U.S. \$ _____		Dimensions in inches _____ x _____ x _____ Pieces length width height			
Shipper's name _____				Dimensional/ Charged Weight _____ lb			
Address _____				Codes _____ Charged Services _____			
Zip code (required) _____	Phone/Fax/E-mail _____ <small>circle one</small>	Full description of contents _____		Special services _____			
2 To (Recipient)				International non document shipments only		Insurance _____	
Company name _____		Dedicated ware for customer (in US) _____		Export license no./symbol if applicable _____		Drop Box/Exp. Center _____	
Attention _____		Harmonized codes, B no. if applicable _____		Type of export <input type="checkbox"/> Permanent <input type="checkbox"/> Temporary <input type="checkbox"/> Repair/Return		Total _____	
Delivery address _____ <small>DHL cannot deliver to a PO Box</small>		Shipper's EIN/SIN _____		These commodities, technology or software were exported from the United States in accordance with the export administration regulations. Deviation contrary to U.S. law prohibited.		Transport Collect Sticker No. _____	
Zip/Postcode (required) _____	Phone/Fax/E-mail _____ <small>circle one</small>	Distribution duties/taxes if left blank recipient pays duties/taxes <input type="checkbox"/> Recipient <input type="checkbox"/> Shipper <input type="checkbox"/> Other _____		Original (DHL) delivery copy		Picked Up By _____	
5 Shipper's authorization and signature				terms of airwaybill agreement <small>See reverse side for details. This agreement is subject to the terms and conditions of the applicable tariff and rate schedule. It is the responsibility of the shipper to ensure that the goods are properly packaged and labeled in accordance with the applicable regulations. The shipper warrants that the goods are properly packaged and labeled in accordance with the applicable regulations. The shipper warrants that the goods are properly packaged and labeled in accordance with the applicable regulations. The shipper warrants that the goods are properly packaged and labeled in accordance with the applicable regulations.</small>		Time _____	
Signature _____		Date _____		Date _____			