

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“PLAN DE EXPORTACIÓN PARA HORTALIZAS ORGÁNICAS (CHILE, TOMATE Y PEPINO)  
CULTIVADOS EN INVERNADEROS EN EL MUNICIPIO DE TACUBA, DEPARTAMENTO DE  
AHUACHAPÁN”

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PRESENTADO POR:

MONTALVO PERDOMO, VERÓNICA BEATRIZ  
PORTILLO MELÉNDEZ, GRISELDA MARINA  
ROLDAN BARRIOS, MARÍA ANTONIETA

PARA OPTAR AL GRADO DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

ENERO de 2007

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA



**©2004, DERECHOS RESERVADOS**

Prohibida la reproducción total o parcial de este documento,  
sin la autorización escrita de la Universidad de El Salvador

<http://virtual.ues.edu.sv/>

**SISTEMA BIBLIOTECARIO, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

## UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

### AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTORA	:	Dra. María Isabel Rodríguez
Secretaria General	:	Licda. Alicia Margarita Rivas de Recinos
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas	:	Lic. Emilio Recinos Fuentes
Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas	:	Licda. Vilma Yolanda Vásquez de Del Cid
Docente Director	:	Dr. Oscar Mauricio Barrios.
Coordinador del Seminario Tribunal Examinador	:	Lic. Rafael Arístides Campos
Docente Observador	:	Lic. Francisco Antonio Quintanilla

Enero de 2007

San Salvador, El Salvador, Centro América

## AGRADECIMIENTOS

### GRISELDA MARINA PORTILLO MELÉNDEZ

Agradezco a Dios Todopoderoso por brindarme este logro y por estar a mi lado siempre, a mi madre Paula Griselda Meléndez por su amor, paciencia, confianza y apoyo, a mi padre Jesús Portillo Velasco quién al lado de Dios guío mi camino, a mis hermanas Celia y Adriana Portillo en ánimo y creer en mí, a mi familia que de alguna u otra forma me ayudo a culminar esta meta, a mis compañeras y amigas de tesis que junto a ellas nos apoyamos y nos brindamos la fuerza necesaria para el desarrollo de nuestros ideales, a mis amigos por brindarme siempre su mano y finalmente a todas las personas que contribuyeron a la realización de este proyecto.

### VERONICA BEATRÍZ MONTALVO PERDOMO

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar esta meta, y en especial a mis padres: José David Montalvo Guerrero y Estela Perdomo de Montalvo por apoyarme en esta etapa tan importante para mí, de igual manera a mi hermana Brenda Montalvo.

Finalmente agradezco a todas las personas que contribuyeron de una u otra manera en la culminación de este proyecto: Padre Miguel Andueza, Fernando Madrazo Barcenás, Griselda Marina Portillo, María Antonieta Roldán, la comunidad de Tacuba, la ADIC y todas las personas que aportaron ideas e información para el proyecto.

### MARÍA ANTONIETA ROLDAN BARRIOS

Creo que a la hora de realizar agradecimientos a lo largo de una carrera son tantas las personas a las cuales agradecer que nos podemos quedar cortos en hacerlo, pero empezemos:

A Dios por permitirme terminar mis estudios universitarios con salud, con vida, con deseos de seguir adelante, a mis padres y mi hermana que día a día me apoyan, me ayudan y me hacen ser mejor persona, con sus consejos, amor, cariño, trabajo, entereza y constantes palabras de ánimo, a los niños (Ellos entienden), que me ayudan siempre, esta conmigo, me apoyan, me complementan, creen en mí, me incentivan y motivan en una manera increíble, con la oración de verdad que es lo máximo, a mi familia, a mi tía abuela, a mis tías, tíos, abuelos, primos, a mis amigos que han estado conmigo en esos momentos de alegrías y tensión a mis catedráticos que a lo largo de toda la carrera se ocuparon de trasladarnos sus conocimientos y a nuestro asesor: El Dr. Barrios que nos proporcionó tiempo y conocimientos para poder completar nuestro trabajo.

## INDICE

RESUMEN. . . . .	i
INTRUDUCCIÓN. . . . .	ii

### CAPITULO I

#### GENERALIDAD Y MARCO TEÓRICO DE: LA PLANEACIÓN, AGRICULTURA ORGÁNICA, CULTIVOS EN INVERNADEROS, EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN EN EL SALVADOR.

A. ASPECTOS GENERALES DE LA PLANEACIÓN. . . . .	1
1. Planeación. . . . .	1
1.1. Planeación y Planificación. . . . .	1
1.2. Concepto. . . . .	2
1.3. Tipos. . . . .	2
1.3.1. Plan Estratégico. . . . .	2
1.3.2. Plan Táctico. . . . .	2
1.3.3. Plan Operativo. . . . .	2
1.4. Componentes. . . . .	3
B. ASPECTOS GENERALES DE LA PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS. . . . .	3
1. Conceptos. . . . .	3
2. Antecedentes. . . . .	4
3. Producción de Hortalizas Orgánicas. . . . .	7
3.1 Recursos y Técnicas utilizadas. . . . .	7
3.2 Diferencia entre Producción Orgánica y Producción Tradicional. . . . .	8
3.3 A Nivel Mundial. . . . .	8
3.4 En El Salvador. . . . .	10
3.4.1 En Tacuba. . . . .	11

4	Principales Productores de Hortalizas Orgánicas.	11
4.1	A Nivel Mundial.	11
4.2	En El Salvador.	12
C.	ASPECTOS GENERALES DE LA PRODUCCIÓN EN INVERNADEROS.	14
1.	Conceptos.	14
2.	Tipos.	15
3.	Ventajas.	16
4.	Desventajas.	17
D.	ASPECTOS GENERALES DE LA EXPORTACIÓN.	17
1.	Generalidades.	17
2.	Conceptos.	18
3.	Tipos de Exportación.	19
4.	Escala de métodos de estructuras de operación en mercados extranjeros.	21
E.	ASPECTOS GENERALES DE LA IMPORTACIÓN.	23
1.	Generalidades.	23
1.1	Importaciones.	24
2.	Conceptos.	25
3.	Tipos de importación.	25
F.	RELACIONES COMERCIALES DE EL SALVADOR CON ESTADOS UNIDOS.	26
1.	Acuerdos, Convenio o Tratado Comerciales.	26
1.2	Concepto.	26
1.2	Tratados de Libre Comercio.	26
1.2.1	Antecedentes.	26
1.2.2	Objetivos.	27
1.2.3	Importancia.	28
1.2.4	TLC con Estados Unidos..	28
1.2.4.1	Las Hortalizas ante el TLC.	28

**CAPITULO II**  
**DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO**  
**PRODUCTOR (MUNICIPIO DE TACUBA) Y CONSUMIDOR**  
**(EL SALVADOR Y ESTADOS UNIDOS) DE HORTALIZAS ORGÁNICAS.**

A. OBJETIVOS. . . . .	32
1. General. . . . .	32
2. Específicos. . . . .	32
 B. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN. . . . .	 33
1. Planteamiento y Delimitación. . . . .	33
1.1 Antecedentes. . . . .	33
1.2 Formulación Del Problema. . . . .	35
1.3 Delimitación del Tema. . . . .	35
1.3.1 Delimitación Geográfica. . . . .	35
1.3.2 Delimitación Demográfica. . . . .	36
1.3.3 Delimitación Temporal. . . . .	37
1.3.4 Delimitación Teórica. . . . .	37
2. Justificación del Estudio. . . . .	37
2.1 Importancia. . . . .	37
2.2 Utilidad. . . . .	38
2.3 Factibilidad. . . . .	39
3. Hipótesis y Operativización. . . . .	40
3.1 General. . . . .	40
3.2 Específicas. . . . .	40
3.3 Operativización de Hipótesis. . . . .	40
4. Métodos y Técnicas de Investigación. . . . .	43
4.1. Métodos de Investigación. . . . .	43
4.2. Tipos de Investigación. . . . .	43
4.3. Recolección de Información. . . . .	43

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección.	45
4.4.1 Técnicas de Recolección.	45
4.4.2 Instrumentos para la recolección de la Información.	46
4.5. Presentación.	46

#### C. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO PRODUCTOR (MUNICIPIO DE TACUBA - EL

SALVADOR).	46
1. Análisis de Mercado.	46
1.1. Marketing Mix.	47
1.1.1. Producto.	47
1.1.2. Precio.	53
1.1.3. Plaza.	54
1.1.4. Promoción.	57
2. Análisis de Producción.	57
2.1. Capacidad Instalada.	57
2.2. Recursos Disponibles.	58
2.2.1. Humano.	59
2.2.2. Económico.	59
2.2.3. Tecnológico.	59
3. Análisis Económico.	59
3.1. Ingresos.	60
3.2. Inversión.	60
3.3. Costos.	61
3.4. Gastos.	62

#### D. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO CONSUMIDOR (ESTADOS UNIDOS).

1. Características del mercado.	62
1.1 Local.	62
1.2 Extranjero.	62
2. Comportamiento del consumidor.	64
2.1 Perfil del consumidor de productos ecológicos.	64
2.1.1 Local.	64
2.1.2 Extranjero.	64

2.2 Consumo de frutas y verduras en los Estados Unidos.	65
3. Análisis del precio.	66
3.1 Tomate.	66
3.2 Chile.	66
3.3 Pepino.	66
E. ASPECTOS LEGALES.	68
1. Etapa I: Registro de exportador.	68
1.1 Fuera Del área Centroamericana.	69
1.2 Registro del Exportador.	69
1.3 Solicitud de Exportación.	70
1.4 Precio de los Trámites.	71
2. Etapa II: "Tramites y Requisitos de Exportación de Hortalizas Orgánicas en El Salvador".	71
2.1 Requisitos para la exportación de Frutas Frescas y Vegetales a Estados Unidos.	71
2.2 Requisitos Fitosanitarios.	72
2.3 Inspección.	73
2.4 Puntos de Acceso al Mercado Estadounidense.	74
2.5 Requisitos de la FDA (Food and Drug Administration).	74
2.6 Quién debe registrarse.	75
2.7 Cuándo y cómo.	76
2.8 Agente en los Estados Unidos.	77
2.9 ¿Qué envíos se debe notificar?.	77
2.10 Territorios donde pueden entrar productos frescos.	78
2.11 Permitidos para su Ingreso en todos los puertos.	79
3. Etapa III: "Tramites de Importación de Hortalizas Orgánicas en Estados Unidos."	79
CONCLUSIONES.	81
RECOMENDACIONES.	82



### CAPITULO III

## PROPUESTA: PLAN DE EXPORTACIÓN PARA HORTALIZAS ORGÁNICA (CHILE, TOMATE Y PEPINO) CULTIVADOS EN INVERNADEROS EN EL MUNICIPIO DE TACUBA, DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN.

A. OBJETIVOS. . . . .	83
B. IMPORTANCIA. . . . .	83
C. DESARROLLO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN. . . . .	84
1. Plan Estratégico. . . . .	84
Misión. . . . .	84
Visión. . . . .	84
Objetivos. . . . .	85
Análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico). . . . .	85
Políticos. . . . .	86
Legislación Internacional USA. . . . .	86
Política gubernamental en materia de Producción Orgánica en los Estados Unidos. . . . .	87
Legislación actual en el mercado local El Salvador. . . . .	88
Características de productores agrícolas orgánicos. 89	
Económicos. . . . .	90
Situación económica local, principales Indicadores Económicos. . . . .	91
Indicadores Económicos de El Salvador. . . . .	92
Política fiscal. . . . .	92
Política monetaria. . . . .	92
Evolución de las principales variables. . . . .	92
La actividad económica. . . . .	92
El sector externo. . . . .	93
Economía y tendencias en Estados Unidos. . . . .	94
Estacionalidad (Estados Unidos). . . . .	95

Ciclos de mercado. . . . .	96	
Social. . . . .		96
Tendencias de estilo de vida. . . . .	96	
Opinión y Actitud del Consumidor (Estados Unidos). . . . .	97	
Patrones de Compra del Consumidor (Estados Unidos) . . . . .	98	
Grandes eventos e influencias (Estados Unidos). . . . .	98	
Acceso y Tendencias de Compra. . . . .	99	
Tecnológicos. . . . .		100
Desarrollos Tecnológicos. . . . .	100	
Análisis de la cadena de valor. . . . .		102
1.5.1 Las Actividades Primarias. . . . .		102
1.5.2 Las Actividades de Soporte a las actividades primarias. . . . .		104
FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas). . . . .		106
Formulación de la estrategia (decidir que hacer).. . . . .	110	
Certificación para Productos Orgánicos. . . . .		111
Etapas del proceso de Certificación. . . . .	111	
Medidas sanitarias y fitosanitarias para ingresar a los Estados Unidos. . . . .		115
Obstáculos técnicos al comercio. . . . .	116	
1.8.4 Ley Bioterrorismo. . . . .		117
2. Plan Táctico. . . . .		117
Factores Claves de Éxito. . . . .		117
Aporte de los Factores Claves de Éxito a la Preferencia del Consumo y la Supervivencia ante la competencia.. . . .		119
Especialistas en certificación de exportaciones USDA-APHIS. . . . .		120
El modelo de las fuerzas de Porter. . . . .		121
Amenaza de entrada de nuevos competidores. . . . .		121
La rivalidad entre los competidores. . . . .		122
Poder de negociación de los proveedores. . . . .		122
Poder de negociación de los compradores. . . . .		122
Amenaza de ingreso de productos sustitutos. . . . .		123
Gobierno. . . . .		123

3. Plan Operativo. . . . .	123
Guía para Exportar. . . . .	129
3.1.1 Pasos a seguir. . . . .	129
3.1.2 Productos de origen vegetal: Certificado fitosanitario. . . . .	130
3.1.3 Responsabilidad Legal del Importador en los EEUU. . . . .	131
3.1.4 Prueba del derecho de ingreso de las mercancías. . . . .	132
3.1.5 Despacho de mercancías. . . . .	133
3.1.6 Documentos de Despacho. . . . .	134
3.1.7 Resumen de la documentación de despacho. . . . .	134
3.1.8 Reconocimiento de la Mercancía. . . . .	134
3.1.9 Embalaje. . . . .	134
3.1.10 Facturas. . . . .	135
3.1.11 Registro de la firma procesadora. . . . .	135
3.1.12 Requisitos relativos a la sanidad vegetal (Frutas y Vegetales Frescos). . . . .	135
Plan Contingencial.. . . .	139
3.2.1 Análisis de riesgos. . . . .	139
RECOMENDACIONES. . . . .	141
BIBLIGRAFÍA	
ANEXOS	

## INDICE DE ANEXOS

ANEXO I	<p>Guía De Entrevistas</p> <p>Dirigidas a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Asociación Salvadoreña para el Desarrollo Integral Comunitario (ADIC)</li> <li>ii. Exporta El Salvador</li> <li>iii. Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)</li> <li>iv. Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR)</li> <li>v. Cooperación Técnica Alemana (GTZ)</li> </ul>
ANEXO II	<p>Invernadero Visión Exterior e Interior</p> <p>Esta es una muestra de los Invernaderos que la ADIC instalará en el Municipio.</p>
ANEXO III	Invernadero Metálico de 418m <sup>2</sup> de Superficie
ANEXO IV	Elementos y Accesorios de Riego
ANEXO V	Enfriamiento/ Humectación de Ambiente.
ANEXO VI	Obras hidráulicas (para 10 invernaderos)
ANEXO VII	Accesorios y Repuestos para Mantenimiento
ANEXO VIII	Semillas, Abono Orgánico y Recurso Humano
ANEXO IX	Certificado Fitosanitario
ANEXO X	Certificado Fitosanitario Ejemplo
ANEXO XI	Exportaciones Productos Orgánicos Registradas en CENTREX
ANEXO XII	Información Análisis Económico
ANEXO XIII	Principales Indicadores Económicos
ANEXO XIV	Formulario Unico Aduanero
ANEXO XV	Estado de Resultados proyectado para los 10 años
ANEXO XVI	Flujo de Caja proyectado para los 10 años
ANEXO XVII	Logotipo y empaque
ANEXO XVIII	Organigrama
ANEXO XIX	Situación de Riesgo y medidas preventivas
ANEXO XX	Métodos de los puntos críticos

## INDICE DE CUADROS

	Pag	
CUADRO 1	Diferencia entre Planeación y Planificación	1
CUADRO 2	Superficie Bajo Manejo Orgánico (Encuesta de Soel, febrero 2003)	9
CUADRO 3	Exportaciones en El Salvador	18
CUADRO 4	Tipos de Exportación	20
CUADRO 5	Escala de Métodos de Estructuras de Operación en Mercados Extranjeros	22
CUADRO 6	Importaciones en El Salvador	24
CUADRO 7	Puntos de la negociación TLC CA – EUA.	29
CUADRO 8	Operativización de Hipótesis	41
CUADRO 9	Diversificación de la Oferta de Productos Orgánicos en El Salvador (Año 2005)	48
CUADRO10	Canales de Comercialización de Tomate en fresco para Exportación a Estados Unidos	56
CUADRO11	Resumen de Inversión	61
CUADRO12	Precios De Productos Orgánicos en Estados Unidos. 17 de septiembre del 2001	67
CUADRO13	Precios de Productos Orgánicos en Estados Unidos, tomando en cuenta la inflación en Estados Unidos	67
CUADRO14	¿Se encuentra legalmente establecida su empresa?	89
CUADRO15	¿Cuánto tiempo tienen de cultivar/ procesar orgánicos?	89
CUADRO16	El Salvador: exportaciones por país e inciso arancelario	93
CUADRO17	El Salvador: Exportaciones por País de Destino e inciso de Sistema Arancelario Centroamericano (S.A.C.)	94
CUADRO18	Estados Unidos: Inflación Anual, 1980-2006	95
CUADRO19	Cadena de Valor del Chile, Tomate, Pepino Orgánico Cultivados en Invernaderos.	106
CUADRO20	Formulación de Estrategias	110
CUADRO21	Agencias Certificadoras Orgánicas en Estados Unidos	112
CUADRO22	Requerimientos de la Certificación para Productos Orgánicos de Estados Unidos Aplicables a las Exportaciones.	114
CUADRO23	Especialistas en Certificación de Exportaciones USDA-APHIS	121
CUADRO24	Actividades de Plantación	125
CUADRO25	Plan Operativo	127

## INDICE DE GRÁFICOS

		Pag
GRÁFICO 1	Ubicación Geográfica de Fincas con Producción Orgánica en El Salvador para el año 2005	49
GRÁFICO 2	Países Destino de Exportaciones Salvadoreñas para el año 2005	55

## RESUMEN

En la actualidad existe una diversidad de proyectos que brindan apoyo a comunidades; sin embargo, el plan de exportación para hortalizas (chile, tomate y pepino) cultivados en invernaderos, en el municipio de Tacuba, generará una alternativa de desarrollo. Previo a este plan se tomaron en cuenta los aspectos que permiten fortalecer a corto plazo, los procesos administrativos, productivos y de comercialización, de un grupo específico de agricultores con deseos de salir adelante, de mejorar las condiciones de vida de su familia y con una visión emprendedora; generando un impacto a corto, mediano y largo plazo sobre la comunidad, garantizando de este modo su propia dinámica de crecimiento y desarrollo. A su vez, para la realización de la investigación se utilizó el método científico y el deductivo; el tipo de investigación que se utilizó es el no experimental de tipo descriptiva, por lo que dicho plan es de gran utilidad ya que éste brindará soporte y fortalecimiento en el desarrollo comercial. Además, por medio de los recursos que la Asociación para el Desarrollo Integral Comunitario (ADIC) invertirá en equipo y capacitación se estará ayudando a 80 familias del municipio, se cuenta con el apoyo de instituciones que tienen un plan coordinado y completo. Por otra parte, las hortalizas constituyen uno de los sistemas de producción más importantes por su creciente aporte al PIB agropecuario; el período de transición para obtener la certificación orgánica resulta costoso, ya que mientras pasan los 2-3 años el producto se vende a su precio convencional, pero el productor tiene que cumplir con los principios de la producción orgánica, lo cual puede aumentar los costos de producción y disminuir su productividad. Para bajar el costo de la certificación, los productores pueden agruparse y crear un sistema de control interno, al hacerlo, los agricultores tienen que tener en cuenta que deben confiar y trabajar juntos. Cabe señalar que por muchos años, El Salvador se destacó por ser proveedor de una gama de productos hortícola para el mercado centroamericano. No obstante, en los últimos 10 años la tendencia ha sido la importación de desde Guatemala y Honduras. Se podría decir que los productores y exportadores de hortalizas en el mundo tienen muchos desafíos como la concentración continúa por parte de los compradores en el mercado internacional de hortalizas, y como consecuencia: Mayor competencia de terceros países, más restricciones por parte de las autoridades estadounidenses, menos partes con quien negociar y más exigencias a las que responder; es por ello necesario una adaptación continúa de la producción en Estados Unidos, gustos y preferencias de los consumidores sometidos a cambios, en especial por los producidos orgánicamente, para que así se puedan consolidar y enfrentar a nuevos retos será decisivo estar informado sobre los avances en los mercados internacionales, conocer bien a sus clientes y los consumidores y saber adaptarse a ellos.

## INTRODUCCIÓN

En los inicios del siglo XXI, en donde el mismo ser humano experimenta cambios en la forma de pensar y actuar, surge una perspectiva global llena de desafíos y opciones para el desarrollo humano capaces de resolver problemas básicos y contribuir a la reducción de la pobreza de una manera más sostenida. Por lo que es de vital importancia planear antes de cultivar y embarcar ya que la agricultura es un negocio muy competitivo y arriesgado. Para minimizar riesgos, los productores y los embarcadores deben planear con mucha antelación y obtener tanta información como sea posible. Es necesaria la comunicación con autoridades gubernamentales, importadores y transportistas, tanto antes de cultivar frutas y verduras tropicales, plantas y flores cortadas.

Es por ello que en vista de las opciones que se presentan en el entorno, se pretende elaborar un plan de exportación para hortalizas orgánicas (chile, tomate y pepino) cultivados en invernaderos en el municipio de Tacuba, departamento de Ahuachapán, que permitirán tener una perspectiva integral de esta opción para los agricultores de la localidad.

Este plan consiste, en que por medio del desarrollo de las etapas del mismo se proporcionará una visión clara de las implicaciones que, la exportación generará a la comunidad y al municipio en su totalidad, además se pretende la creación de un esquema de trabajo planificado que proporcionará herramientas y técnicas que harán que los agricultores puedan contar con una mejor organización.

Toda la mecánica propuesta, permitirá la creación de ventajas competitivas en la comercialización externa de los productos, así como también un beneficio real y a corto plazo de las personas involucradas, sus familias y la comunidad en general. El Plan de Exportación se abordará en tres etapas en el tiempo: Corto, Mediano y Largo Plazo por medio de los planes operativo, táctico y estratégico.

Por otra parte se presentarán los objetivos, el marco de referencia que respaldará la investigación y cada una de las hipótesis que al final se aprobarán o no según los resultados que la investigación arroje, además se analizará el mercado, la producción y la situación financiera que el plan requerirá.

De esta forma el esquema capitular se encuentra conformado por tres capítulos, el primero contendrá toda la teoría referente a los aspectos de plantación, producción orgánica, importaciones y exportaciones,



cultivos en invernaderos que permitirán abordar la parte de la propuesta de una mejor manera. El segundo capítulo que contendrá el Diagnóstico de la situación actual y un tercer capítulo con la propuesta del Plan de exportación.

Finalmente se presenta el cronograma de actividades, con las fechas estimadas a seguir para su implementación, la bibliografía utilizada en la investigación y los respectivos anexos.

## CAPITULO I

### GENERALIDAD Y MARCO TEÓRICO DE: LA PLANEACIÓN, AGRICULTURA ORGÁNICA, CULTIVOS EN INVERNADEROS, EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN EN EL SALVADOR.

#### A. ASPECTOS GENERALES DE LA PLANEACIÓN.

##### 1. Planeación.

La etapa de planeación comprende un proceso mediante el cual se realiza un análisis de la situación pasada, actual y futura en donde se establecen metas para integrar y coordinar actividades, desarrollando cursos de acción idóneos para alcanzar dichas metas.

Es por ello necesario hacer una distinción entre los términos Planeación y Planificación.

##### 1.1 Planeación y Planificación.

La planeación anima a la dirección para que piensen sistemáticamente en lo que ha sucedido, está sucediendo y en lo que podría suceder, lo cual permite establecer estándares de control para un mejor desempeño.

La planificación es el proceso de desarrollar objetivos empresariales y elegir un futuro curso de acción para lograrlos.<sup>1</sup>

CUADRO 1. DIFERENCIA ENTRE PLANEACIÓN Y PLANIFICACIÓN

PLANEACIÓN	PLANIFICACIÓN
En esta se realiza un análisis de la situación pasada, actual y futura en donde se establecen metas para integrar y coordinar actividades para alcanzar un objetivo en específico.	Es una forma concreta de la toma de decisiones que abarca el futuro específico que los líderes quieren para sus organizaciones.

Fuente: STONER, Jame A. S. Administración. Editorial Prentice Hall. 6° edición. 1997. México.

<sup>1</sup> WELSCH, Glenn A. y otros. 2005a. Pág. 4.

## 1.2 Concepto.

Planeación proceso mediante el cual se establecen metas y cursos de acción idóneos para alcanzar dichas metas.<sup>2</sup>

## 1.3 Tipos.

El proceso administrativo aplicado al marketing consiste básicamente en planear un programa de marketing, ponerlo en marcha y evaluar su rendimiento. La planeación puede abarcar períodos breves o largos. Esto se denota a través de:

### 1.3.1 Plan Estratégico.

Proceso administrativo de crear y mantener una coherencia estratégica entre las metas y capacidades de la organización y sus oportunidades de marketing, esto implica definir una misión clara para que la empresa pueda establecer objetivos de apoyo, diseñar una cartera de negocios sólidos y coordinar estrategias funcionales.<sup>3</sup>

### 1.3.2 Plan Táctico.

Proceso administrativo de conjugar los recursos de una empresa diseñados para alcanzar los planes estratégicos de la misma a un mediano plazo. Va de la mano del operativo.

### 1.3.3 Plan Operativo.

Planes que contienen detalle para poner en práctica o aplicar los planes estratégicos en las actividades diarias.

Aplicado al desarrollo del plan de exportación, en la etapa de planeación los agricultores y el embarcador deben de plantearse las siguientes interrogantes de manera conjunta así:

---

<sup>2</sup> STONER, Jame A. S. 1997a. Pág. G8.

<sup>3</sup> KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. 2003a. Pág. 44 y 45.

- ¿Se le permite al producto ingresar al país, región o estado destino?
- ¿Hay mercado para el producto?
- ¿Cuáles son los requisitos con respecto a cantidad, calidad, empaque, documentación y frecuencia de embarques?
- ¿Cubrirá el precio de venta proyectando los costos de producción, empaque, transporte, seguro y comercialización y permitirá una utilidad?
- ¿Se dispondrá del equipo adecuado de transporte cuando el producto esté listo para ser embarcado?

#### 1.4 Componentes.

Puede considerarse que la planeación tiene dos componentes:

- El desarrollo de un plan estratégico o esquema lógico y
- El establecimiento de programas, guías y otros detalles de trabajo.

#### B. ASPECTOS GENERALES DE LA PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS.

##### 1. Conceptos.

La producción orgánica consiste básicamente en la sustitución de insumos químicos sintéticos por prácticas agronómicas, biológicas y mecánicas. Algunas organizaciones como la Organización de la Alimentación y Agricultura de las Naciones Unidas (FAO), la Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Orgánica (IFOAM) y la Organización de la Salud Mundial (WHO) conceptualizan a la agricultura orgánica de la siguiente manera:



- *“Agricultura Orgánica es un sistema de producción agropecuaria sustentable que busca proporcionar alimentos de alta calidad mediante un manejo ecológico de los recursos, que fomenta los ciclos naturales de fertilidad del suelo y que es verificable en todas sus fases de producción, procesamiento y comercialización del producto”.<sup>4</sup>*
- *“La agricultura orgánica es un sistema de administración y producción holística [SIC] que promueve y realza la salud agro-ecosistema, incluyendo la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Enfatiza el uso de las normas administrativas en preferencia al uso de aviso fuera de la granja, tomando en cuenta que condiciones regionales requieren sistemas adaptados para la localidad. Esta se logra usando, donde sea posible, de los métodos agronómicos, biológicos y mecánicos, en contraste del uso de materiales sintéticos, para cumplir con las funciones específicas dentro del sistema.”<sup>5</sup>*
- *“La agricultura orgánica es un sistema de agricultura que promueve la producción ambientalmente, socialmente, y económicamente sólida de la alimentación, la fibra, la madera, etc. En este sistema, la fertilidad de la tierra está considerada como la clave de la producción exitosa. Trabajando con las propiedades naturales de las plantas, los animales, y el terreno, los granjeros orgánicos aspiran a optimizar la calidad en todos los aspectos de la agricultura y del medio ambiente.”<sup>6</sup>*

Una característica importante que distingue a la Agricultura Orgánica es que sus productos están certificados a nivel internacional como ecológicamente sanos; lo que hace que los consumidores estén seguros que los alimentos que llevan a sus hogares han sido cultivados bajo estrictas medidas de control, asegurando con esto que están libres de pesticidas y abonos químicos.

## 2. Antecedentes.

En el sistema de cultivo de productos orgánicos desarrollados en invernaderos, se intenta establecer un manejo continuo de una serie de cultivos, los cuales son desarrollados de forma integral utilizando criterios técnicos bien definidos y con base a una planificación previa que sirve para seleccionar: mezcla de cultivos, fechas de siembra, tipo de insumos para el control de plagas y enfermedades, sistemas de rotación de cultivos, etc.

---

<sup>4</sup> Memoria. CLUSA El Salvador 1993

<sup>5</sup> Comisión Codex Alimentarius [http://www.codexalimentarius.net/web/index\\_es.jsp](http://www.codexalimentarius.net/web/index_es.jsp)

<sup>6</sup> Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Orgánica (IFOAM) <http://www.ifoam.org/>

Adoptar este tipo de sistema de cultivo es una tarea factible de lograr para muchos agricultores; es una labor que bien planificada puede producir ingresos muy superiores a los obtenidos con los sistemas convencionales. Esta técnica en la actualidad es muy favorable, pues representa la mejor alternativa para disminuir el fuerte impacto que ocasiona la utilización de miles de toneladas de agroquímicos, tomando en cuenta que dan como resultado un fuerte deterioro en los recursos ambientales y se crea una lucha en contra de la naturaleza. Dentro de los países que se pueden mencionar han tenido éxito en adoptar tecnologías de producción y comercialización de sus productos orgánicos están:

- México: producción de café en el Estado de Chiapas y de miel en la península de Yucatán.
- Costa Rica: producción de cacao y banana en el cantón de Talamanca, provincia de Limón.
- Guatemala: producción de café en el Departamento de Huehuetenango.
- Argentina: producción de azúcar de caña en la región de San Javier, provincia de Misiones.
- El Salvador: producción de hortalizas en la región de Las Pilas, departamento de Chalatenango.
- República Dominicana: producción de banano en la provincia de Azua.

La producción orgánica está aumentando a través de estos países y la mayor parte de los cultivos son para ser exportados y procesados en los países importadores, ya que son relativamente pocos los mercados nacionales para los alimentos orgánicos.

Argentina es el líder de la producción orgánica en América Latina. Su industria orgánica empezó en los años ochentas con un grupo de granjas pequeñas. Al comienzo de los años noventas, de alguna manera, los líderes orgánicos entendieron las promesas de la industria. Argentina escribió reglas orgánicas nacionales en 1992 basadas en las normas de la Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Orgánica (IFOAM), (para ese entonces Europa era ya un pionero en desarrollar reglas para la expansión de la producción orgánica). En 1992, había 5,000 hectáreas en la producción orgánica; en 1998, había 231,000; en 1999, había 1, 020,000; y en 2003, había más que 3,000,000 en la producción orgánica.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Fundación Internacional para la Mejoría Rural- USA (Rural Advancement Foundation International - USA).  
[http://www.rafiusa.org/pubs/WOO\\_Spanish.pdf](http://www.rafiusa.org/pubs/WOO_Spanish.pdf)

Debido a la necesidad de contar con alternativas de cultivos, que además de producir alimentos, logren la protección debida del ambiente es que en El Salvador en el año 1955 surge una entidad no gubernamental "Fundación Promotora de Cooperativas (FUNPROCOOP) constituida legalmente por decreto legislativo el 23 de octubre de 1968 que se encuentra orientada a la promoción y consolidación del cooperativismo por medio de procesos educativos, organizativos y de capacitación para contribuir así al mejoramiento del nivel de vida de la población.

FUNPROCOOP desarrollo su trabajo a través de la Escuela de Capacitación Agropecuaria (ECCA) que en el año 1987 se transformó en la Granja Escuela de Capacitación Agropecuaria (GECA), la cual proporcionó asistencia a pequeños agricultores en la producción de productos orgánicos y en la promoción de cultivos ecológicamente sanos, generando producción para el consumo local de los campesinos o de las comunidades asistidas. Fue hasta 1992 cuando inicia el primer proyecto de desarrollo de productos orgánicos en El Salvador con finalidad comercial bajo la dirección de la Liga de Cooperativa de Estados Unidos conocida como CLUSA (Cooperative League of the United States of America), pero fue solamente en el año 1997 que se introdujo el cultivo de hortalizas.<sup>8</sup>

En la actualidad se encuentran registradas aproximadamente 36 empresas en El Salvador que realizan prácticas de Agricultura Orgánica, según la Cooperación Técnica Alemana (GTZ); dentro de las que podemos mencionar, la Asociación de Productores Agroindustriales Orgánicos de El Salvador, APRAINORES quienes forman parte del Grupo Bajo Lempa, apoyado por la Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal para El Salvador (CORDES) han podido desarrollar los siguientes productos:<sup>9</sup>

- Sistema Agroindustrial del Marañón Orgánico (SAMO)
- Sistema Agroindustrial del Azúcar Orgánica (SAAO)
- Lácteos Biológicos (BIOLAC)

---

<sup>8</sup> Tesis. Durán Fuentes, Sonia y otros. 1999, Pág. 5, 7.

<sup>9</sup> Asociación de Productores Agroindustriales Orgánicos de El Salvador (APRAINORES). <http://person.wanadoo.es/gbajolempa/aprainores.htm-8k>

La Unión de Cooperativas de la Reforma Agraria Productoras, Beneficiadoras y Exportadoras de R.L. (UCAPROBEX) dentro de sus productos se puede mencionar la producción de café orgánico para producción local y Exportación.

### 3. Producción de Hortalizas Orgánicas.

#### 3.1 Recursos y Técnicas utilizadas.

La producción orgánica se caracteriza principalmente por la no utilización de insumos químicos, es por ello que el terreno debe encontrarse desintoxicado (mediante un proceso de análisis físico químico de suelo se determina que tipos de fertilizantes se han utilizado y el grado de contaminación existente en este) para poder iniciar el proceso, de preparación de suelo orgánico, todo esto considerando, el tipo de suelo, la disponibilidad de nutrientes y grado de contaminación existente en la zona y el ambiente.

Además de eso es necesario preparar lo que servirá como abono para poder tener un buen cultivo, es decir echar a la tierra materias que aumenten su fertilidad. Dentro de los tipos de abono orgánico se pueden mencionar: Composta, desperdicios orgánicos, hojas entre otras.

Luego de conocer el estado del suelo y lo que se utilizará como abono se debe proceder con las técnicas de cultivo, dentro de las que se puede mencionar:

- Rotación de cultivos: Consiste en cambiar periódicamente el cultivo de un terreno. La rotación de cultivos ofrece varias ventajas, el suelo no se gasta de un solo nutriente evitando el bajo rendimiento de la tierra, evita la erosión, se combate mejor las plagas y las malas hierbas, entre otras.<sup>10</sup>
- Siembra al contorno: Sistema de pequeñas terrazas que cruzan la pendiente, aumentan la filtración del agua y evita el lavado del suelo.
- Barreras Vivas: Consiste en sembrar, intercambiando con el cultivo, barreras de cultivo semipermanentes o perennes de crecimiento denso y buena resistencia, sembradas siguiendo

---

<sup>10</sup> Martínez Arnaiz, José Ignacio. 1996<sup>a</sup>. Pág. 124, UCA.



las curvas a nivel para defender el suelo contra la erosión. Con el tiempo tienden a formar terrazas de banco en forma natural, para esto se utilizan: Izote, zácate, limón, etc.

- Cortinas rompevientos: Los árboles mas usado son el ciprés y la crotolaria. La siembra o plantación se realiza en hileras con plantas de diferente crecimiento para evitar claros en la parte baja, media y alta. En la que las corrientes de aire puedan ocasionar daños.

Es después de todos estos análisis y determinaciones de cultivo que se puede proceder a comenzar con la siembra.

### 3.2 Diferencia entre Producción Orgánica y Producción Tradicional.

Lo que distingue a la agricultura orgánica de la tradicional, es que la actividad orgánica se encuentra reglamentada por leyes y programas de certificación, tanto a nivel local como a nivel mundial, es por ello que la comercialización de productos orgánicos es conocida en cualquier lugar debido a que se encuentra etiquetado con su sello de certificación. Además de eso en el cultivo de productos orgánicos se encuentra prohibidos casi en su totalidad todos los insumos sintéticos y es obligatoria la rotación de cultivos para "fortalecer el suelo". Una agricultura orgánica debidamente gestionada reduce o elimina la contaminación del agua y permite conservarla, así como el suelo en las fincas. Algunos países desarrollados (por ejemplo Alemania o Francia) obligan a ciertos agricultores a aplicar técnicas orgánicas, o los subvencionan para que las utilicen, como solución a los problemas de contaminación del agua.

### 3.3 A Nivel Mundial.

De los 130 países alrededor del planeta que cultivan productos orgánicos en cantidades comerciales, al menos 90 (69%) son países en desarrollo. En la actualidad se estima que existen alrededor de 16 millones de hectáreas; se manejadas orgánicamente en 139 países alrededor del mundo, de los cuales 34 (24%) son latinoamericanos.<sup>11</sup> Los países que se destacan con las mayores áreas de producción son: Argentina, Brasil, México y Ecuador, que en conjunto abarcan 96% de la producción agropecuaria orgánica total latinoamericana. En el siguiente cuadro se presentan en orden de hectáreas destinadas para el manejo Orgánico:

---

<sup>11</sup>Avances en el Fomento de Productos Fitosanitarios No-Sintéticos. CATIE GTZ. <http://phcmexico.com.mx/phcorganica.html>

CUADRO 2 SUPERFICIE BAJO MANEJO ORGÁNICO (ENCUESTA DE SOEL, FEBRERO 2003\*)

País	Hectáreas	% del Área Agrícola	Número de Granjas**	País	Hectáreas	% del Área Agrícola	Número de Granjas**
Australia	10,500,000	2.31	1,380	Rep. Dominicana	14,963	0.40	12,000
Argentina	3,192,000	1.89	1,900	Guatemala	14,746	0.33	2,830
Italia	1,230,000	7.94	56,440	Marruecos	11,956	0.14	555
EUA	950,000	0.23	6,949	Costa Rica	8,974	2.00	3,569
Reino Unido	679,631	3.96	3,981	Cuba	8,495	0.13	N/D
Uruguay	678,481	4.00	334	Israel	7,000	1.25	N/D
Alemania	632,165	3.70	14,703	Nicaragua	7,000	0.09	2,000
España	485,079	1.66	15,607	Lituania	6,769	0.19	430
Canadá	430,600	0.58	3,236	Zambia	5,688	0.02	72
Francia	419,750	1.40	10,364	Islandia	5,466	0.24	27
China	301,295	0.06	2,910	Ghana	5,453	0.04	N/D
Australia	285,500	11.30	18,292	Eslovenia	5,280	0.67	883
Brasil	275,576	0.08	14,866	Rusia	5,276	0.002	N/D
Chile	273,000	1.50	300	Tanzania	5,155	0.01	991
República Checa	218,114	5.09	654	Panamá	5,111	0.24	N/D
Suecia	193,611	6.30	3,589	Japón	5,083	0.10	N/D
Dinamarca	174,600	6.51	3,525	El Salvador	4,900	0.31	1,000
Ucrania	164,449	0.40	31	Papua Nueva Guinea	4,265	0.41	N/D
Finlandia	147,943	6.60	4,983	Tailandia	3,429	0.02	940
México	143,154	0.13	34,862	Camerún	2,500	0.03	N/D
Uganda	122,000	1.39	28,200	Senegal	2,500	0.10	3,000
Hungría	105,000	1.80	1,040	Azerbaiyán	2,500	0.20	280
Suiza	102,999	9.70	6,169	Luxemburgo	2,141	1.71	48
Perú	84,908	0.27	19,685	Pakistán	2,009	0.08	405
Portugal	70,857	1.80	917	Filipinas	2,000	0.02	500
Nueva Zelanda	63,438	0.38	983	Belice	1,810	1.30	N/D
Paraguay	61,566	0.26	2,542	Honduras	1,769	0.06	3,000
Ecuador	60,000	0.74	2,500	Madagascar	1,230	0.04	300
Eslovaquia	58,706	2.40	82	Corea	902	0.05	1,237
Turquía	57,001	0.14	18,385	Liechtenstein	690	17.00	35
Sudáfrica	45,000	0.05	250	Bulgaria	500	0.01	50
Polonia	44,886	0.30	1,787	Kenia	494	0.002	N/D
India	41,000	0.03	5,661	Guayana	425	0.02	26
Indonesia	40,000	0.09	45,000	Malawi	298	0.01	6
Holanda	38,000	1.94	1,528	Libano	250	0.07	17
Grecia	31,118	0.60	6,680	Surinam	250	0.28	N/D
Irlanda	30,070	0.68	997	Jamaica	205	0.04	7
Colombia	30,000	0.24	4,000	Fiji	200	0.04	10
Noruega	26,673	2.64	2,099	Mauricio	175	0.15	3
Bélgica	22,410	1.61	694	Laos	150	0.01	N/D
Estonia	20,141	2.00	369	Malasia	131	0.002	27
Letonia	20,000	0.79	225	Croacia	120	0.004	18
Bolivia	19,634	0.06	5,240	Benin	81	0.003	119
Rumania	18,690	0.20	1,200	Siria	74	0.001	1
Túnez	18,255	0.36	409	Chipre	52	0.04	15
Sri Lanka	15,215	0.65	3,301	Nepal	45	0.001	26
Yugoslavia	15,200	0.30	N/D	Zimbabawe	40	0.00	10
Egipto	15,000	0.19	460	Vietnam	2	0.00	38
				SUMA	22,811,269		34,475

Fuente: Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura, FIRA

[http://www.fira.gob.mx/Boletines/boletin013\\_04.pdf#search='Producci%C3%B3n%20de%20Hortalizas%20Org%C3%A1nicas%20a%20nivel%20mundial'](http://www.fira.gob.mx/Boletines/boletin013_04.pdf#search='Producci%C3%B3n%20de%20Hortalizas%20Org%C3%A1nicas%20a%20nivel%20mundial')

### 3.4 En El Salvador.

Comparada con otros rubros, las hortalizas no presentan distorsiones significativas de comercio, excepto las arancelarias. Por ejemplo, los tramites burocráticos que demoran el paso de los productos por las fronteras, requisitos de sanitarios y fitosanitarios.

En el 2003, se exportó un total de \$1.485 millones de hortalizas frescas preparadas y congeladas. Hay una tendencia al alza de agregar valor a través del procesamiento de hortalizas, importando hortalizas para procesarlas y re-exportar a otro país. El mercado de productos orgánicos mueve \$40 mil millones anuales y crece a una tasa de 25% en el mundo. Sin embargo, las exportaciones salvadoreñas en este rubro no sobrepasan los \$10 millones<sup>12</sup>.

En el Salvador existe un grupo de cooperativas agrícolas que con visión de futuro ha descubierto un mercado para frutas y verduras orgánicas que se comercializa de manera doméstica. Como parte de un proyecto parcialmente financiado por el Fondo Multilateral de Inversiones del BID, estas cooperativas están vendiendo, en la misma capital del país, sus frutas y verduras a restaurantes, hoteles y supermercados que valoran una alimentación saludable. Y lo que es aún mejor, estas cooperativas están creando nuevos y mejor remunerados puestos de trabajo para hombres y mujeres del campo, al tiempo que protegen y regeneran las escasas tierras de cultivo.

Una de estas cooperativas opera dentro de un gran cobertizo en el municipio salvadoreño de La Palma, a pocos kilómetros de la frontera con Honduras, inspeccionan zanahorias, cebollines, tomates, fresas y granadillas traídas por los agricultores locales. Todos los productos se lavan, clasifican y empaquetan. Algunas frutas, como las fresas, se procesan y embotellan para mermeladas y se les aplica un código de barras que las cajas registradoras de los supermercados puedan identificarlas más tarde.

La apuesta por los cultivos orgánicos en El Salvador va más allá de estimular una demanda en el consumo. El Salvador es uno de los países más densamente poblados de la región y ya hoy enfrenta una escasez de tierras cultivables de alta calidad. A menudo, en los climas tropicales, el uso intensivo de pesticidas y fertilizantes químicos puede acelerar la degradación de la tierra. Como consecuencia, los agricultores que emplean métodos orgánicos de cultivo de manera correcta pueden, de hecho, aumentar las cosechas y a largo plazo, disminuir sus gastos.

---

<sup>12</sup>El Salvador Orgánico <http://www.elsalvadororganico.com.sv/noticias01.htm>

### 3.4.1 En Tacuba

Las fincas de cultivos orgánicos en El Salvador están distribuidas en todo el territorio nacional, específicamente en el departamento de Ahuachapán se encuentra el 9% del total de fincas que producen orgánicamente en el país<sup>13</sup>. Este departamento, es un territorio en donde existe una alta concentración de pobreza y una insuficiencia casi total de los servicios básicos. Está compuesto por 12 municipios los cuales son: Ahuachapán, Apaneca, Atiquizaya, Concepción de Ataco, El Refugio, Guaymango, Jujutla, San Francisco Menéndez, San Lorenzo, San Pedro Tuxtla, Turín y Tacuba. En este último municipio es donde la ADIC ha focalizado sus acciones desde hace más de 17 años, promoviendo el desarrollo integral de las familias que lo habitan. Ellos han desarrollado diferentes proyectos, que permiten a los pobladores del municipio mayores posibilidades de acceso a la satisfacción de sus necesidades. Es por ello que contando con experiencia en el trabajo con ese municipio, se consideró importante seguir desarrollando proyectos en esa zona e instalar los invernaderos que serán la base para realizar la producción orgánica.

## 4 Principales Productores de Hortalizas Orgánicas.

### 4.1 A Nivel Mundial.

#### Organizaciones vinculadas a la agricultura orgánica.

Entender las implicaciones que tiene una actividad de marketing requiere de conocer el entorno en que ha de trabajar. Para ello contar con información de organizaciones vinculadas con la agricultura orgánica es una buena fuente de idea que contribuye a desarrollar actividades de marketing como: Conocer la competencia, las posibilidades de negocio, la participación que se tendrían dentro del mercado, etc.

A nivel mundial se pueden encontrarse diversos tipos de organizaciones vinculadas en variados sectores. Dentro del sector agrícola, en particular “la agricultura orgánica” se puede encontrar las siguientes organizaciones:

---

<sup>13</sup> GUZMÁN, Nelson. 2005a. Pag 34

- Bio Gemüse AVG Galmiz: La producción de hortalizas orgánicas comenzó en 1947 con la creación de una cooperativa. A principios de los años noventa, la tierra cultivada con hortalizas orgánicas alcanzaba 250 hectáreas mientras que en 1999 creció a aproximadamente 850 hectáreas, lo que representa el 10% de la superficie total destinada a la producción de hortalizas en Suiza.<sup>14</sup>
- La empresa Agrícola Don Diego tiene 130 hectáreas en las estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia. En el año 2000 esta empresa proyectó exportar 350 000 cajas de banano de 20 Kg. al mercado Europeo.
- La empresa Colombiana Deshidratados, en asociación con productores de Manizales, vienen produciendo banano orgánico y exportando cerca de 600 kg. mensuales de banano deshidratado<sup>15</sup>
- En 1999 las cooperativas Valle Río Apurimac, El Quinacho y Unión Selvática, realizaron la primera venta de 1500 sacos de 46 Kg. de café orgánico a la empresa tostadora europea Kraft Jacobs Suchard. Según las entidades certificadoras y organizaciones de productores, en Perú hay 17 000 cafetaleros que cultivan en condiciones orgánicas certificadas, con una producción que en la cosecha 2001/02 puede llegar a los 240 000 quintales.<sup>16</sup>

#### 4.2 En El Salvador.

##### Organizaciones vinculadas a la agricultura orgánica y la exportación<sup>17</sup>.

Al igual que conocer las organizaciones vinculadas a nivel mundial trae consigo implicaciones en las actividades de mercado, conocer las organizaciones en El Salvador contribuye también al desarrollo de dichas actividades, en el país se cuenta con organizaciones que dedican sus esfuerzos a la agricultura orgánica y la exportación. Dentro de ella se pueden encontrar:

<sup>14</sup> Food and Agricultura Organization of The United Nations (FAO). <http://www.fao.org/DOCREP/004/Y1669s/y1669s0e.htm> [20]

<sup>15</sup> IDEM

<sup>16</sup> La Agricultura Orgánica Latinoamericana en El Contexto Mundial. <http://paginas.tol.itesm.mx/Alumnos/A00741525/Informaci%F3n.doc>

<sup>17</sup> Empresas en El Salvador que realizan prácticas de Agricultura Orgánica. [http://intranet.catie.ac.cr.](http://intranet.catie.ac.cr/http://web.catie.ac.cr/noq/salva.html#inst#inst)  
<http://web.catie.ac.cr/noq/salva.html#inst#inst>

- Liga de Cooperativas de Estados Unidos (CLUSA). La Liga de Cooperativas de Estados Unidos de América, organización internacional, financiada con fondos de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) promueve programas de desarrollo rural con enfoque en productos no tradicionales de exportación para los sectores cooperativos de El Salvador. Fue la primera organización de fomento de la agricultura orgánica certificada con fines de exportación; creó la Sociedad de Productores y Exportadores de El Salvador (PROEXSAL), actual comercializador de productos orgánicos locales, y desarrolla la cooperativa de productores de "Los Planes", actuales suplidores nacionales de vegetales orgánicos.
- Asociación CLUSA de El Salvador. ONG nacional, nacida a partir de CLUSA, efectúa acciones en agricultura orgánica principalmente en las zonas de Sonsonete, La Paz, Usulután, Chalatenango y San Miguel. Trabaja con la Cooperativa de Los Planes, La Carrera y otras con producción orgánica.
- Fundación para la Cooperación para el Desarrollo Económico y Social (CORDES). Mantiene su mas notorio esfuerzo en el sur de San Vicente y La Paz, con las organizaciones de desmovilizados del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN). Entre sus proyectos mas relevantes están el marañón orgánico, azúcar de panela orgánica y ajonjolí orgánico.
- Programa de Desarrollo del Departamento de Chalatenango (PROCHALATE). Es un esfuerzo de desarrollo del departamento de Chalatenango; se encarga de la coordinación de los programas de desarrollo de esta zona. Tiene acciones en la zona de Las Pilas y La Montañona, principalmente en hortalizas orgánicas. No ha tenido experiencia en la comercialización orgánica.
- Asociaciones de Desarrollo Local (ADEL). Organización de raíces comunales, formada después de los acuerdos de paz. Pone mucho énfasis en la producción orgánica, principalmente al nivel de la seguridad alimentaría. Trabaja en los departamentos de Chalatenango y Morazán.
- Servicio Jesuita para el Desarrollo (Diócesis de San Salvador, La Paz, Santa Ana, San Miguel, Secretariado Social Arquidiocesano, Fe y Trabajo). Organización de origen religioso. Pone

énfasis en la producción orgánica, principalmente al nivel de la seguridad alimentaria. Cuenta con escasa experiencia en comercialización.

- COEXPORT cuenta con un registro de aproximadamente 270 empresas que exportan productos agrícolas y agroindustriales a la región y fuera de la región. El valor de las exportaciones para el año 2005 sumó \$284,502 (en miles de US\$), siendo el principal mercado Estados Unidos, Europa, México y Centroamérica.

#### Federaciones y confederaciones

- Federación de Cooperativas (FEDECOOP). En ella participan cooperativas que producen hortalizas orgánicas para su consumo; comercializan el excedente entre vecinos sin diferenciación del convencional.
- Federación Salvadoreña de Cooperativas de la Reforma Agraria (FESA CORA). Incluye cooperativas que han exportado café, marañón y ajonjolí orgánico.
- Confederación de Cooperativas de la Reforma Agraria Salvadoreña (CONFRAS). Incluye cooperativas que han exportado café y ajonjolí orgánico. Además ha realizado esfuerzos en programas directos de apoyo al desarrollo de la agricultura orgánica.

### C. ASPECTOS GENERALES DE LA PRODUCCIÓN EN INVERNADEROS

#### 1. Conceptos

- *“El invernadero es un edificio con paredes y cubierta de vidrio o plástico translúcido, empleado para el cultivo y la conservación de plantas delicadas, o para forzar su crecimiento fuera de temporada. Los invernaderos están ideados para transformar la temperatura, humedad y luz exteriores y conseguir así unas condiciones ambientales similares a las de otros climas. Los más*

*típicos son los que reproducen una atmósfera tropical, ideal para las orquídeas y palmeras, o los de ambiente desértico indicado para el cultivo de cactus”.*<sup>18</sup>

El objeto de un invernadero es facilitar el cultivo, propagación y protección de los semilleros y las plantas delicadas.

Los pequeños invernaderos domésticos suelen ser estructuras adosadas contra uno de los muros de la vivienda. Se componen de una pendiente plana y tres lados que la sustentan, todos ellos acristalados sobre una estructura ligera de hierro o madera.

## 2. Tipos<sup>19</sup>

- Invernadero plano o tipo parral: Este tipo de invernadero se utiliza en zonas poco lluviosas. La estructura de estos invernaderos se encuentra constituida por dos partes claramente diferenciadas, una estructura vertical y otra horizontal.
- Invernadero en raspa y amagado: Su estructura es muy similar al tipo parral pero varía la forma de la cubierta. Se aumenta la altura máxima del invernadero en la cumbre formando lo que se conoce como raspa en la parte más baja, conocida como amagado, se unen las mallas de la cubierta al suelo mediante vientos y horquillas de hierro que permite colocar los canalones para el desagüe de las aguas pluviales.
- Invernadero asimétrico o inacral: Difiere de los tipo raspa y amagado en el aumento de la superficie en la cara expuesta al sur, con objeto de aumentar su capacidad de captación de la radiación solar. Para ello el invernadero se orienta en sentido este-oeste, paralelo al recorrido aparente del sol.
- Invernadero de capilla: Los invernaderos de capilla simple tienen el techo formando uno o dos planos inclinados, según sea a un agua o a dos aguas.

---

<sup>18</sup>Biblioteca de Consulta Microsoft © Encarta © 2004. © 1993-2003 Microsoft Corporation.

<sup>19</sup> INFOAGRO [http://www.infoagro.com/industria\\_auxiliar/tipo\\_invernaderos.asp](http://www.infoagro.com/industria_auxiliar/tipo_invernaderos.asp)



- Invernadero de doble capilla: Los invernaderos de doble capilla están formados por dos naves yuxtapuestas. Su ventilación es mejor que en otros tipos de invernadero, debido a la ventilación cenital que tienen en cumbrera de los dos escalones que forma la yuxtaposición de las dos naves; estas aberturas de ventilación suelen permanecer abiertas constantemente y suele ponerse en ellas malla mosquitera. Además también poseen ventilación vertical en las paredes frontales y laterales.
- Invernadero túnel o semicilíndrico: se caracteriza por la forma de su cubierta y por su estructura totalmente metálica. El empleo de este tipo de invernadero se está extendiendo por su mayor capacidad para el control de los factores climáticos, su gran resistencia a fuertes vientos y su rapidez de instalación al ser estructuras prefabricadas.
- Invernaderos de cristal o tipo venlo: este tipo de invernadero, también llamado venlo, es de estructura metálica prefabricada con cubierta de vidrio y se emplean generalmente en el norte de Europa.

### 3. Ventajas

Los invernaderos son de gran utilidad para los casos, cuando:

- El invierno ofrece pocas horas de sol en algunas zonas se hace necesario el suministro de luz artificial, para el crecimiento de las plantas.
- El verano, se encuentra una excesiva penetración de sol se suelen cubrir algunos paneles transparentes con umbráculos, para reducir las quemaduras a las plantas por el exceso de calor.
- El calor interior se aminora tapando las cristaleras, abriendo los orificios de ventilación o haciendo circular aire fresco mediante cualquier otro sistema. En invierno, casi todo el calor de un invernadero se obtiene de la radiación solar, pero también se puede procurar calor adicional a través de la aspersion de vapor, con agua hirviendo, o mediante un sistema de circulación de aire caliente.

- Es necesario controlar la humedad sobre todo a partir de la cantidad de agua del riego que se dispone y que se necesita.

#### 4. Desventajas

- Cuando los invernaderos son pequeños, el volumen de aire retenido (escasa inercia térmica) pudiendo ocurrir el fenómeno de inversión térmica.
- Menor volumen de aire encerrado, ocasionando deficiente ventilación.
- Alta inversión inicial.
- Alto costo de operación.
- Requiere personal especializado, de experiencia práctica y conocimientos teóricos.

### D. ASPECTOS GENERALES DE LA EXPORTACIÓN.

#### 1. Generalidades.

Uno de los aspectos que debe considerar cualquier organización que desea efectuar una venta en el exterior, es el de dar a conocer una oferta exportable, es decir, disponer de capacidad ociosa, la cual una vez satisface el mercado interno, puede ser destinada para la exportación.

El Salvador presentó el nivel más sustancial de exportaciones en el año 2005 alcanzando en los productos no tradicionales USD 1,339 Millones. En El Salvador las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales han variado desde 1999 a junio de 2006.

Dentro de Centroamérica se puede encontrar un mercado potencial para los productos de tipo orgánico, ya que para el caso de la exportación de productos no tradicionales alcanzo 495 millones, mientras que en

el resto del mundo únicamente 294 millones en junio de 2006, de la manera en que se presentan a continuación:

CUADRO 3 EXPORTACIONES EN EL SALVADOR

Acumulado Anual y Mensual Millones de US\$								
CONCEPTO	1999	2000	2001	2002	2003	2004 r/	2005 1/	Junio-06 1/
I. EXPORTACIONES FOB	2,510	2,941	2,864	2,995	3,128	3,302	3,390	1,812
Tradicional	307	354	205	161	163	166	233	192
Café	245	298	115	107	105	123	164	134
Azúcar	37	40	70	44	47	37	67	57
Camarón	25	16	20	9	11	5	3	2
No Tradicional	869	979	1,009	1,077	1,092	1,216	1,339	789
Centroamérica	637	736	721	740	746	821	913	495
Resto del Mundo	233	243	288	337	346	395	426	294
Maquila	1,333	1,609	1,650	1,757	1,873	1,921	1,818	832

1/ Cifras Preliminares

r/ Cifras revisadas

Fuente: Banco Central de Reserva (BCR) <http://www.bcr.gob.sv/>

## 2. Conceptos.

- Del latín. Exportāre. Actividad por la que una empresa vende sus productos en otro país, ya sea directamente a importadores extranjeros o a través de intermediarios de importación y exportación<sup>20</sup>.
- Es la prolongación de las ventas locales hacia otros mercados, es decir, un proceso mediante el cual la actividad de las empresas se orientan a satisfacer las necesidades de clientes distantes.<sup>21</sup>

<sup>20</sup> STANTON, William J. y otros. 2004a, pag G7.

<sup>21</sup> CASTILLO JACOBO, Marvin Edgardo. Pág. 15.

### 3. Tipos de Exportación.

La forma de ingresar en un mercado extranjero, es exportando. Comúnmente las empresas suelen iniciarse, utilizando la Exportación Indirecta, es decir trabajando por medio de intermediarios, de esta manera existe una menor inversión debido a que la empresa no necesita una fuerza de ventas ni una serie de contactos en el extranjero. Además el riesgo es menor ya que los intermediarios aportan conocimientos y servicios a la relación comercial con el fin de que en el transcurso de la negociación para el exportador, sea menos problemático llevar a cabo la venta de sus productos en el exterior.

En El Salvador se presentan ocho tipos de exportación, las cuales son:

- Exportación definitiva.
- Exportación temporal p/perfeccionamiento pasivo.
- Exportación temporal con reimportación en el mismo estado.
- Exportación sin valor comercial.
- Exportación en concepto de devolución.
- Re-exportación.
- Maquila.
- Recinto fiscal

Otro tipo de exportación que se presenta dentro del mercado internacional es la siguiente:

CUADRO 4. TIPOS DE EXPORTACIÓN

TIPO	DEFINICIÓN
Exportación definitiva individual	Exportación de bienes mediante Declaración Única de Aduanas (DUA) efectuada por un único Exportador.
Exportación a través de terceros (comisionistas)	Exportador es el productor de bienes que venda sus productos a clientes del exterior a través de comisionistas (terceros) que operen como intermediarios encargados de realizar el despacho de exportación, mediante la Declaración Única de Aduanas (DUA).
Exportación definitiva bajo Contratos de Colaboración Empresarial	La devolución del Saldo a Favor del Exportador podrá ser solicitada por cada parte contratante o integrante de dichos contratos, el cual será calculado después de realizada la atribución del saldo a favor del exportador que realice el operador de tales contratos.
Exportación de servicios	Es aquella actividad económica, intangible, invisible y perecedera que exige una interacción directa entre consumidor y proveedor.
Establecimientos de Hospedaje	Los servicios de hospedaje y alimentación brindados a un sujeto no domiciliado – turista.

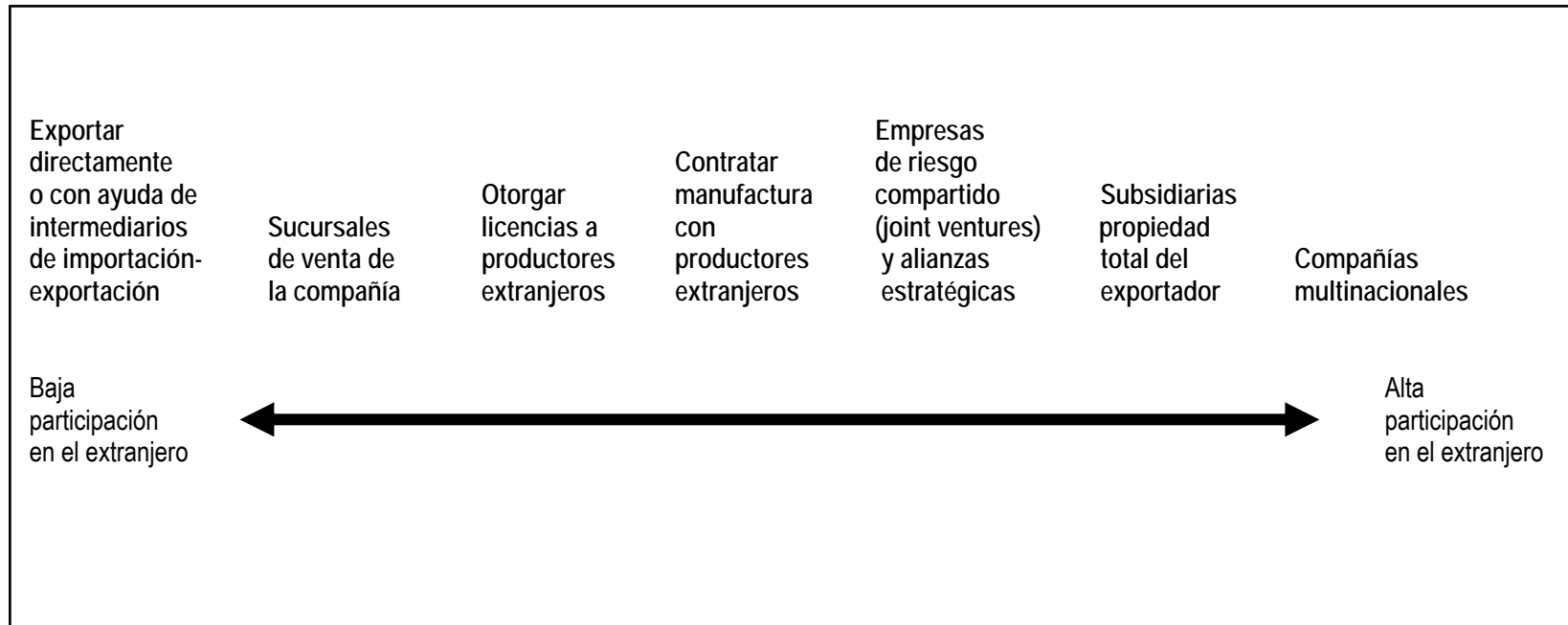
TIPO	DEFINICIÓN
Venta de bienes nacionales o nacionalizados a los establecimientos ubicados en la Zona Internacional de los Puertos y Aeropuertos	Es la venta de productos por parte de empresas ubicadas en el País a las tiendas o empresas ubicadas en la Zona Internacional.
Zona internacional de los Aeropuertos de la República Venta de Bienes DUTTY FREE	Corresponde a las ventas que efectúan las tiendas dentro de la zona internacional.
Exportación Temporal a Exportación Definitiva	Corresponde a la salida de mercancías o bienes mediante Exportación Temporal, que posteriormente se consideran Exportación Definitiva según los procedimientos regulados en el comercio exterior. Siendo la Exportación Definitiva la que otorga el derecho a solicitar la devolución del Saldo a Favor del Exportador.

Fuente: Definición de Tipos de Exportación Según el PDB- EXPORTADORES.

[www.sunat.gob.pe/orientacion/pdbExpo/defTipo.htm](http://www.sunat.gob.pe/orientacion/pdbExpo/defTipo.htm)

#### 4. Escala de métodos de estructuras de operación en mercados extranjeros.

Después de evaluar las oportunidades y condiciones de un país extranjero, la administración tiene que elegir una estructura de organización apropiada para su esfuerzo de marketing. Hay una escala de métodos para operar en los mercados internacionales el cual se muestra en el cuadro siguiente el cual representa una participación internacional sucesivamente mayor.

CUADRO 5 ESCALA DE MÉTODOS DE ESTRUCTURAS DE OPERACIÓN EN MERCADOS EXTRANJEROS<sup>22</sup>

<sup>22</sup> STANTON, William J. y otros. 2004a. Pág. 71.

## E. ASPECTOS GENERALES DE LA IMPORTACIÓN.

### 1. Generalidades.

Cuando se dan las importaciones en torno del producto que se estudia en un proyecto, es muy importante mostrar las políticas que en ese momento sigue el gobierno al respecto, en general, se pueden presentar las siguientes situaciones:

- La empresa fabricará un producto que se importa parcialmente o que está dentro de la lista de acuerdos de intercambio económico del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) actualmente sustituido por la Organización Mundial del Comercio (OMC), Aquí es importante analizar la tendencia de las importaciones del producto. Si se nota una tendencia decreciente de las importaciones, puede ser por los siguientes factores:
  - Hay productores nacionales que lo elaboran en iguales o mejores condiciones de competitividad en lo que se refiere a calidad y precio y se prefiere al productor nacional.
  - La política del gobierno es reducir paulatinamente esas importaciones, independientemente de que los artículos respectivos se produzcan o no en el país.

Por otro lado, si la tendencia es creciente en las importaciones, esto puede deberse a alguna de las siguientes causas:

- El artículo es indispensable para el país y nadie ha logrado producirlo, por falta de tecnología o por cualquier otra causa.
  - Hay productores nacionales que no logran producir al mismo ritmo con que crece la demanda y cada vez importan más.
- 
- Hubo exportaciones o importaciones muy bajas o irregularidades. Aquí cabría un análisis más profundo, ante la posibilidad de abrir nuevos mercados en el exterior.

Cualquiera que sea la situación de los datos estadísticos respecto a importaciones, será necesario presentar el número, la cuota arancelaria y las políticas (generalmente, la publicación de decretos) que sigue el gobierno en apoyo de dichas actividades.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Baca Urbina Gabriel. 2001. Pág 45.



## 1.1 Importaciones.

La importación es la prolongación de la compra local a otros mercados, es decir, es un proceso mediante el cual las empresas se orientan al consumo de bienes que ofrecen productores externos. En El Salvador se detectó un incremento más sustancial en el nivel de importaciones en el año 2005, mayor en USD 438 Millones que el 2004, provenientes en su mayoría de productos de consumo. Para el caso de los productos agropecuarios en el año 2006 se mantuvo a un nivel de 78 millones de dólares en concepto de importaciones de dichos productos en el país, el cual se puede observar en el cuadro siguiente:

CUADRO 6. IMPORTACIONES EN EL SALVADOR

Acumulado Anual y Mensual Millones de US\$								
CONCEPTO	1999	2000	2001	2002	2003	2004 r/	2005 1/	Junio-06 1/
<b>II. IMPORTACIONES CIF</b>	4,095	4,948	5,027	5,184	5,754	6,328	6,766	3,707
<b>Bienes de consumo</b>	1,005	1,223	1,275	1,363	1,589	1,784	2,019	1,153
No duraderos	837	1,044	1,101	1,179	1,317	1,448	1,687	961
Duraderos	168	179	175	184	272	336	332	192
<b>Bienes intermedios</b>	1,319	1,613	1,690	1,659	1,849	2,096	2,328	1,363
Industria Manufacturera	1,004	1,233	1,275	1,283	1,444	1,629	1,827	1,086
Agropecuario	85	99	97	89	96	117	145	78
Construcción	167	192	254	226	249	290	300	184
Otros	62	88	64	62	60	61	56	15
<b>Bienes de Capital</b>	817	958	900	879	936	990	1,015	567
Industria Manufacturera	223	228	281	252	269	258	282	163
Transporte	396	412	355	349	388	437	418	202
Agropecuario	16	11	14	14	13	45	16	10
Construcción	53	39	51	82	80	60	64	41
Comercio	64	108	88	95	109	107	120	67
Electricidad, agua y servicios	39	125	81	54	40	47	72	57
Otros	26	34	32	34	37	36	43	26
<b>Maquila</b>	955	1,153	1,161	1,283	1,379	1,457	1,404	624

1/ Cifras Preliminares

r/ Cifras revisadas

Fuente: Banco Central de Reserva (BCR) <http://www.bcr.gob.sv/>

## 2. Conceptos.

- *“Es la compra de bienes y servicios de otro país.”<sup>24</sup>”*
- *“Del latín: importāre, traer. Entrada de productos extranjeros.”<sup>25</sup>”*
- Se refiere a la adquisición de bienes materiales y servicios que un determinado país ofrece a otros países interesados en adquirirlos.
- Actividad que lleva a cabo una empresa para recibir productos en el mercado provenientes de otros países, con el fin de satisfacer las necesidades, ya sea de manera directa (sin intermediarios) o indirecta (con intermediarios).

## 3. Tipos de importación.<sup>26</sup>

- Importación para el consumo: Régimen aduanero por el cual las mercancías importadas pueden entrar en libre circulación dentro del territorio, previo pago de los derechos e impuestos a la importación exigibles con cumplimiento de las formalidades necesarias.
- Importación temporal: El régimen aduanero que permite recibir dentro del territorio nacional, bajo un mecanismo suspensivo de derechos de aduana, impuestos y otros cargos de importación, aquellas mercancías destinadas a ser enviadas al exterior después de haber sido sometidas a un proceso de ensamblaje, montaje, máquinas, equipos de transporte en general o aparatos de mayor complejidad tecnológica y funcional, elaboración, obtención, transformación, reparación, mantenimiento, adecuación, producción o fabricación de bienes.
- Permite ingresar al territorio aduanero por un plazo determinado, con suspensión de derechos e impuestos a la importación, mercancías con un fin específico, las que serán reexportadas dentro de ese plazo.

---

<sup>24</sup> Clement-Pool. 1997a.

<sup>25</sup> Diccionario de la lengua española. 1989a.

<sup>26</sup> Red De Caja De Herramientas De Gestión Empresarial Para La Micro, Pequeña Y Mediana Empresa MIPYME  
<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/importar/tipos.htm>

## F. RELACIONES COMERCIALES DE EL SALVADOR CON ESTADOS UNIDOS

### 1. Acuerdos, Convenio o Tratado Comerciales

#### 1.1 Concepto

- *“Pacto o acto vinculante que siendo suscrito por dos o más países a nivel internacional, puede exigir ratificación parlamentaria, dependiendo de su alcance legislación nacional. En el campo de la integración económica, puede estar referido a diferentes materias: comercial (bienes, servicios); de complementación económica; sectoriales; de cooperación técnica o de otras materias; etc. Un Acuerdo formaliza las intenciones comunes que atañen a dos o más partes<sup>27</sup>.”*
- *“Convenio contempla tanto los aspectos legales como la seguridad y protección del sistema. Asimismo pone especial cuidado en el resguardo de la sociedad, sus valores ciudadanos, las buenas costumbres y la preservación del medio ambiente. El convenio plantea también un mecanismo eficaz para conciliar el desarrollo económico con la equidad por medio de la propiedad de oxidación de la moneda de trueque.”<sup>28</sup>*

#### 1.2 Tratados de Libre Comercio.

##### 1.2.1 Antecedentes.

La política comercial del Gobierno de El Salvador, está dirigida hacia la iniciación y transformación del mercado para los exportadores. Desde su ingreso a la Organización Mundial del Comercio (OMC), El Salvador ha realizado la estrategia de fortalecer sus lazos con sus principales socios comerciales a través de iniciativas bilaterales y regionales. Éstas incluyen:

---

<sup>27</sup> Cámara de comercio y servicio. [http://www.cadeco.org/Comex/cuerpo\\_acuerdo.htm](http://www.cadeco.org/Comex/cuerpo_acuerdo.htm). Bolivia

<sup>28</sup> Revista DIGITAL. <http://tabloide.eurofull.com/shop/otraspaginas.asp?pagina=43>

- Mayor integración con sus vecinos centroamericanos.
- Negociaciones de Tratados de Libre Comercio con nuevos socios, que incluyen a Canadá, Estados Unidos y con el resto de los países del Hemisferio, en el contexto de las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA).
- Implementación de Tratados De Libre Comercio suscritos con socios latinoamericanos (México, Chile, República Dominicana y Panamá).
- Membresía y participación activa en la (OMC).

La Política Comercial del Gobierno de El Salvador busca:

- Superar las limitaciones territoriales y de mercado.
- Abrir importantes oportunidades de comercio y empleo.
- Aumentar el interés de los inversionistas en El Salvador.
- Crear nuevas fuentes de transferencia de tecnología, etc.

### 1.2.2 Objetivos

Los Tratados de Libre Comercio tienen objetivos establecidos para lograr mayores beneficios y brindar oportunidades de desarrollo nacional, dentro de estos se pueden mencionar:

- Eliminar toda medida que impida o dificulte el ingreso de productos al territorio de ambos.
- Garantizar los derechos de toda persona, empresa o países involucrados.
- Formar disposiciones legales que regulen todos los aspectos relacionadas con el comercio.
- Eliminar todos los pagos de aranceles a la importación de productos entre sí.
- Establecer disposiciones que regulen el comercio de los servicios entre los países relacionados.
- Asegurar el cumplimiento de los derechos y deberes que han sido negociados, creando un mecanismo que en una forma solucione problemas que surjan en el comercio.

### 1.2.3 Importancia

En El Salvador el Gobierno junto con las demás gobiernos centroamericanos ha promovido e impulsado el Desarrollo Sostenible en Centro América, como un paso que asegure mejorar la calidad de vida de cada país por medio del crecimiento económico con igualdad social, con el cual se comprometieron por medio de la “Alianza Centroamericana para el Desarrollo Sostenible”, (ALIDES).

Una de las bases de mayor valor para lograr el desarrollo sostenible lo forma el desarrollo económico, con el cual se observa la introducción de Centroamérica en la economía mundial; una introducción que requiere que los países centroamericanos cuenten con reglas definidas en sus relaciones comerciales, que les permitan afrontar los proteccionismos de los mercados de aquellos países con los que mantienen relaciones comerciales. El Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos es importante ya que es el primer socio comercial de los países centroamericanos, el cual ha venido impulsando la obtención de la uniformidad con el NAFTA. En la actualidad los países centroamericanos gozan de los beneficios de un Sistema Generalizado de Preferencias. Sin embargo, dichos beneficios no llegan a generar la certidumbre jurídica necesaria en el intercambio comercial con los Estados Unidos.

### 1.2.4 TLC con Estados Unidos

#### 1.2.4.1 Las Hortalizas ante el TLC

El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica (CA), Estados Unidos (EUA) y la República Dominicana llamado CAFTA (por sus siglas en inglés) o TLC-CA-RD (en español) es una continuación del Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y los Estados Unidos llamado NAFTA (también por sus siglas en inglés). Dentro de las negociaciones se tienen, que a principios de 2003, EUA y CA iniciaron formalmente la negociación de un TLC. Dicho proceso concluyó en diciembre de ese mismo año. Un grupo de empresas y asociaciones de diversos sectores productivos constituyeron en Washington la “Coalición de negocios pro TLC Estados Unidos-Centroamérica”.

El gobierno estadounidense junto con los ministros de Economía de C.A. acordó que una de las formas de las negociaciones es la de “Acceso Agrícola e Industrial”, en la que CA solicita proteger algunos productos, ya que no podrán competir frente a los bienes subsidiados estadounidenses. Ha sido previsto

que con el orden definitivo pactado entre EUA y CA, la negociación ha de terminar con un “acuerdo nuevo y tolerante”.<sup>29</sup> En el cuadro siguiente se presentan los puntos de negociación entre USA y CA:

**CUADRO 7 PUNTOS DE LA NEGOCIACIÓN TLC CA – EUA.**

Estados Unidos	Centroamérica
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducción de barreras al comercio agrícola</li> <li>- Baja de aranceles y subsidios extranjeros</li> <li>- Eliminación de restricciones sanitarias y fito-sanitarias injustificadas.</li> <li>- Nueva definición de productos agrícolas sensibles a las importaciones: incluye productos sujetos a bandas arancelarias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lograr seguridad jurídica en las negociaciones;</li> <li>- Procurar mecanismos seguros para que las partes cumplan los compromisos;</li> <li>- Asignar objetivos para cada producto a negociar, para obtener buenos resultados y alternativas en caso de estancamientos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mejorar el cumplimiento de los estándares laborales internacionales: fomentar el respeto a los derechos de los trabajadores y aplicar adecuadamente las leyes laborales;</li> <li>-Fomento al desarrollo sostenible: que las políticas comerciales y medioambientales se apoyen mutuamente, sin debilitar las leyes y reglas que protegen el ambiente.</li> </ul>	<p>Los acuerdos laborales y medioambientales en el TLC no deben ser vehículo de imposición de sanciones comerciales, sino de desarrollo de leyes y derechos en ambas áreas.</p>
Propuestas de Centroamérica.	Propuestas de EUA.
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar diez rondas de negociación</li> <li>- Negociar los temas agrícola, textil y de confecciones en la mesa llamada acceso a mercados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear una mesa única sólo para negociar los intereses de la industria textil y de la confección.</li> <li>- Realizar sólo nueve rondas de negociación.</li> </ul>

Fuente: CSD. Periodístico 2000. El Tratado de Libre Comercio con EUA y la Agricultura.

[http://www.interaction.org/files.cgi/2417\\_PROES\\_Tema\\_de\\_Fondo\\_El\\_CAFTA\\_y\\_la\\_Agricultura\\_vf.doc](http://www.interaction.org/files.cgi/2417_PROES_Tema_de_Fondo_El_CAFTA_y_la_Agricultura_vf.doc)

<sup>29</sup> GRUPO DEL BANCO MUNDIAL.

<http://lnweb18.worldbank.org/LAC/LAC.nsf/ECADocByUnid2ndLanguage/9E56B2DC8514948085256DB20073248F?Opendocument>

La Federación de Cámaras Agropecuarias de CA (FECAGRO), planteó a EUA que el sector será beneficiado siempre y cuando la negociación garantice que no existirán barreras arancelarias u otros elementos que limiten las exportaciones al mercado estadounidense. La FECAGRO a su vez considera que en las negociaciones con EUA se deben tomar en cuenta las limitantes económicas de CA, para que se disminuyan los efectos adversos de la apertura comercial. Para EUA el TLC con C.A. tendría un impacto mínimo para la economía ya que las exportaciones agrícolas (incluye las hortalizas) de CA representan menos del 5% de sus importaciones totales.

FECAGRO, considera que el sector agropecuario en C. A. atraviesa por ciertos problemas que deben ser tomados en cuenta en la negociación, por lo que ha listado los principales:

- La dependencia, cada vez mayor, de la importación de granos básicos, lácteos, grasas, aceites, carne de res, frutas y verduras.
- Se ha favorecido a los importadores con reducciones arancelarias y no hay capacidad de contrarrestar la competencia desleal provocada por los subsidios en países desarrollados y el descuido de infraestructura como obras de riego, drenajes, electrificación, mercados, rastros y centros de acopio, lo cual reduce la eficiencia de la inversión privada.
- La falta o muy baja rentabilidad de la mayoría de rubros agrícolas que han ahuyentado la inversión y reducido el empleo en el área rural.

Peticiones de FECAGRO ante el CAFTA:

- Que el TLC garantice que sus productos no tendrán restricciones encubiertas para entrar al mercado estadounidense, tales como medidas sanitarias y fitosanitarias imposibles de cumplir.
- Negociar con base en un marco equitativo que busque potenciar las ventajas competitivas del sector.
- Tomar en cuenta las diferencias de desarrollo que hay en las economías de CA, para que se disminuyan los efectos adversos de una apertura comercial súbita.

- Utilizar como parámetros elementos ya acordados dentro de la ICC y del ALCA, tales como las pautas para el tratamiento de los países según su nivel de desarrollo.
- Eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias para los productos de mayor interés.
- Asegurar que las medidas sanitarias y fitosanitarias no constituyan una restricción comercial encubierta.
- Negociar Reglas de Origen que consideren las realidades productivas de los países del istmo y que garanticen los beneficios del TLC a los productores.

Actualmente El Banco Mundial y el Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos (DR- CAFTA); a solicitud de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y la República Dominicana, el Banco Mundial ha colaborado en el diseño de las estrategias necesarias para garantizar que este acuerdo fomente de manera eficaz el desarrollo integrado.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup>GRUPO DEL BANCO MUNDIAL.  
<http://inweb18.worldbank.org/LAC/LAC.nsf/ECADocByUnid2ndLanguage/9E56B2DC8514948085256DB20073248F?Opendocument>



## CAPITULO II

### DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO PRODUCTOR (MUNICIPIO DE TACUBA) Y CONSUMIDOR (ESTADOS UNIDOS) DE HORTALIZAS ORGÁNICAS.

#### A. OBJETIVOS.

##### 1. General.

- Realizar el diagnostico de la situación actual, del productor (Tacuba en El Salvador) y el comprador (Estados Unidos) con el propósito de determinar las condiciones de mercado, tecnológicas, políticas y sociales con las que se enfrentara el municipio.

##### 2. Específicos.

- Elaborar un estudio de mercado, producción y económico de las variables con el que el productor deberá trabajar, con el fin de establecer que influirá directamente el proceso de comercialización.
- Conocer las características del mercado consumidor, para enfocar los esfuerzos de comercialización en la satisfacción del mismo.
- Desarrollar el análisis de los aspectos políticos, económicos, sociales y tecnológicos, tomando en cuenta la realidad de ambos países, para conocer el contexto en el cual se desarrollaran sus relaciones comerciales

## B. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.

### 1. Planteamiento y Delimitación.

Para la realización de un proceso de investigación, es indispensable elaborar previamente ciertos cuestionamientos, que surgen ante la necesidad de elaboración del trabajo, de ahí que se originan las siguientes preguntas: ¿Cómo abordar el problema? y ¿Cómo plantear el problema? Debido a esto es que dentro del proyecto se plantea la siguiente situación problemática: <sup>31</sup>

¿En que medida la elaboración de un plan de exportación para hortalizas orgánicas (chile, tomate y pepino) cultivados en invernaderos, en el municipio de Tacuba, en el departamento de Ahuachapán proporcionará oportunidades comerciales en el exterior?

A su vez el planteamiento del problema se abordará a partir de tres principales aspectos, el primero de ellos está constituido por los antecedentes, posteriormente se procede con la formulación del problema y se finaliza con la delimitación en tiempo, espacio y población.

#### 1.1 Antecedentes

El pasado 28 de septiembre de 2005, una onda tropical asociada a una baja presión, la cual se convirtió en Tormenta Tropical y luego en Huracán Stan afectó a El Salvador y Centroamérica. Este huracán dejó en El Salvador 71 muertos, 62.891 damnificados/as, destrucción de viviendas, la producción de granos básicos, animales domésticos y comunidades aisladas por los deslizamientos y derrumbes provocados por la copiosidad de las lluvias y desbordamientos de los ríos principales del Bajo Lempa, La Paz y otros ríos secundarios. Tacuba al ser una zona montañosa, con suelos arcillosos, con vías de comunicaciones de tierra en mal estado, propiciaron las condiciones para quedar aislados a causa de los desbordamientos de tierras, en diversos lugares se tardaron días en llevar ayuda debido al mal estado de los caminos. Estas condiciones de vulnerabilidad en que viven las familias rurales de Tacuba, se expresan en hambre, desnutrición y enfermedades curables, pero que aquí causan la muerte a la niñez, mujeres y población anciana que son los que resisten menos a estas coyunturas de crisis.

---

<sup>31</sup>IGLESIA MEJIA, Salvador. 2006a.

La Asociación para el Desarrollo Integral Comunitario ADIC es una ONG, sin fines de lucro, que trabaja para contribuir a mejorar la vida de la niñez, mujeres, hombres, jóvenes y población anciana de escasos recursos. ADIC trabaja desde el año 1990 en el municipio de Tacuba, con 45.000 habitantes y con la ayuda de Caritas Gipuzkoa dio respuesta a las necesidades básicas de alimentación, medicina para micosis y enfermedades respiratorias de 1,110 familias y un promedio de 6,660 personas campesinas de los cantones del Municipio de Tacuba, Departamento de Ahuachapán. Al ser la siembra de granos básicos el medio de supervivencia de estas familias, se ha apoyado con insumos para el cultivo de 30 manzanas de maíz, destinados a favorecer a 300 familias.<sup>32</sup>

El Proyecto de Emergencia cubrió la dotación de granos básicos, insumos para la producción de maíz y medicina básica. La distribución se realizó en coordinación con las Asociaciones de Desarrollo Comunal, ADESCOS, en cada comunidad, con la finalidad de que la ayuda llegase directamente a la población beneficiaria. Se coordinó con la municipalidad de Tacuba para esfuerzos de mediano plazo, también se organizaron grupos de apoyo con los líderes de las comunidades para que apoyasen en el reparto de alimentos e insumos para la producción. La ADIC, a través de los Centros Materno Infantil, ubicados en la zona rural del Municipio de Tacuba, proporcionó los medicamentos a la población, previa consulta médica, así como a nivel de las comunidades priorizando en la población más afectada con enfermedades respiratorias, infecciones en la piel y síntoma de dengue. La ADIC tiene 2 oficinas de operación de campo en Tacuba y una oficina central en San Salvador, cuatro Centros Materno Infantil en la zona rural con personal médico, un Centro de Recuperación Nutricional para Niños y Niñas en el Casco de Tacuba y personal médico especializado.

En la actualidad existen en la comunidad de Tacuba 80 familias que se dedicarán ahora a la producción, comercialización local y extranjera de hortalizas (chile, tomate y pepino) con el apoyo de la ADIC. Las acciones contempladas en este proyecto son parte del Plan Estratégico de ADIC 2006-2013, el cual tiene por misión la construcción de condiciones para el desarrollo integral de la población del municipio de Tacuba, enfatizando en la lucha contra la pobreza, la equidad de género, la organización comunitaria, el acceso a los servicios básicos y a condiciones para el desarrollo productivo. En este plan estratégico 2006 - 2013 formulado por la ADIC, las acciones se han focalizado en el municipio de Tacuba y sus alrededores, con el propósito de lograr un impacto de mayor magnitud. Para ello, se establecen una serie

---

<sup>32</sup> Caritas Guipúzcoa. [www.elizagipuzkoa.org/caritas/index.php?hizk.es](http://www.elizagipuzkoa.org/caritas/index.php?hizk.es)

de acciones estratégicas básicas que buscan sacar a Tacuba de las pésimas condiciones en que se encuentra y encaminarlo por el sendero del desarrollo, con su población como actor clave y fundamental.

## 1.2 Formulación Del Problema

Luego de mencionar la forma paulatina en la que las comunidades del municipio de Tacuba han venido mejorando su forma de vida gracias al respaldo y ayuda de asociaciones que se dedican al desarrollo de proyectos que benefician a comunidades como éstas, es posible identificar que cuando existe una combinación de aspectos tan importantes como el anhelo de salir adelante, la coordinación y una organización excelente se generan fuentes de reactivación en sectores específicos de la sociedad. Es por ello que en este nivel, se puede cuestionar acerca de ¿Qué es necesario llevar a cabo para sacar adelante los proyectos locales, de tal forma que se de seguimiento y que se perfilen como verdaderas soluciones a los grandes problemas de las comunidades involucradas?

En respuesta a esta interrogante, es necesario enfatizar que se requiere de la elaboración de un plan que permita el crecimiento de las actividades productivas de las comunidades y la dotación de herramientas que les brinden respaldo, en lo referente a la planificación, organización administrativa y productiva, capacitación y expansión de mercados, a partir de los recursos disponibles y el entorno en que se desenvuelven, solo de esta manera será posible sacar adelante los proyectos locales. Tal es el caso de la distribución del producto a nivel nacional o local en un corto plazo y posterior a cinco años tomar en cuenta la exportación del mismo, contando con las debidas certificaciones tanto del terreno, abono y producto en sí.

## 1.3 Delimitación del Tema

### 1.3.1 Delimitación Geográfica.

El proyecto se realizará en el municipio de Tacuba (departamento de Ahuachapán) a 16 Km. al sur poniente de la ciudad, con una extensión geográfica de 149.48 Km<sup>2</sup> en la zona central de la Cordillera Costera, en una meseta de la sierra Apaneca o Lamatepec, a una altitud de 710 metros sobre el nivel del

mar a 125 Km. de San Salvador (capital), el clima predominante es de tipo cálido con temperaturas que oscilan entre los 26 y 30 grados centígrados<sup>33</sup>

### 1.3.2 Delimitación Demográfica.

Las unidades de estudio estarán comprendidas por:

- Los productores de Hortalizas (Chile, Tomate y Pepino) en el municipio de Tacuba.

Según la DIGESTYC, El municipio de Tacuba cuenta con 24,085 habitantes, lo cual refleja una densidad poblacional de 165.39 personas por cada kilómetro cuadrado. Esta población se caracteriza por la presencia de rasgos patriarcales y machistas, en los cuales el papel de la mujer se reduce a las labores domésticas y el del hombre a la búsqueda de ingresos para la subsistencia del hogar.

- El Mercado destino de Exportación (Estados Unidos)

El mercado de Estados Unidos resulta interesante para el exportador salvadoreño por diversas razones: la cercanía geográfica, la rentabilidad del mercado, el potencial del mercado nostálgico salvadoreño o el mercado latino en general, los beneficios arancelarios proporcionados por las provisiones de trabajo del Acuerdo de Libre Tratado entre República Dominicana-Centro América, (DR-CAFTA, por sus siglas en ingles).

El Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS) o el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) del U.S. Department of Agriculture's (USDA) o Departamento de Agricultura de los Estados Unidos proporciona información sobre reglamentos que rige el ingreso de productos extranjeros a los Estados Unidos y viceversa. Los productos vegetales tienen que tener un permiso para ingresar a los Estados Unidos. Algunos países requieren un certificado fitosanitario para productos norteamericanos. Los permisos y los certificados son extendidos únicamente a al importador norteamericano o al exportador norteamericano. Los cultivadores y los embarcadores deberán visitar a los importadores para cerciorarse de su confiabilidad y para obtener información de mercado de primera mano sobre la cantidad, calidad, empaque, precio y reglamentos que conciernen a los productos. La mayoría de los importadores no negociara con un embarcador que demuestre no ser confiable en términos de cumplimiento de plazos, volumen, calidad o documentación.

---

<sup>33</sup> ADIC. Proyecto "Infraestructura Habitacional, Comunal, Productiva Para Desarrollar El Cantón "El Jicaro" (2006) El Salvador.

### 1.3.3 Delimitación Temporal

El diseño de un plan de Exportación para hortaliza, chile, tomate y pepino cultivados en invernaderos, municipio de Tacuba en el departamento de Ahuachapán tendrá una duración estimada de 6 meses, comprendidos entre los meses de mayo a octubre, en el que se ha de realizar la etapa de planificación, el estudio de campo y la elaboración de la propuesta final.

### 1.3.4 Delimitación Teórica

La base teórica en la cual se fundamentará la investigación, será bibliografía basada en tres áreas principales que son:

- **Cultivos Orgánicos:** conceptos, definiciones, características, estadísticas de producción de los cultivos, principales productores.
- **Invernaderos:** Concepto, definición, principales ventajas y desventajas, tipos de invernaderos
- **Planeación:** planeación estratégica, planeación táctica y planeación operativa.

Todo esto servirá como insumo para poder presentar el Plan de Exportación y de esa manera conocer si se aceptan o rechazan las hipótesis propuestas en la investigación.

## 2. Justificación del Estudio.

### 2.1 Importancia

El departamento de Ahuachapán, es un territorio en donde se concentra la pobreza y la existencia de necesidades básicas, lo cual convierte a ese espacio territorial en una zona en desventaja, si se compara con el resto de departamentos del país. Este departamento está compuesto por los municipios de: Ahuachapán, Apaneca, Atiquizaya, Concepción de Ataco, El Refugio, Guaymango, Jujutla, San Francisco Menéndez, San Lorenzo, San Pedro Tuxtla, Turín y Tacuba. En este último municipio es donde

la ADIC ha focalizado sus acciones desde hace más de 17 años, promoviendo el desarrollo integral de las familias que lo habitan. Por ello, es que se pretende elaborar el Plan de Exportación con el fin de ayudar a que 80 familias que viven en el municipio puedan ser beneficiadas con los recursos que la asociación invertirá en equipo y capacitación. Así mismo este Plan de exportación es parte de todo un plan estratégico que va encaminado a lograr en el desarrollo del municipio, generando condiciones que permitan a la población un mejor nivel de vida. Hasta la fecha la ADIC ha realizado proyectos entre los que se destacan:

- Construcción y ampliación de escuelas.
- Construcción y equipamiento de Centros de Salud Materno Infantil.
- Construcción de Casas de la Salud.
- Construcción de viviendas.
- Procesos de atención en salud.
- Apoyo a la organización comunitaria.
- Sensibilización en temas de medio ambiente.
- Construcción de Invernaderos para cultivos de Hortalizas.

Es por ello que al proporcionarles una alternativa de comercialización en el exterior de productos cultivados en invernaderos, se les estará brindando una manera diferente de vender sus productos.

## 2.2 Utilidad

La utilidad del plan de exportación para hortalizas (chile, tomate y pepino) cultivados en invernaderos, en el municipio de Tacuba, radica en que éste brindara soporte y fortalecimiento en el desarrollo comercial

permitiendo así una mejor calidad de vida al grupo de agricultores de las comunidades en desarrollo, los cuales sostienen económicamente a sus familias.

El desarrollo de este plan de exportación generará un mayor impulso para el fortalecimiento de la actividad productiva de la comunidad y la integración familiar, ya que al coordinar los recursos, se están generando fuentes de empleo cerca de los hogares, en la misma comunidad, permitiéndole a estas familias tener la esperanza de que sus vidas mejoraran en un futuro cercano.

### 2.3 Factibilidad

Si se entiende que factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados y que está apoyada por aspectos operativos, técnicos y económicos, se puede considerar que la elaboración del Plan de Exportación para los pobladores del municipio de Tacuba, es factible debido a los siguientes aspectos:

- Se cuenta con experiencia de trabajo en el municipio.
- CARE<sup>34</sup> Internacional, se encuentra apoyando la introducción de servicio de agua por cañería así como el desarrollo de obras de infraestructura.
- El desarrollo del Plan esta apoyado por la ADIC, el Gobierno del país Vasco, la Asociación Caritas Gipuzkoa, Oscar Romero Solidariza Barzordea y la Municipalidad de Tacuba.
- Las asociaciones Visión Mundial y Catholic Relief Service (CRS), se encuentran realizando acciones de apoyo al desarrollo del municipio.

Es decir se cuenta con el apoyo de instituciones que tienen un Plan Estratégico coordinado y completo que permitirá crear en el municipio de Tacuba condiciones que ayuden al desarrollo de los habitantes en el mejoramiento de las condiciones de vida. Además se posee la información técnica y bibliográfica necesaria así como también los recursos para acceder a ella.

---

<sup>34</sup> CARE INTERNACIONAL. [www.care.org.sv](http://www.care.org.sv)



### 3. Hipótesis y Operativización

#### 3.1 General

- La elaboración de un Plan de Exportación para hortaliza orgánicas (chile, tomate y pepino) cultivados en invernaderos, en el municipio de Tacuba en el departamento de Ahuachapán proporcionará oportunidades comerciales en el exterior.

#### 3.2 Específicas

- El diagnóstico de la situación actual de los procesos administrativos, productivos y de comercialización permitirán conocer la oferta exportable.
- La identificación de los aspectos que deben ser considerados dentro del Plan de Exportación permitirá determinar que tan factible es su ejecución.
- El aprovechamiento de las situaciones que se dan en el entorno del mercado productor y consumidor permitirán un mejor desarrollo en las etapas del Plan de Exportación.

#### 3.3 Operativización de Hipótesis

A continuación se presentará de forma resumida la operativización de las hipótesis anteriormente expuestas, con sus principales indicadores y variables.

CUADRO 8 OPERATIVIZACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	INDICADORES
<p>La elaboración de un Plan de Exportación para hortaliza (chile, tomate y pepino) cultivadas en invernaderos, en el municipio de Tacuba en el departamento de Ahuachapán proporcionará oportunidades comerciales en el exterior.</p>	<p><b>INDEPENDIENTE:</b></p> <p>Plan de Exportación para hortalizas (chile, tomate y pepino) cultivados en invernaderos, en el municipio de Tacuba en el departamento de Ahuachapán</p> <p><b>DEPENDIENTE:</b></p> <p>Proporcionará oportunidades comerciales en el exterior.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas de exportación hacia Estados Unidos.</li> <li>• Leyes y Reglamentos de exportación</li> <li>• Producción total a exportar</li> <li>• Comportamiento del mercado</li> <li>• Proyecto y programas relacionados con el exportador.</li> <li>• Contactos en el mercado estadounidense.</li> <li>• Contactos con servicios de Ayuda a la exportación.</li> <li>• Fechas sobre ferias internacionales.</li> </ul>
HIPÓTESIS ESPECÍFICA I	VARIABLES	INDICADORES
<p>El diagnóstico de la situación actual de los procesos administrativos, productivos y de comercialización permitirá conocer la oferta exportable.</p>	<p><b>INDEPENDIENTE:</b></p> <p>Diagnóstico de la situación actual de los procesos administrativos, productivos y de comercialización</p> <p><b>DEPENDIENTE:</b></p> <p>Conocer la oferta exportable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requisitos legales para la exportación.</li> <li>• Papelería y registros necesarios para poder exportar</li> <li>• Índice de precio en el mercado estadounidense.</li> <li>• Promedio de productos a exportar.</li> <li>• Capacidad de Producción</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Análisis e interpretaciones de las entrevistas.</li> </ul>

HIPÓTESIS ESPECIFICA II	VARIABLES	INDICADORES
<p>La identificación de los aspectos que deben ser considerados dentro del Plan de Exportación permitirá determinar que tan factible es su ejecución.</p>	<p><b>INDEPENDIENTE:</b> La identificación de los aspectos que deben ser considerados dentro del Plan de Exportación</p> <p><b>DEPENDIENTE:</b> Permitirá determinar que tan factible es su ejecución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto con instituciones locales.</li> <li>• Capacitación a nivel local.</li> <li>• Ferias locales.</li> <li>• Ferias Internacionales</li> <li>• Políticas de interacción de productos en Estados Unidos.</li> <li>• Requisitos de importación y exportación.</li> <li>• Capacitaciones en materia de procedimientos y procesos de exportación.</li> <li>• Apoyo de instituciones</li> <li>• Análisis económicos de entidades a nivel local.</li> <li>• Análisis económicos de entidades a nivel externo.</li> <li>• Análisis del mercado Estadounidense.</li> </ul>
HIPÓTESIS ESPECIFICA III	VARIABLES	INDICADORES
<p>El aprovechamiento de las situaciones que se dan en el entorno del mercado productor y consumidor permitirá un mejor desarrollo en las etapas del Plan de Exportación.</p>	<p><b>INDEPENDIENTE:</b> El aprovechamiento de las situaciones que se dan en el entorno del mercado productor y consumidor.</p> <p><b>DEPENDIENTE:</b> Permitirá un mejor desarrollo en las etapas del Plan de Exportación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Censos de población</li> <li>• Estadísticas de importación y exportación.</li> <li>• Libros, revistas, boletines.</li> <li>• Paginas Web relacionadas.</li> <li>• Informes y antecedentes de agricultura orgánica en El Salvador y en el Mundo</li> <li>• Informes de cultivos en Invernaderos.</li> </ul>

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo.

#### 4. Métodos y Técnicas de Investigación.

##### 4.1 Métodos de Investigación.

Para la realización de la investigación “plan de exportación para hortalizas (chile, tomate y pepino) cultivados en invernaderos de manera orgánica en el municipio de Tacuba, departamento de Ahuachapán” se utilizará el método científico y el deductivo. El primero debido a que se garantizará la confiabilidad del mismo investigación, debido a que el proceso implica la formulación de hipótesis y su comprobación en el campo, sustentada en un marco teórico. Se utilizará el segundo ya que se enfocará en lo referente al análisis de las variables, tomando en cuenta los efectos y variaciones que se produzcan en el entorno del fenómeno a investigar, a partir de los planteados.

##### 4.2 Tipos de Investigación.

El tipo de investigación a utilizar en el proyecto “plan de exportación para hortalizas (chile, tomate y pepino) cultivados en invernaderos de manera orgánica en el municipio de Tacuba, departamento de Ahuachapán”, será no experimental de tipo descriptiva, ya que se pretende describir las condiciones del mercado exterior en todas sus dimensiones, las cuales comprenden la capacidad productiva de la comunidad y poder satisfacer su demanda. La investigación comprenderá dos etapas:

**La investigación bibliográfica:** Esta se hará con el fin de indagar la teoría existente sobre la planeación, productos orgánicos, exportación, importación, etc. Con esto se pretende sustentar la investigación dentro de un marco teórico.

**Investigación de campo:** Debido a que se trata de una investigación científica, es necesario adquirir información de las fuentes primarias, para lo cual se analizarán a todas las entidades pertinentes.

##### 4.3 Recolección de Información.

Para recolectar la información se requerirán fuentes de origen primario y secundario, de las cuales se obtendrá información precisa y necesaria para fundamentar la investigación y estarán contenidas de la siguiente forma:

- Fuentes primarias:

Estas serán de carácter cuantitativo y cualitativo; mediante la investigación cuantitativa se recopilará información por medio de entrevistas dirigida a los agentes en estudio: los agricultores productores de las hortalizas orgánicas, la ADIC e Instituciones involucradas en el comercio exterior y producción de hortalizas.

Para el caso específico de esta investigación cualitativa, esta se a de realizar a través de la observación, la cual será empleada para mejorar la profundidad y riqueza de los hallazgos cuantitativos.

- Fuentes secundaria

Las fuentes secundarias comprenderán aquella información que ha sido recopilada, analizada y publicada por diferentes autores a cerca de temas similares y que será necesario localizarlas físicamente en bibliotecas, en la ADIC, en el municipio de Tacuba, en hemerotecas, y otros lugares que nos puedan proporcionar información como por ejemplo las instituciones involucradas en el comercio exterior y producción de hortalizas. La investigación secundaria recopila datos del proyecto en estudio, sino que se tratará de información relacionada a identificar antecedentes, conceptos, teorías o clasificaciones obtenidas de fuentes externas a los productores, comunidades, asociaciones involucradas y proyecto en análisis. Para esta investigación se utilizarán las siguientes fuentes secundarias:

- Libros y tesis relacionadas con el tema.
- Revistas, periódicos y boletines.
- Censos de población.
- Informes de organismos e instituciones.
- Publicaciones en Internet.

Dichos recursos se revisarán cuidadosamente y se extraerá la información necesaria para que forme parte de la investigación, realizando la respectiva referencia.

#### 4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección.

En la investigación se hará uso de importantes técnicas e instrumentos que son efectivos para recopilar información cuantitativa y cualitativa, enfocada a elaborar el marco teórico, el diagnóstico de la situación actual y la propuesta del plan de exportación.

##### 4.4.1 Técnicas de Recolección.

Para ello utilizaremos los siguientes:

- Observación

La observación permitirá obtener información sobre las características, condiciones, acciones y procedimientos que actualmente se llevan a cabo en las comunidades integradas a los proyectos de la ADIC en Tacuba, Ahuachapán. De esta forma esta técnica presentará ventajas que permitirán tanto la recopilación de datos de gran validez para la investigación como el más objetivo análisis de los mismos.

- Entrevista

La entrevista será otro instrumento para la recolección de información, ya que a través de ella se pretende establecer un diálogo de confianza con los representantes o responsables de los organismos del proyecto, ADIC, FOEX, MINEC, MAG, entre otros, a los que se les hará preguntas más detalladas y con el fin de obtener respuestas con mayor profundidad, manteniendo un estilo de entrevista estructurada, pero que permita la interacción y la transferencia de información valiosa y objetiva.

- Ámbito de la Investigación

La investigación se realizará en las comunidades de Tacuba, Ahuachapán, debido a que en esa zona residen los agricultores productores de hortalizas y beneficiados en los proyectos de la ADIC.

- Justificación del uso de la Entrevista

Debido a la naturaleza de la investigación, de la recopilación, selección e interpretación de la información relacionada con la importación, exportación, agricultura orgánica y a la necesidad de elaborar un documento, que contenga todos los requisitos necesarios para poder ingresar por medio de la exportación de hortalizas orgánicas a los Estados Unidos, se utilizarán una serie de entrevistas e investigaciones

bibliográficas que permitirán desarrollar el diagnóstico de la situación actual del mercado productor (municipio de Tacuba) y consumidor (Estados Unidos) de hortalizas orgánicas. De esta manera se busca recopilar toda la información de diferentes fuentes para poder realizar un plan de exportación que sea funcional para la ADIC. Así mismo, tomando en cuenta que el mercado meta del producto no esta en El Salvador, sino que en uno de los estados de la Unión Americana, es por ello que es necesario prescindir del uso de encuestas a una población específica, debido a eso se ha desarrollado un mecanismo de investigación con los entes involucrados en las áreas antes mencionadas, para poder establecer la realidad actual de los sujetos de estudio.

#### 4.4.2 Instrumentos para la recolección de la Información

Los instrumentos de recolección de información son muy útiles para llevar a cabo la investigación. Para el caso de la entrevista, se desarrollara una guía de preguntas o guía de entrevista.

#### 4.5 Presentación.

La presentación de la información recolectada en las entrevistas efectuadas se mostrara en el desarrollo del documento, el cual dará a conocer mayor información de la comunidad de Tacuba, de las Instituciones u organizaciones relacionadas a las exportaciones y del respaldo que estas brinden, así como también datos importantes relacionados a los productos de tipo orgánico.

### C. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO PRODUCTOR (MUNICIPIO DE TACUBA - EL SALVADOR).

#### 1. Análisis de Mercado.

El municipio de Tacuba se encuentra limitando al Norte por Ahuachapán y la República de Guatemala: al Este por Concepción de Ataco y Ju3jutla; al Sur por Jujutla y San Francisco Menéndez y al Oeste con la Republica de Guatemala. Tiene una población de 23,638 habitantes; el municipio está dividido en 15 cantones y 47 caseríos.

Este municipio cuenta con alcaldía, unidad de salud, 2 iglesias y Cruz Roja, con ríos y cerros. Su principal cultivo es el café, hay crianza de ganado, porcinos y aves de corral. Tiene como atracción turística las ruinas de la iglesia colonial.

Los servicios básicos que posee Tacuba son: agua potable, energía eléctrica, correos, policía, juzgado de paz. Lo lamentable es que los cantones y caseríos del alrededor carecen de todos estos servicios, no cuentan con agua potable, si necesitan agua para beber deben ir por ella al río mas cercano y luego hervirla a base de leña, no cuentan con energía eléctrica, algunas organizaciones les han brindado ayuda, tal es el caso de la ADIC que les a donado a algunas familias paneles solares los cuales les ayudan a no estar en la oscuridad cuando llega la noche, pero estos paneles no son suficientes para abastecer a todas las familias de los cantones y caseríos que los necesitan y tampoco logran cubrir la necesidad de los pobladores que ya cuentan con ellos, no pueden tener una radio pequeña encendida por mucho tiempo, mucho menos una refrigeradora ya que la capacidad de estos solamente permite mantener un par de focos encendidos . No cuentan con letrinas proyecto que la ADIC también se encuentra desarrollando en algunos cantones de Tacuba, al igual que la construcción de escuelas entre otros proyectos.

## 1.1 Mezcla de Mercado.

La mezcla de marketing busca satisfacer eficientemente las necesidades de los clientes, cumpliendo con los objetivos de la organización. La combinación de un producto, la forma en la que se distribuye y promueve y su precio, en conjunto debe satisfacer las necesidades del mercado meta y al mismo tiempo alcanzar los objetivos que se persiguen.

### 1.1.1 Producto.

Actualmente El Salvador cuenta con más de 7,105 hectáreas de cultivos orgánicos siendo el 86% de estos certificados y el resto en proceso de transición, además oferta alrededor de 38 productos elaborados en el país como se muestra en el siguiente cuadro:



**CUADRO 9 DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EL SALVADOR  
(AÑO 2005)**

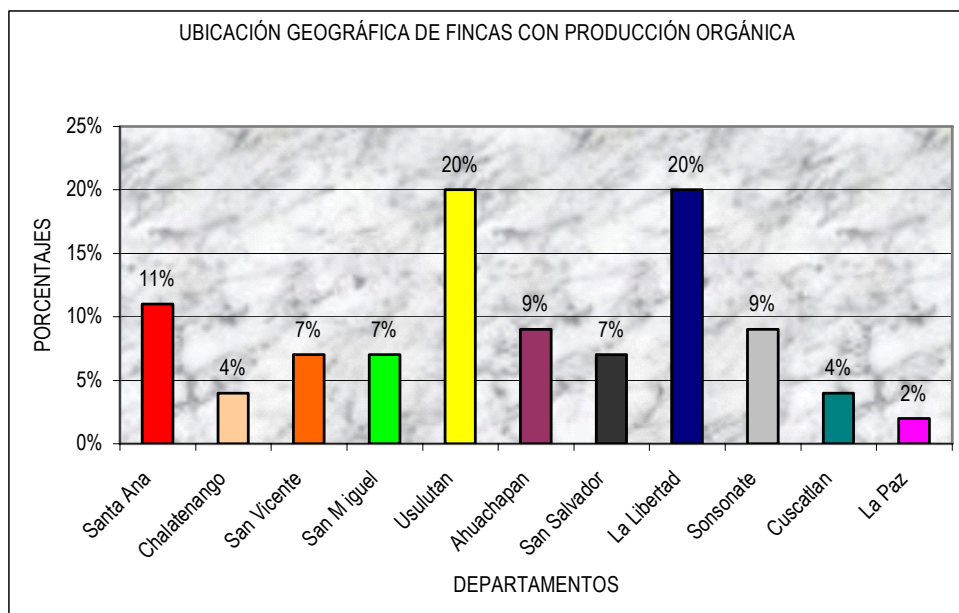
Productos		
Añil índigo	Lechugas	Ajonjolí
Semillas de marañón	Cebollín	Bálsamo
Café	Zanahoria	Green coffee
Formulas granuladas	Espinaca	Roast coffee
Formulas foliares	Rábano	Sesame seed
Mango	Acelga	Zacate de limón
Limón	Dulces de café	Jabones orgánicos
Naranja	Dulces de panela	Shampoo naturales
Aceite de coco	Algodón teñido de añil	Polvo de añil
Harina de coco	Yute teñido de añil	Semilla de macuna
Coco fruta	Barro	Lombriabono
Zacate vetiver	Citronela	Patchouli
Cascarilla	Orégano	

Fuente: Estudio realizado por GTZ. "Agricultura orgánica en El Salvador. Situación actual" 2005

El área cultivada de orgánicos en el país, asciende a 7 ,105 hectáreas. Cerca del 60% de estas tierras tienen una extensión menor a las 100 hectáreas, el resto del área cultivada se distribuye en fincas de diferentes tamaños. Las fincas de cultivos orgánicos en El Salvador están distribuidas en todo el territorio nacional. Usulután y La Libertad son los departamentos que presentan un porcentaje mayor continuando con Santa Ana, Sonsonate, San Vicente y San Miguel. <sup>35</sup> Tal como lo muestra el siguiente gráfico:

<sup>35</sup>Cooperación Técnica Alemana. EUROPEAN MARKET FOR ORGANIC PRODUCTS. 2005.  
[http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PNADF771.pdf#search=%22%E2%80%9CAgricultura%20Org%C3%A1nica%20en%20El%20Salvador.%20Situaci%C3%B3n%20Actual%E2%80%9D.%20%22](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADF771.pdf#search=%22%E2%80%9CAgricultura%20Org%C3%A1nica%20en%20El%20Salvador.%20Situaci%C3%B3n%20Actual%E2%80%9D.%20%22)

GRÁFICO 1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE FINCAS CON PRODUCCIÓN ORGÁNICA EN EL SALVADOR PARA EL AÑO 2005



Fuente: GUZMÁN, Nelson. Agricultura Orgánica en El Salvador: Situación Actual e Impacto. Pagina 34. Cooperación Técnica Alemana (GTZ) año 2005.

Estas cifras que se muestran en el gráfico significan un incremento importante, que es necesario tomar en cuenta, hasta hace un par de años la cifra que instituciones oficiales presentaban de hectáreas sembradas de producto orgánico era de 4, 900 hectáreas<sup>36</sup>. A continuación se mostraran datos mas específicos acerca de la producción de tomate, chile y pepino, tomando en cuenta las proyecciones de la ADIC en Tacuba.

### Tomate

Pocas son las hortalizas que a nivel mundial presentan una demanda tan alta como el tomate. Su importancia radica en que posee cualidades para integrarse en la preparación de alimentos, ya sea cocinado o crudo en la elaboración de ensaladas. Para este caso La ADIC pretende cultivar "Tomate Gem Pride". En el caso de la producción de tomate, la ADIC espera que en cada invernadero se tengan 480

<sup>36</sup>GUZMÁN, Nelson. 2005a. Pag. 34.

plantas y que cada planta de tomate produzca entre 50 y 55 unidades, con la ayuda del riego por goteo. La siembra de tomate podría favorecer al desarrollo y productividad del municipio de Tacuba.<sup>37</sup>

#### TOMATE GEM PRIDE

- Rangos de altitud de siembra (Metros sobre el nivel del mar): de 0 a 2,300.
- Temperatura Óptima: De 21° a 30° C. Temperaturas fuera de este rango provocan aborto de flores. Una variación diurna - nocturna de 5 – 6° C es deseable.
- Tipo de suelo: Se adapta a una amplia gama de tipos de suelo, preferibles suelos de textura media bien drenados de pH entre 5.5 a 6.8 con una profundidad mínima de 0.5 metros.
- Exigencia de agua: El cultivo requiere de agua durante todo su ciclo (pero no en exceso para no favorecer las enfermedades). No tolera periodos largos de sequía.
- Crecimiento del sistema radicular: El 90% de las raíces las desarrolla hasta una profundidad de 30cm.
- Necesidad de luz solar: Se cultiva a pleno sol, en verano tolera una sombra poco densa para que no haya quema de frutos.
- Periodo de la siembra a la cosecha: Semillero: 90 a 100 días, dependiendo del tipo de material y de la época de siembra (verano o invierno).
- Problemas mas comunes: Mosca blanca que transmite los geminivirus, tizones y marchite bacterial.
- Puntos clave: El manejo adecuado de plagas y enfermedades.

---

<sup>37</sup> Entrevista realizada al : Padre Miguel Andueza Asociación Salvadoreña para el Desarrollo Integral Comunitario (ADIC) Representante Legal Fecha: 7 de Agosto de 2006 (Ver Anexo I)

## Chile

En el caso de la producción de chile, la ADIC espera que en cada invernadero se tengan 480 plantas y que cada planta de chile produzca entre 50 y 55 unidades, con la ayuda del riego por goteo del cual se tiene información sobre manejo agronómico y costos del sistema. La siembra de chile podría favorecer al desarrollo y productividad del municipio de Tacuba.<sup>38</sup>

### CHILE DULCE DE TIPO NATHALY

- Rangos de altitud de siembra (Metros sobre el nivel del mar): de 0 a 1,800.
- Temperatura Óptima: De 17° a 30° C. Temperaturas fuera de este rango provocando aborto de flores.
- Tipo de suelo: Se adapta a una amplia gama de tipos de suelo, preferibles suelos de textura cercana a franco arcillosa bien drenados de pH entre 5.5 a 6.8 con una profundidad mínima de 0.5 metros.
- Exigencia de agua: El cultivo requiere de agua durante todo su ciclo (pero no en exceso para no favorecer las enfermedades). No tolera períodos largos de sequía.
- Crecimiento del sistema radicular: El 90% de las raíces las desarrolla hasta una profundidad de 50cm., pero puede llegar hasta un metro o más.
- Necesidad de luz solar: Se cultiva a pleno sol, en verano tolera una sombra poco densa para que no haya quema de frutos.
- Periodo de la siembra a la cosecha: Semillero: 35 a 40 días; Transplante a la cosecha: 65 a 75 días.
- Problemas mas comunes: Picudo del fruto, ácaro blanco, mosca blanca que transmite los geminivirus, tizones y marchite bacterial.
- Puntos clave: El manejo adecuado de plagas y enfermedades, especialmente el picudo del fruto, ácaro blanco y virosis.

---

<sup>38</sup>Entrevista realizada al : Padre Miguel Andueza Asociación Salvadoreña para el Desarrollo Integral Comunitario (ADIC) Representante Legal  
Fecha: 7 de Agosto de 2006 (Ver Anexo I)

## Pepino

El pepino es una hortaliza de verano, aunque en la actualidad se puede comprar durante todo el año gracias a los cultivos de invernadero. La ADIC presenta en su proyecto el cultivo de Pepino Diamante el cual es una planta con muy buenas características, su madurez oscila entre los 45 y 55 días, esta variedad de pepino gusta mucho en el mercado internacional ya que poseen una forma alargada, piel fina y pocas semillas, sus frutos son de color verde oscuro que amarillea en las puntas, y la pulpa entre blanca y amarillenta, con respecto a su sabor es algo insípido, similar al del melón no maduro, es de forma recta, con longitudes desde 25 a 28 cms.<sup>39</sup>

El Pepino Diamante es una hortaliza excelente para el mercado fresco y la exportación. Muy bueno para el rebanado. Este pepino es tolerante a enfermedades como Mildew Velloso y Polvoroso, Virus del Mosaico del Pepino, Sarna del Pepino, Antracnosis y Mancha Angular de la Hoja, es por ello que para este proyecto se espera obtener de las 480 plantas (que se sembraran en cada invernadero) una producción individual aproximada de 60 a 65 pepinos cada una.

### PEPINO RELAMPAGO (LIGHTNING) DIAMANTE.

- Rangos de altitud de siembra (Metros sobre el nivel del mar): de 200 a 1,300.
- Temperatura Óptima: De 18° a 32° C. Pero puede tolerar temperaturas más elevadas.
- Tipo de suelo: Los mejores suelos son los de textura franca sobre todo para las siembras de invierno. No importando el tipo de textura franca sobre todo para las siembras de invierno. No importando el tipo de textura el cultivo no tolera encharcamiento. Se cultiva en suelos con profundidades mayores de 0.5m el pH óptimo está entre 5.5 y 7.5.
- Exigencia de agua: El cultivo requiere de agua durante todo su ciclo (pero no en exceso para no favorecer las enfermedades). No tolera períodos largos de sequía, requiere entre 300 y 400 mm de agua durante su ciclo de desarrollo y fructificación.

---

<sup>39</sup> Entrevista realizada al : Padre Miguel Andueza Asociación Salvadoreña para el Desarrollo Integral Comunitario (ADIC) Representante Legal Fecha: 7 de Agosto de 2006 (Ver Anexo I)

- **Crecimiento del sistema radicular:** El 90 de las raíces las desarrolla hasta una profundidad de 30 cm., pero puede alcanzar profundidades hasta de un metro.
- **Necesidad de luz solar:** Se cultiva a pleno sol, sobre todo en el invierno, pero una alta intensidad de luz aumenta las flores masculinas (flores machos).
- **Periodo de la siembra a la cosecha:** De 45 a 50 días para iniciar cosecha la cual entre 30 y 40 días dependiendo del tipo de material y de la época de siembra (verano o invierno).
- **Problemas mas comunes:** Mildiu lanoso y perforador del fruto.
- **Puntos clave:** Tutoreado, control del mildiu lanoso y perforador del fruto.

### 1.1.2 Precio.

Al observar la demanda global que existe en el país se puede indicar que las exportaciones en el año 2004 representaron un 18.89%, en el cual se manifiesta una variación para el año 2004 de 6.7% con respecto al año anterior<sup>40</sup>, indicando que en la economía del país, la demanda de los productos que aquí se elaboran esta creciendo en los mercados externos.

Normalmente los precios de los productos orgánicos son más altos de sus similares por dos razones:

- El mecanismo de oferta y demanda (una oferta más escasa que la demanda con precios cercanos a sus equivalentes) y
- Los consumidores están dispuestos a pagar más por mejor calidad de producto.

A medida que aumenta la oferta los precios tendrían que bajar, para mantener un equilibrio en el mercado. A su vez la demanda se incrementa por un cambio en los patrones culturales que buscan una comida más saludable así como por casos ocasionales como el de la “gripe aviar”, que empujó al público

---

<sup>40</sup> Banco Central de Reserva de El Salvador. Oferta y demanda global. <http://www.bcr.gob.sv/>

estadounidense, a los granjeros, a las autoridades nacionales y de la comunidad a promover cambios en las técnicas de producción, ya que la posibilidad de que se expanda la temida gripe aviar y genere una pandemia (epidemia que brota en diferentes lugares al mismo tiempo) se ha agudizado.

Estados Unidos reconoce que es difícil la perspectiva para frenar esta enfermedad, la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomendó a los gobiernos a estar preparados para enfrentar un escenario pandémico, que virtualmente se da por hecho.<sup>41</sup> En este caso vemos la oferta y la demanda afectadas de forma casi simultánea. Por lo tanto el impacto sobre los precios es incierto todavía. El problema de la carne aviar en Estados Unidos va a aumentar el consumo de frutas y vegetales. Más aún, va a llevar a la presencia de comida orgánica en los restaurantes, que hasta ahora ha sido un componente de su demanda.

La respuesta de la oferta ante los cambios en la demanda se da a largo plazo. Las variaciones de la demanda que afectan los precios en el corto plazo; los productos convencionales, no son fuertes en los orgánicos. En el caso de un agricultor convencional su función de costos y producción puede moverse con una racionalidad diferente ante precios bajos o altos. Con precios convencionales más altos (que puede incluir también a los precios orgánicos) si él/ella pueden reaccionar rápidamente, esa reacción podría ser más rápida con técnicas convencionales y llevaría al abandono de las técnicas orgánicas.

### 1.1.3 Plaza.

Tradicionalmente, los productos alimenticios orgánicos se habían vendido fuera del sistema de distribución clásico, ya sea directamente en las granjas o en mercados al aire libre, tiendas especializadas y comercios minoristas de productos naturales. El procesamiento y el envasado y embalaje también han estado a cargo de pequeñas y medianas empresas, y no de grandes empresas transformadoras.

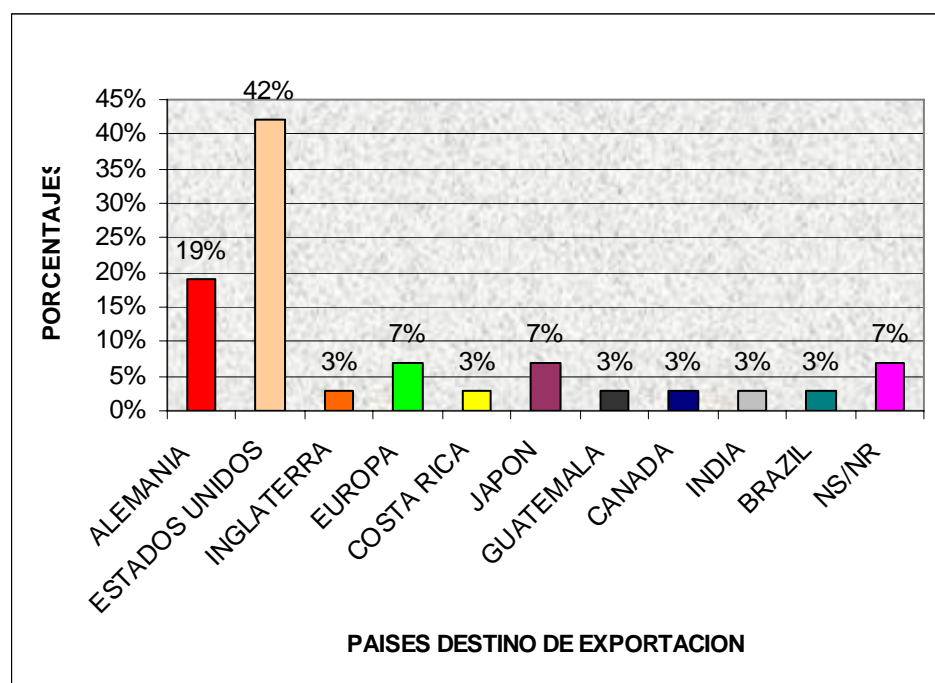
---

<sup>41</sup> clarin.com. <http://www.clarin.com/>. <http://www.clarin.com/diario/2005/10/16/elmundo/i-02015.htm>, Clarin.com

Sin embargo, en los últimos años, también han aumentado las ventas en el comercio no especializado y la producción de la industria alimentaria tradicional. Además, el sector orgánico atraviesa por un período de concentración mediante adquisiciones, fusiones y alianzas.<sup>42</sup>

A pesar de ello y de los altos estándares exigidos al tomate, al chile y al pepino por los Estados Unidos, los precios altos en ese país resultan muy atractivos para los exportadores Salvadoreños, prueba de esto es que aproximadamente el 42% de la producción agrícola orgánica del país tienen como mercado principal Estados Unidos, posicionándose como el país con mayor porcentaje receptor de exportaciones de este tipo de productos, seguido de Alemania con el 19%, luego se encuentran Europa y Japón con un 7% respectivamente<sup>43</sup>. Tal como lo muestra el Grafico 2

GRÁFICO 2 PAÍSES DESTINO DE EXPORTACIONES SALVADOREÑAS PARA EL AÑO 2005



Fuente: GUZMÁN, Nelson. "Agricultura Orgánica en El Salvador: Situación Actual e Impacto". . Pág. 25  
Cooperación Técnica Alemana (GTZ) año 2005

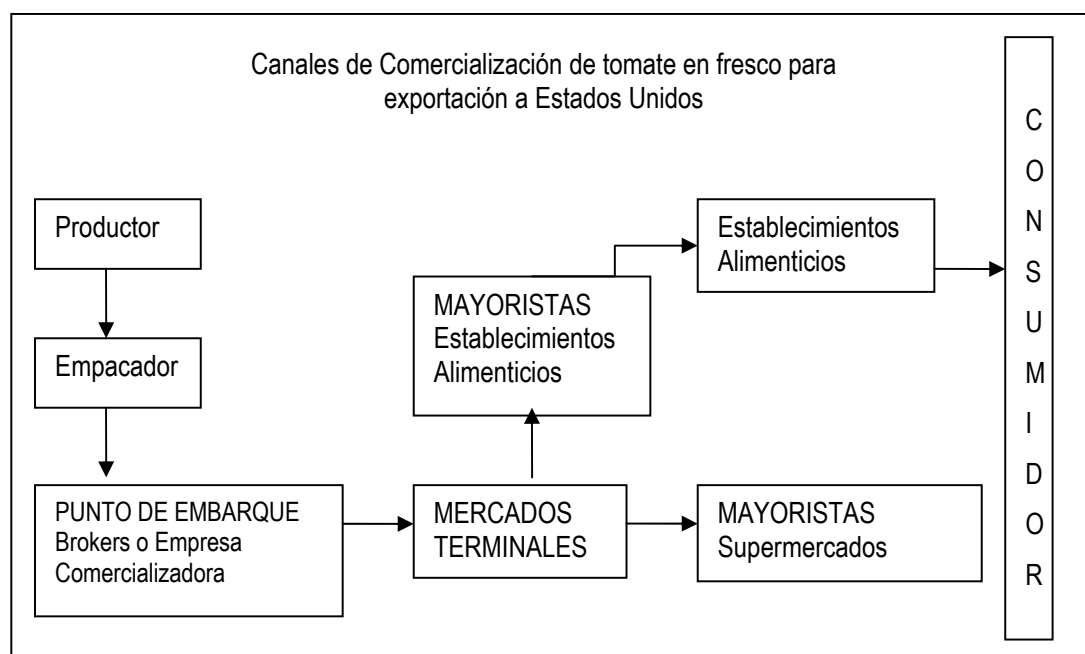
<sup>42</sup>La revista del Centro de Comercio Internacional. <http://www.forumdecomercio.org/>  
[http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/396/Crece\\_demanda\\_de\\_productos\\_org%E1nicos\\_en\\_los\\_Estados\\_Unidos.html](http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/396/Crece_demanda_de_productos_org%E1nicos_en_los_Estados_Unidos.html)

<sup>43</sup>GUZMÁN, Nelson. 2005a. Pág. 25.



Además de realizar las exportaciones, los agricultores utilizan canales de comercialización de acuerdo a su necesidad, como el tomate, por ejemplo, están incluidos en dos esquemas muy dinámicos de distribución determinados por los requerimientos del mercado nacional e internacional, motivo por el cual los precios que rigen en ambos mercados son determinantes para los volúmenes que se comercializan.

**CUADRO 10 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE TOMATE EN FRESCO PARA EXPORTACIÓN A ESTADOS UNIDOS**



Fuente: Depósitos de Documentos de la FAO. [www.siap.sagarpa.gob.mx](http://www.siap.sagarpa.gob.mx)  
[www.siap.sagarpa.gob.mx/Infomer/analisis/antomate.htm/](http://www.siap.sagarpa.gob.mx/Infomer/analisis/antomate.htm/)

La concentración del producto en un menor número de grandes distribuidores, además de los fenómenos climáticos como lluvias torrenciales, heladas, granizadas y elevadas temperaturas, contribuyen al manejo del volumen y precio del tomate enviado a los grandes centros de consumo. El cumplimiento de normas de empaque, calidad, tamaño, peso, madurez, presentación y origen en los mercados internacionales, obliga a los exportadores a utilizar empresas distribuidoras o brokers para comercializar su producción. A pesar de los altos estándares exigidos al tomate por los Estados Unidos, los precios altos en ese país resultan muy atractivos para los exportadores de este producto.

#### 1.1.4 Promoción.

La promoción de productos orgánicos certificados (y de procesos productivos ecológicos) debe estar incorporada en el Plan Nacional de Exportaciones del país interesado en exportar dicho producto, para poder lograr mayor apoyo y beneficio.

## 2 Análisis de Producción.

El análisis de Producción es un factor que permite detallar de una manera mas clara la cantidad de producción que se requiere, la capacidad Instalada, nos dará el aporte de cuanto se espera producir a lo largo del año.

### 2.1 Capacidad Instalada

Los invernaderos en los que se cuentan en el proyecto son “invernaderos de tipo túnel” con ventilación cenital móvil lo cual permitirá lograr la ventilación necesaria durante las horas del día en que hace mas calor; y también brindar protección a la estructura y los cultivos al interior, las paredes serán rectas, los cuales contarán con una superficie de 418m<sup>2</sup> con 9.5metros de ancho por 44 metros de largo y una puerta en cada extremo. La superficie total con es de 4,200 m<sup>2</sup>; y tomando en cuenta de que cada planta ocupa aproximadamente una superficie de 0.87 m<sup>2</sup> haciendo un total de 480 plantas por invernadero (aproximadamente)<sup>44</sup>. Por lo tanto:

El proyecto cuenta con una cantidad de 10 invernaderos lo que implica  $10 \times 480 = 4800$  plantas.

#### Detalle

Chile	Tomate	Pepino
4 X 480 = 1,920 plantas.	2 X 480 = 960 plantas.	4 X 480 = 1,920 plantas.

---

<sup>44</sup> Ver Anexo II: “Invernaderos Visión Exterior e Interior”.

### Unidades estimadas

#### Chile

Cada planta de chile produce aproximadamente entre 50 y 55 unidades entonces:

$$50 + 55 = 105$$

$105 / 2 = 52.5$  equivale a 53 chile por planta aproximadamente.

Para la producción de chile se cuenta con un total de 1,920 plantas:

$$53 \times 1,920 = 101,760 \text{ chiles.}$$

#### Tomate

Cada planta de tomate produce aproximadamente entre 50 y 55 unidades entonces:

$$50 + 55 = 105$$

$105 / 2 = 52.5$  equivale a 53 tomate por planta aproximadamente.

Para la producción de tomate se cuenta con un total de 960 plantas entonces:

$$53 \times 960 = 50,880 \text{ tomates.}$$

#### Pepino

Cada planta de pepino produce aproximadamente entre 60 y 65 unidades entonces:

$$60 + 65 = 125$$

$125 / 2 = 62.5$  equivale a 63 pepinos por planta aproximadamente.

Para la producción de pepino se cuenta con un total de 1,920 plantas entonces:

$$63 \times 1,920 = 120,960 \text{ pepinos.}$$

## 2.2 Recursos Disponibles.

Dentro de los recursos con los que se cuenta para la producción de las hortalizas orgánicas (chile, tomate y pepino) se consideran lo que es: el recurso humano, económico y tecnológico.

### 2.2.1 Humano.

El recurso humano con el que se dispone para llevar a cabo el proyecto se divide en tres áreas Administrativo, Operativo y Mercadeo.

En lo referente al área administrativa será el personal de la ADIC la que se encargue de llevar a cargo las tareas administrativa, contables y financieras del proyecto. Para ello se cuenta con 3 personas; en lo que respecta al área operativa se cuenta con un total de 20 personas las cuales laborarán el tiempo necesario para la obtención de las cosechas, y en el área de mercadeo se contará con 2 encargadas de comercializar y distribuir el producto hasta el destino final.<sup>45</sup>

### 2.2.2 Económico.

Los recursos económicos con los que se dispone para el proyecto es, un apoyo del 100 % del total (el cual se muestra mas adelante en el análisis económico) se proporcionarán por la ADIC.

### 2.2.3 Tecnológico.

La técnica a utilizar será impartida por el agrónomo que la ADIC designará al proyecto, a toda el área operativa (habitantes de la comunidad beneficiada), los cuales contarán con todo los elementos tecnológicos necesarios que permitan obtener el producto esperado, es decir, se cuenta con: la enseñanza de la técnica al personal operativo, los elementos de riego y la estructura de los invernaderos que favorecen al aprovechamiento práctico del conocimiento, etc.

## 3 Análisis Económico.<sup>46</sup>

El análisis económico es uno de los factores mas determinantes para una empresa, ya que por medio de esté, tienen la posibilidad de examinar de cerca la situación económica en la que ella se encuentra,

---

<sup>45</sup>Entrevista realizada al: Padre Miguel Andueza. Asociación Salvadoreña para el Desarrollo Integral Comunitario (ADIC) Representante Legal  
Fecha: 7 de Agosto de 2006 (Ver Anexo I)

<sup>46</sup>Entrevista realizada al: Ing. Oscar Chicas. Asociación Salvadoreña para el Desarrollo Integral Comunitario (ADIC). Supervisor de Proyectos.  
Fecha 14 de Agosto de 2006 (Ver Anexo I)

permitiendo así, mostrar de manera cuantitativa las posibilidades de desarrollar este tipo de proyectos. Para ello se han de considerar los ingresos (ventas), y egresos (Inversión, costos y gastos).

### 3.1 Ingresos

Los ingresos para los primeros 5 años se tomo como base los precios de la empresa Exportadora Río Grande, S.A. de CV y una tasa de inflación del 6% que se mantiene en El Salvador; y el año 6 al año 10, se calcularon con base a los precios de productos orgánicos en el mercado Estadounidense proporcionado por la Organics Food Business News, tomando en cuenta que la inflación en Estados Unidos se mantendrá en un 0.4%.

#### Detalle de precios

##### Chile

Ingreso por libra: \$ 1.35	Ingreso total para el primer año: \$ 27,475.20
(1 lb. equivale a 5 unid)	

##### Tomate

Ingreso por libra: \$ 1.15	Ingreso total para el primer año: \$ 21,200.00
(1 Lb. equivale a 3 unid)	

##### Pepino

Ingreso por libra: \$ 0.70	Ingreso total para el primer año: \$ 55,036.80
(C/ U pesa 0.65Lb)	

### 3.2 Inversión.

Dentro de la inversión que se ha de realizar en el proyecto, esta se efectuará mediante la compra de 10 invernaderos, los cuales a la vez serán adquiridos en España. Para ello se contará con todos los elementos necesarios para su elaboración, como lo muestra el siguiente cuadro:

CUADRO 11 RESUMEN DE INVERSIÓN

La estructura <sup>47</sup>		\$19,937.67
Elementos y accesorios de riego <sup>48</sup>		\$ 310.27
Enfriamiento/ humectación de ambiente <sup>49</sup>		\$ 830.10
Obras hidráulicas (Para 10 invernaderos) <sup>50</sup>		\$14,667.02
- Tanque de captación <sup>20</sup>	\$ 3,750.65	
- Tubería de aducción <sup>20</sup>	\$ 2,014.92	
- Tanque de almacenamiento <sup>20</sup>	\$3,113.18	
- Maquinaria <sup>20</sup>	\$1,685.11	
- Mano de obra <sup>20</sup>	\$ 4,103.16	
Accesorios y repuestos para mantenimiento <sup>51</sup>		\$ 2,268.37
Transporte		\$20,000.00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$62,013.45</b>

Fuente: Elaborado por el equipo de trabajo con base a datos contables proporcionados por la ADIC

### 3.3 Costos.<sup>52</sup>

Los costos se determinaron con una distribución de un 20% para el tomate, y un 40% para el chile y el pepino, en lo que respecta a la Mano de Obra y el abono. En cuanto al costo de la semilla este se determino en cuanto al precio y cantidad; por lo que el costo de venta para el primer año es el siguiente:

	TOMATE	CHILE	PEPINO	TOTAL
SEMILLA	153.7728	79.104	21.3952	254.272
AGRONOMO	1200	2400	2400	6000
AGRICULTORES	7680	11520	19200	1920
ABONO	222.968	445.936	445.936	1114.84
<b>TOTAL</b>	<b>9256.7408</b>	<b>14445.04</b>	<b>22067.3312</b>	<b>45769.112</b>

Se considero para los siguientes 10 años una tasa de inflación del 6% que se mantiene en El Salvador y aumentos en el pago a los empleados.

<sup>47</sup> Ver anexo III: estructura

<sup>48</sup> Ver anexo IV: Elementos y accesorios de riego

<sup>49</sup> Ver anexo V: Enfriamiento/ humectación de ambiente

<sup>50</sup> Ver anexo VI: Obras hidráulicas (Para 10 invernaderos)

<sup>51</sup> Ver anexo VII: Accesorios y repuestos para mantenimiento

<sup>52</sup> Ver anexo VIII: SEMILLAS, ABONO ORGANICO Y RECURSO HUMANO

### 3.4 Gastos.

Los gastos se determinaron con una distribución de un 20% para el tomate, y un 40% para el chile y el pepino. Dentro de los Gastos para el primer año se estimaron los siguientes:

GASTOS	TOMATE	CHILE	PEPINO	TOTAL
De distribución	345	690	690	1725
De administración	5040	10080	10080	25200
Otros gastos	255	510	510	1275

Se considero para los siguientes 10 años una tasa de inflación del 6% que se mantiene en El Salvador; aumentos a los empleados, y para el año 6 al año 10, se tomó en cuenta un aumento de \$24,000 en los gastos de distribución correspondiente al la distribución en el exterior.

## D. SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO CONSUMIDOR

### 1. Características del mercado.

#### 1.1 Local

Dentro del mercado local se estará negociando con la empresa Exportadora Río Grande, S.A. de CV. Localizada en el Km15 ½ Carretera Panamericana, La Palma, San Martín. La empresa se dedica a la Industrialización y Comercialización de Productos no perecederos. Dicha empresa, por su naturaleza se clasifica como empresa privada porque su finalidad principal es la obtención de lucro para los dueños, a partir de los productos que ofrece. De acuerdo al Código de Comercio, se clasifica en Sociedad de Capital y dentro de esta en Sociedad Anónima de Capital Variable.

#### 1.2 Extranjero

Se puede mencionar que:

- En Estados Unidos la agricultura orgánica conforma el 15% del total de producción agrícola, valorada hasta el año 2005 en 14 millones de dólares.

- Se estima que el negocio de los alimentos orgánicos aumente a 23,000 millones de dólares en los próximos tres años<sup>53</sup>.
- El mercado estadounidense consume el 42% de toda la producción orgánica Salvadoreña.
- La actitud de consumo se encuentra creciendo a un ritmo del 17 al 20% anual, tomando en cuenta que en los años anteriores, los productos orgánicos habían mostrado poca presencia en las cadenas de supermercados de descuento estadounidense siendo este, un mercado orientado para un segmento exclusivo relativamente pequeño.
- En la actualidad se puede observar que la tendencia de incremento en el consumo, ha ocasionado que cadenas de tiendas como Walt-Mart se introduzca en este mercado y anuncie que incrementará para todo el año 2006, su oferta de productos orgánicos en todas sus tiendas de Estados Unidos<sup>54</sup>

Con todos estos factores mencionados anteriormente, se puede decir que dentro del mercado se puede observar que los gustos y preferencias de los consumidores tienen perspectivas optimistas de crecimiento que se han generado con base al interés cada vez mayor que los consumidores tienen por la salud y el medio ambiente, y en su creciente rechazo de los productos alimenticios que contienen materias primas genéticamente modificadas. Los fabricantes y distribuidores han asimilado las tendencias que reclaman una alimentación y bebidas más sanas, y de hecho hacen lo necesario para estimular esta demanda. Muchos comerciantes minoristas han emprendido campañas de comercialización y promoción de productos orgánicos más dinámicas y focalizadas. Es probable que estas campañas se intensifiquen a medida que los principales distribuidores vayan incorporándose al sector de los productos orgánicos. Por su parte, los grandes fabricantes de alimentos se están interesando también por desarrollar líneas de productos orgánicos<sup>55</sup>, lo que representa para El Salvador una oportunidad Comercial de gran envergadura y un mercado potencial en crecimiento.

---

<sup>53</sup> MENÉNDEZ, Margarita. Ministerio de Economía de El Salvador. Reporte de Inteligencia Competitiva. Pág. 2. Agosto 2006

<sup>25</sup> *El Diario de Hoy*. 30 Agosto 2006 <http://www.camagro.com/actualidad/CA/noticias.asp?id=91&country=ES>

<sup>55</sup>La revista del Centro de Comercio Internacional

[http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/396/Crece\\_demanda\\_de\\_productos\\_org%E1nicos\\_en\\_los\\_Estados\\_Unidos.html](http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/396/Crece_demanda_de_productos_org%E1nicos_en_los_Estados_Unidos.html)



## 2. Comportamiento del consumidor.

Entre el mercado local, específicamente las relaciones que se mantendrá con la empresa Exportadora Río Grande, S.A. DE C.V. será un canal de comercialización directa; la cual a su vez estará consumiendo el 100% de la producción durante los primeros 5 años.

Entre los mercados internacionales se puede observar el comportamiento de los consumidores, las tendencias y los canales de comercialización, tal es el caso de Estados Unidos que es uno de los principales mercados. Según Estadísticas de la de la Asociación de Consumidores de Productos Orgánicos (OCA) durante el 2005 se vendieron en Estados Unidos alimentos orgánicos por un valor de \$13,800 millones de dólares, frente a los \$1,000 millones que se vendieron en 1990. Siendo este un 2.4% del mercado total de alimentos.<sup>56</sup>

### 2.1 Perfil del consumidor de productos ecológicos.

#### 2.1.1 Local

La empresa Exportadora Río Grande, S.A. DE CV., define y pone en práctica estrictos controles en la recepción de los productos, a efecto de garantizar su calidad conforme a las muestras representativas del mismo, previamente negociadas. La Compra-Venta de insumos, se realiza solamente con aquellas personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas por la Institución competente.

#### 2.1.2 Extranjero

Dentro del perfil del consumidor de productos orgánicos están: Edad promedio 42 años, promedio nacional 36 años, Ingreso promedio anual US \$ 50,000.0, promedio nacional US \$ 41,000.00. El 75% de los consumidores orgánicos asistió a la Universidad. La razón principal del consumidor para comprar productos ecológicos se relaciona con la salud. Las personas con mayor disposición de compra son las mujeres, que pertenecen a familias pequeñas (cuatro o cinco miembros) con niños pequeños, con gastos mayores en alimentos y pertenecientes a segmentos de ingreso medio, sin embargo, el segmento de mayor consumo se encuentra en los niveles de alto ingreso y alto nivel educativo, y en los que existe mayor disposición a pagar precios premium. La preocupación por el medio ambiente y los beneficios de

---

<sup>56</sup> MENÉNDEZ, Margarita. Ministerio de Economía de El Salvador. pagina 2. Agosto 2006.

protección ambiental que realiza el productor se van a segundo termino en la opinión del consumidor, por la falta de información y concientización sobre el impacto del consumo sobre el medio, es decir, el efecto contaminante que el consumo tiene sobre la naturaleza (efectos del transporte, desechos de empaques, gasto de energía, etc.), y más aún cuando las decisiones de compra, se relacionan con la presentación, el empaque, el precio, sin considerar el valor artesanal de la producción o el servicio de protección ambiental que un pequeño productor puede brindar.<sup>57</sup>

## 2.2 Consumo de frutas y verduras en los Estados Unidos.

Se ha alentado a los consumidores de los Estados Unidos a comer más frutas y verduras por razones de salud. Los organismos de asistencia sanitaria de los Estados Unidos iniciaron un programa nacional llamado "CINCO AL DIA" para estimular el consumo de frutas y verduras. El programa alienta a los consumidores de los Estados Unidos a comer frutas o verduras al menos cinco veces al día para conservar la salud. El consumidor de los Estados Unidos tiene una variedad de intereses que afectan sus compras de productos frescos, dentro de ellos están: El gusto, la apariencia general y la sensación de limpieza, también la maduración y el valor nutritivo, por su salud y por mejorar el aspecto de la nutrición, por el lugar u origen del producto, por la sensibilidad a los productos frescos orgánicos y el deseo de consumirlos, por razones dietéticas o sanitarias.

En los últimos años, la producción mundial se ha mantenido estable, con un nivel promedio anual de 86 millones de toneladas. Según datos de la Food and Agricultura Organization (FAO) y de la Organización de Naciones Unidas (ONU), los principales productores de tomate son China, Estados Unidos, Turquía, Italia, Egipto e India, países que conjuntamente han producido durante los últimos 10 años el 70% de la producción mundial.

---

<sup>57</sup> LOBATO GARCÍA, Aurora Josefina, GÓMEZ CRUZ, Manuel ángel y SÁNCHEZ ROMERO Lizzet A., Red de consumidores de productos orgánicos en la UACH. <http://www.vinculando.org/organicos/consumidores.htm>

### 3. Análisis del precio.

En general el sobreprecio de los productos frescos orgánicos frente a los convencionales oscilaba entre el 11 por ciento y el 121 por ciento en los almacenes convencionales y entre el 50 y el 167 por ciento en el mercado de alimentos naturales.<sup>58</sup>

#### 3.1 Tomate

Los precios del tomate son bastante variables, por posibles deficiencias de producción en las distantes zonas de cultivo, a las fluctuaciones de la demanda, a la época del año y a la característica de ser una hortaliza muy perecedera. Debido a la existencia de varias zonas de producción que cubre la oferta y la difusión de la producción en invernadero. Dentro del país consumidor (Estados Unidos) existe una disponibilidad del producto todo el año, específicamente en los Estados de Florida y California<sup>59</sup>, los cuales no cubren la demanda del resto de Estados del país por lo que es necesario que otros países exportadores del producto sean capaces de abastecerlos. El periodo de mayores precios se ubica a fines del invierno y comienzos de la primavera y el de menores precios durante el verano.

#### 3.2 Chile

Al igual que el tomate, en el país consumidor (Estados Unidos), el chile mantiene una disponibilidad anual, específicamente en los Estados California y Texas, para el caso de Florida es únicamente de marzo a noviembre<sup>60</sup>, los cuales no cubren la demanda del país.

#### 3.3 Pepino

Dentro del país consumidor (Estados Unidos) existe una disponibilidad del producto en los meses de agosto a diciembre en el estado de California únicamente<sup>61</sup>.

A continuación se presenta una tabla de precios de productos orgánicos en Estados Unidos, específicamente: Chile, Pepino y Tomate.

---

<sup>58</sup> Food and Agricultura Organization (FAO). <http://www.fao.org>. [http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/006/Y9059S.HTM#P179\\_16968](http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/006/Y9059S.HTM#P179_16968). año 2001

<sup>59</sup> MCGREGOR, Brian M. Pag111. Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. 148 pags.

<sup>60</sup>MCGREGOR, Brian M. Pag111. Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. 148 pags.

<sup>61</sup>IDEM

**CUADRO 12    PRECIOS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN ESTADOS UNIDOS**  
17 de septiembre del 2001

<i>Categoría</i>	Precios en Predio USD			Código	Unidad de venta	Precios al por mayor USD		
	Bajo	Alto	Cambio			Bajo	Alto	Cambio
<b>VEGETALES</b>								
Chile	S/i			Ew	10lb	19.6	23	baja
Pepino	8	24	sube	e.w.	20-24 lb	17.5	32.5	sube
Tomate, two layer	14	16	sube	Ew	10lb	15.5	22	Sube
Tomate, cherry	6	8	baja	Ew	9-12u	9	26.1	Sube
Tomate, roma	13.5	16	baja	Ew	25lb	11.5	25	sube

Fuente: Organics Food Business News

Códigos: Ew: Precios Costa oeste, lb: libra, u: unidad, s/i: sin información.

**CUADRO 13    PRECIOS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN ESTADOS UNIDOS**

Tomando en cuenta la inflación en Estados Unidos

<i>Categoría</i>	Precios en Predio USD			Código	Unidad de venta	Precios al por mayor USD		
	Bajo	Alto	Cambio			Bajo	Alto	Cambio
<b>VEGETALES</b>								
Chile	S/i			Ew	10lb	19.88	23.32	baja
Pepino	8.11	24.34	sube	e.w.	20-24 lb	17.75	32.96	sube
Tomate, two layer	14.20	16.23	sube	Ew	10lb	15.72	22.3	Sube
Tomate, cherry	6.08	8.11	baja	Ew	9-12u	9.13	26.47	Sube
Tomate, roma	13.69	16.23	baja	Ew	25lb	11.66	25.35	sube

Fuente: Organics Food Business News con modificaciones del equipo de trabajo

## E ASPECTOS LEGALES

Con mayor frecuencia, cada vez mas nuevas empresas, básicamente pequeñas y microempresas tienen capacidad de incorporarse al proceso de exportación al disponer de productos competitivos en el mercado internacional, los cuales son perfectamente adaptables a las necesidades de clientes en el extranjero. La actividad exportadora, resulta muchas veces fuera del alcance de ellas, sobre todo cuando se encuentran en una fase de “querer exportar” sin haber tenido experiencia previa. Para dichos empresarios, la alternativa de exportar por sus propios medios no es siempre sostenible, y en consecuencia, la reflexión que pueden hacerse es, si existen otras alternativas disponibles para poder exportar, en qué casos les resultan convenientes, y dónde o cómo pueden resolver sus inquietudes.<sup>62</sup>

En el este caso concreto de la exportación de hortalizas orgánicas chile, tomate y pepino se deben investigar todos los requisitos necesarios para:

- Ser registrados como exportadores e iniciar la negociación en el exterior.
- Realizar la exportación de hortalizas orgánicas desde El Salvador a Estados Unidos.
- Concretizar la importación de hortalizas orgánicas en Estados Unidos.

Es por ello que se han determinado tres etapas a desarrollar.

Etapa I: Registro de exportador

Etapa II: “Tramites y Requisitos de Exportación de Hortalizas Orgánicas en El Salvador”

Etapa III: “Tramites de Importación de Hortalizas Orgánicas en Estados Unidos”

### 1. Etapa I: Registro de exportador.

Cuando un exportador o su representante recurren a cualquier aduana para enviar al exterior sus productos, estos deben presentar a la Sección de Recepción y Entrega de documentos, una serie de formularios de acuerdo al destino de exportación:

---

<sup>62</sup> Entrevista realizada al: Lic. Mauricio Chavarría. Exporta El Salvador. Gerente de Investigación de Mercados Exporta El Salvador. Fecha 21 de Agosto de 2006. Ver Anexo I

### 1.1 Fuera Del área Centroamericana.

- Declaración de mercancías con firma y sello del representante legal de la empresa o de un agente aduanal.
- Factura Comercial de Exportación.
- Certificado de Origen, Fitosanitario, Zoosanitario, etc. Según corresponda de acuerdo al producto y país de destino de la mercancía.
- Manifiesto de carga (empresa transportista o según el medio de transporte que utilice).
- Solicitud de depósito temporal (CEPA), Aduanas de Acajutla y el Aeropuerto de El Salvador

En aquellos casos de consultas sobre el código arancelario que debe aplicarse a determinada mercancía, se solicita el Certificado de Clasificación en el Departamento Arancelario de la Dirección General de Renta de Aduanas. Las consultas sobre trámites de aduana, deben realizarse en las oficinas de esa Dirección General. También se puede solicitar la asesoría de un Agente Aduanal.

### 1.2 Registro del Exportador:

Documentos para registrarse como exportador en el Centro de Trámites de Exportación (CENTREX)

PERSONA JURÍDICA:

- Original y fotocopia de NIT.
- Realizar la grabación del NIT de Importador.
- Escritura de Constitución y punto de acta y/o poder, donde aparezca la representación legal de la empresa (original y copia).

- Original y fotocopia de Documento Único de Identidad (DUI) y/o cualquier otro documento de identificación personal aceptado por la legislación nacional que incluya: firma y fotografía de los funcionarios autorizados, que firmarán los documentos relacionados con las exportaciones en nombre de la empresa y/o persona natural.
- Original y fotocopia del carné de contribuyente IVA, (sólo en los casos que lo hubiere)
- Las personas autorizadas en la Tarjeta de Registro de Exportador, son las únicas que podrán firmar las distintas operaciones que se gestionen ante el CENTREX, de allí la importancia que cuando dejen de trabajar para la empresa o hayan sido removidos de sus cargos, se notifique inmediatamente al CENTREX.

### 1.3 Solicitud de Exportación.

La Solicitud de Exportación es el documento único para obtener en el CENTREX, los documentos nacionales e internacionales, para exportar productos tradicionales y no tradicionales hacia el área centroamericana y fuera de ella. De igual manera para todas las empresas que están utilizando el Sistema Electrónico de Exportaciones (SICEX). En el reverso de la Solicitud de Exportación, se encuentran detallados los pasos para completar cada una de las casillas que la conforman.

Las partidas arancelarias que debe detallar en la Solicitud de Exportación podrán ser consultadas en el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC). El formulario de solicitud se obtiene en la ventanilla del CENTREX en forma gratuita.

La Solicitud de Exportación se presenta debidamente completada, firmada y sellada por el exportador en el Servicio de Atención a Exportadores CENTREX, acompañada de los siguientes documentos:

- Para todo tipo de exportación se presenta copia o fotocopia de la factura comercial o comprobante de crédito fiscal y en su caso, los permisos previos emitidos por las distintas instituciones.

- Deberá anexar debidamente completo y firmado, el Certificado de Origen correspondiente si el país de destino lo requiere.

#### 1.4 Precio de los Trámites.

Al realizar los trámites para poder exportar los productos se debe incurrir en la gestión de alguna documentación, a continuación se detallan los trámites sobre los cuales debe cancelar algún monto específico y cuales son gratuitos:

Declaración de Mercancías	:	\$ 4.00 + 13% IVA por cada operación
Certificado Fitosanitario	:	\$ 5.71 + 13% IVA por cada operación
Certificado Zoonosanitario	:	\$ 28.57 + 13% IVA por cada operación
Pre-Certificación de Productos Agropecuarios	:	\$ 22.86 + 13% IVA por cada operación

El exportador no paga por realizar los siguientes trámites:

- Registro del Exportador.
- Visas agroquímicas y de productos de uso veterinario
- Certificado de Origen: CAFTA-DR, SGP, ALADI, CENTREX-BCR

## 2. Etapa II: "Trámites y Requisitos de Exportación de Hortalizas Orgánicas en El Salvador"

Esta recopilación de información sobre trámites y requisitos pretende que se visualicen en forma inicial las condiciones comerciales que la exportación de productos frescos y hortalizas orgánicas requiere, con el fin de optimizar sus esfuerzos y recursos.

### 2.1 Requisitos para la exportación de Frutas Frescas y Vegetales a Estados Unidos.

Se consideran los cuatro parámetros siguientes: necesidad de permiso de importación, tratamiento fitosanitario específico, puertos de entrada autorizados y zona geográfica de procedencia de los productos.



Entre los principales requerimientos existentes para exportar frutas y vegetales frescos desde El Salvador hacia Estados Unidos, se encuentran:

## 2.2 Requisitos Fitosanitarios

El control fitosanitario fronterizo de las plantas y sus productos frescos es competencia del Animal and Plant Health Inspection Service APHIS (dependiente del U.S. Department of agricultura USDA). Este servicio es el competente para la exigencia y comprobación de los certificados sanitarios expedidos por los países exportadores y su concordancia con las mercancías que en ellos se describen.

Asimismo, ejerce la competencia de comprobar que los tratamientos fitosanitarios previos al embarque o en el puerto de destino se han realizado adecuadamente mediante el control documental y la inspección física.

Desde el punto de vista de sanidad vegetal, APHIS exige que todas las frutas y hortalizas importadas sean sometidas a una inspección y a un proceso de desinfección (si se considera preciso) que asegure la ausencia de plagas y enfermedades potencialmente nocivas para la agricultura estadounidenses. La congelación de las frutas es uno de los métodos aceptados por APHIS. Desde el punto de vista de sanidad vegetal, el Servicio encargado de la sanidad vegetal dentro de APHIS, es el Plant Protection and Quarantine PPQ.

Este servicio es competente en:

- La identificación de las especies vegetales y sus partes que pueden ser exportados a Estados Unidos y de los tratamientos fitosanitarios específicos que precisan previos a la importación.
- La inspección que asegure la ausencia de plagas y enfermedades potencialmente nocivas para la agricultura estadounidense.
- La exigencia y comprobación de los certificados sanitarios expedidos por los países exportadores y su concordancia con las mercancías que en ellos se describen.

- La comprobación de que los tratamientos fitosanitarios previos al embarque o en el puerto de destino se han realizado adecuadamente mediante el control documental y la inspección física.

Se debe completar el permiso de importación dicho formato posee una duración de 5 años y se debe someter una vez por importador o cambio de puerto de entrada.

### 2.3 Inspección.

Para el ingreso comercial y no comercial de verduras y frutas frescas a los Estados Unidos, es necesario pasar por una minuciosa inspección de la mercadería, realizada por la oficina de APHIS, que consiste de los siguientes ocho pasos:

- Identificar si el cargamento ha sido tratado previamente con calor o frío o va solamente como tránsito o es regresado a los Estados Unidos.
- Determinar el estatus de ingreso (admisibilidad) de este producto a los Estados Unidos, según el país de origen y así decidir si se le permite o no la entrada.
- Revisar el permiso fitosanitario.
- Verificar el cargamento y determinar su condición: empaque, embalaje, estado de maduración del producto, etc.
- Tomar una muestra representativa, generalmente consiste en el 2% del total del cargamento.
- Inspeccionar la muestra y revisar si lleva insectos, enfermedades o cualquier contaminante como tierra o basura o malezas.
- Tomar acciones regulatorias basadas en los resultados de la inspección y muestreo.
- Documentar la acción tomada.

## 2.4 Puntos de Acceso al Mercado Estadounidense.

Los puestos fronterizos terrestres de entrada a los Estados Unidos, que poseen oficinas de inspección del APHIS, para el ingreso de vegetales y frutas a los Estados Unidos son:

Arizona: Nogales y San Luis

California: Calexico y San Isidro

Nuevo México: Columbus y Santa Teresa

Texas: Brownsville, Eagle Pass, El Paso, Laredo y Pharr

## 2.5 Requisitos de la FDA (Food and Drug Administration).

Para poder exportar productos alimenticios a los Estados Unidos, éstos deben de cumplir al menos los mismos requisitos que los productos fabricados en dicho país. La Food and Drug Administration (FDA), es la responsable de controlar y hacer que se respeten estos requisitos. Esta agencia estatal tiene como función principal el proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos del consumidor.

Los alimentos importados deben ser puros, enteros, sanos y producidos en ciertas condiciones sanitarias. Todos los productos deberán llevar además un etiquetado correcto, en inglés, que contenga una información veraz. Desde el punto de vista sanitario, el control es ejercido por la FDA a su llegada a puerto norteamericano. Desde el punto de vista estrictamente sanitario, es de destacar que la FDA ha elaborado unas directrices voluntarias para productores domésticos e importadores sobre los procesos de producción y transformación de frutas y hortalizas con objeto de reducir al máximo los riesgos microbianos de dichos productos.

Los aspectos vigilados por esta agencia versan sobre la seguridad alimentaria del producto (residuos de plaguicidas, contaminantes, metales pesados, microbiología, etc.). La Ley de Salud Pública y de Prevención y Respuesta al Bioterrorismo ("Bioterrorism Act") firmada el 12 de junio de 2002, requiere que:

- Todos los establecimientos, nacionales o extranjeros, que transformen, procesen, envasen o almacenen alimentos con destino a los Estados Unidos. estén registrados en la FDA.

- Requiere que los importadores hagan una notificación previa de los envíos con una antelación mínima.
- Exige el marcado de los productos rechazados en la aduana estadounidense con la leyenda "United States Refused Entry" (entrada rechazada en los Estados Unidos)
- Los requisitos de registro y notificación se exigen a todos los envíos a partir del 12 de diciembre de 2003.

## 2.6 Quién debe registrarse.

Tanto los establecimientos nacionales como extranjeros que manufacturen, procesen, empaquen, o almacenen alimentos para consumo de personas o animales en los Estados Unidos, deben registrarse en la FDA. Ejemplos de lo que se entiende por alimento, incluirían a frutas y hortalizas, lácteos, huevos, productos agrarios sin transformar para su uso en alimentos de personas o animales, alimentos para animales, ingredientes y aditivos de alimentos para personas o animales, suplementos dietéticos e ingredientes dietéticos, alimentos infantiles, bebidas, incluidas las bebidas alcohólicas y el agua embotellada, productos de panadería, aperitivos, golosinas y alimentos en conserva. En esta norma final, y respecto a la propuesta de norma, se han excluido de la definición de alimentos, y por lo tanto de la obligación de registrarse, a los materiales de contacto con los alimentos y a los pesticidas. Todos los establecimientos a que se refiere este apartado deben registrarse, incluso si ya están registrados en la FDA por otro motivo (Ej. conservas).

Por manufacturar o procesar se entiende preparar alimentos a partir de uno o más ingredientes, o sintetizar, preparar, tratar, modificar o manipular alimentos o ingredientes, como por ejemplo cortar, recortar, pelar, lavar, eviscerar, desollar, despiezar, cocinar, cocer, asar, congelar, refrigerar, pasteurizar, esterilizar, homogeneizar, mezclar, formular, embotellar, moler, cribar, extraer el zumo, destilar, etiquetar o envasar.

Por envasar debe entenderse poner el alimento directamente en un recipiente, mientras que por empacar se entenderá poner el alimento ya envasado en otro recipiente diferente del envase.

Por almacenar se entenderá no sólo los almacenes convencionales, sino también los frigoríficos, los silos y elevadores de grano y las cisternas de almacenamiento de líquidos.

Sin embargo, están exceptuados de este requisito los productos que son competencia exclusiva del Departamento de Agricultura y no de la FDA, a saber:

- Carnes de vacuno, porcino, ovino, caprino, aves, y demás, (excepto carne de conejo y de caza, que son competencia de la FDA y por tanto sí estarían sujetas a la norma).
- Huevos procesados (pero no los huevos en su cáscara, que sí son competencia de la FDA).

Se exceptúan con carácter general, las granjas, los establecimientos minoristas, los vehículos de transporte (si el alimento sólo está en el vehículo para transportarlo, pero no se hace ninguna manipulación en él), los restaurantes, y los barcos de pesca, incluidos los que realizan operaciones tales como descabezar, eviscerar o congelar con la única finalidad de almacenar el pescado a bordo. Sin embargo, sí deben registrarse los barcos de pesca que realicen procesado a bordo, es decir, que manipulen, pelen, fileteen, congelen, y que envasen y etiqueten.

También están exceptuados los establecimientos fuera de los Estados Unidos que envían sus productos a otro establecimiento fuera de los Estados Unidos para un procesado o manipulación posterior, salvo que en este segundo establecimiento la manipulación sea mínima (Ej. poner una etiqueta), en cuyo caso ambos deben registrarse. Es importante subrayar que debe registrarse cada uno de los establecimientos que procesen alimentos con destino a los EE.UU., no cada compañía. Es decir, que si una compañía tiene varios establecimientos con distintas direcciones postales, tiene que registrar a cada uno de ellos.

## 2.7 Cuándo y cómo.

La FDA comenzó a exigir que los establecimientos que exportan a los Estados Unidos estén registrados a partir del 12 de diciembre de 2003. El registro se puede realizar, bien electrónicamente, a través de Internet, o bien en papel, por correo, fax u otro medio de transporte. Sin embargo, la agencia recomienda encarecidamente el uso de Internet, que funciona desde el 16 de octubre de 2003 las 24 horas del día, 7 días a la semana, y es accesible desde todo el mundo en la siguiente dirección:

<https://www.access.fda.gov/>. Si se han completado correctamente todos los campos, tanto la confirmación como el número del registro se reciben de forma automática.

Sin embargo, el registro por correo o fax puede demorarse durante meses, por lo que no se recomienda. Para registrarse por correo o fax se deben solicitar los formularios, y luego remitirlos a la siguiente dirección:

U.S. Food and Drug Administration (HFS-681)

5600 Fishers Lane, Rockville, Maryland 20857

Tel. 1 877 332 3882

## 2.8 Agente en los Estados Unidos.

Es obligatorio que todos los establecimientos obligados a registrarse de acuerdo con esta norma dispongan de un agente en los Estados Unidos. Por agente a estos efectos debe entenderse una persona física o jurídica designada por el responsable del establecimiento extranjero a los efectos de esta norma, que reside o mantiene un lugar de trabajo en los Estados Unidos. No puede ser un apartado de correos, un contestador automático ni cualquier otra forma que no implique la presencia física del agente en territorio de los Estados Unidos.

El agente actuará como un vínculo de comunicación entre la FDA y el establecimiento en el extranjero, a efectos de comunicaciones rutinarias o de emergencia. (No obstante, ya se ha indicado que en el formulario de registro se puede consignar a otra persona para recibir comunicaciones de emergencia).

A efectos de la FDA, cualquier acto del agente en los Estados Unidos, y cualquier comunicación o documentación suministrada a este agente se entenderá como realizado con el establecimiento extranjero.

## 2.9 ¿Qué envíos se debe notificar?.

El objetivo que se persigue con este requisito es conocer la naturaleza de los envíos de alimentos antes de que lleguen a suelo estadounidense, para prever las inspecciones o las cautelas que se crean necesarias. Por tanto, esta notificación previa afecta no sólo a los alimentos que se importan en los Estados Unidos, sino también a los que discurren en tránsito por suelo estadounidense, incluso si van a

permanecer en un almacén franco. También afecta a los envíos por correo, y a los envíos que no tienen naturaleza comercial, tales como los regalos, y también al envío de muestras comerciales.

Las frutas y vegetales pueden no ser aprobadas para su ingreso a Estados Unidos por las siguientes razones:

- Nadie nunca ha solicitado permiso para importar el producto a los Estados Unidos.
- APHIS - PPQ no ha evaluado el riesgo de ingreso de plagas por importar la fruta o vegetal desde ese país.
- APHIS - PPQ ha estudiado el riesgo de plagas, pero no puede emitir el permiso porque no existe un tratamiento que elimine el riesgo de introducir plagas a Estados Unidos.
- Otra agencia del gobierno de Estados Unidos, distinta de APHIS -PPQ ha prohibido o restringido la entrada de la fruta o vegetal.
- Embargos comerciales del Presidente o el Congreso con países específicos.

#### 2.10 Territorios donde pueden entrar productos frescos.

Los productos frescos pueden ingresar a los Estados Unidos por diferentes puertos. Esto se debe a que algunas plagas no pueden sobrevivir al clima del norte, pero podrían hacerlo en el clima del sur. Por esta razón, los productos frescos se dividen de acuerdo al puerto de entrada a los Estados Unidos, de la siguiente forma:

Todos (all): Productos que pueden ingresar por todos los puertos de entrada, donde estén estacionados funcionarios de PPQ y su área de cubrimiento. (Esta definición incluye Guam, La Comunidad de Naciones de las Islas Marianas del Norte, Puerto Rico y las Islas Vírgenes Estado-Unidenses.)

VA: Puertos de los Grandes Lagos, Canal de St. Lawrence; Puertos con la frontera del Canadá al este de, e incluyendo Dakota del Norte; Washington D.C. (Incluyendo Dulles) para despachos aéreos.

Pacífico Norte (NP): Productos que pueden ingresar en los puertos en el Pacífico al norte de California, incluyendo Alaska, puertos con la frontera con el Canadá, al oeste de, e incluyendo Montana. Excluyendo Hawaii.

Atlántico Sur y Golfo (SAG): Productos que pueden ingresar en los puertos del Atlántico, al sur de Norfolk, VA. Puertos de Estados Unidos en el Golfo de México, Puerto Rico y las Islas Vírgenes de los Estados Unidos.

#### 2.11 Permitidos para su Ingreso en todos los puertos.

Todos puertos (ALL): Permitido el ingreso, sujeto a inspección, para los productos, en todos los puertos de entrada donde estén estacionados funcionarios de PPQ y su área de cubrimiento. (Esta definición incluye Guam, La Comunidad de Naciones de las Islas Marianas del Norte, Puerto Rico y las Islas Vírgenes Estadounidenses)

### 3. Etapa III: “Tramites de Importación de Hortalizas Orgánicas en Estados Unidos.”

No hay reglamento ni supervisión del Gobierno sobre las frutas y verduras declaradas como orgánicas, lo cual significa que las importaciones de productos orgánicos se hacen normalmente por un importador de los Estados Unidos en colaboración con un organismo de certificación del país<sup>63</sup>

Para la certificación de productos orgánicos que se exportarán a los Estados Unidos, el exportador tiene tres opciones de certificación:

Los organismos de certificación de los Estados Unidos que operan en países extranjeros pueden solicitar la acreditación del United states Department of Agriculture (USDA). Los solicitantes extranjeros serán evaluados en base a los mismos criterios aplicados por los organismos de certificación interna. En lugar de la acreditación del USDA, un organismo de certificación extranjero puede:

<sup>63</sup>Depósitos de Documentos de La FAO. <http://www.fao.org/DOCREP/004/Y1669S/y1669s04.htm>.



- Recibir el reconocimiento cuando el USDA ha determinado, a solicitud de un gobierno extranjero, que el gobierno del organismo de certificación extranjero está en condiciones de evaluar y acreditar que los organismos de certificación cumplen los requisitos de las normas orgánicas nacionales.
- Recibir el reconocimiento de que cumple con requisitos equivalentes a los de las NOS en virtud de un acuerdo de equivalencia negociado entre los Estados Unidos y el gobierno extranjero.
- En concreto, todo grupo que quiera exportar productos orgánicos a los Estados Unidos debe identificar un organismo de certificación que tiene o recibirá la aprobación de los Estados Unidos. Las organizaciones que tienen la sede en los Estados Unidos y oficinas en ultramar podrán certificar todos los lugares una vez aprobados por el USDA para la certificación orgánica.

## CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el análisis de la situación actual del mercado consumidor y productor de hortalizas orgánicas, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Lograr la certificación de productos orgánicos y contar con el sello de acreditación es un proceso que puede durar hasta cinco años lo que dificulta de manera inmediata poder vender los productos bajo ese sello.
- Los requisitos para poder ingresar al mercado estadounidense específicamente al Estado de Florida son rigurosos lo que impide que de manera inicial la venta de las hortalizas en el extranjero.
- No se puede suplir un pedido para exportación de manera inmediata, debido a la falta del sello de certificación.
- El tipo de producto orgánico, puede lograr un precio de venta mayor al de los productos cosechados de manera tradicional, si se logra posicionar en un mercado en el cual se potencien los atributos y las ventajas que este tipo de productos puede traer a la salud.
- La falta de la realización de un análisis de ingresos y gastos puede ocasionar incertidumbre de la rentabilidad o no del proyecto.

## RECOMENDACIONES

Como equipo de trabajo le recomendamos a la ADIC y a la comunidad de Tacuba, tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- El inicio previo a la cosecha, de los procesos necesarios para el logro de la certificación, tanto en el suelo, semillas, capacitaciones de técnicas de manipulación de productos orgánicos y todos los requisitos internos indispensables para lograr la certificación y el sello de acreditación y de esa manera poder vender sus productos bajo ese beneficio.
- Realizar un listado de requisitos de importación y exportación necesarios para poder salir de territorio salvadoreño e ingresar al mercado estadounidense.
- La falta de certificación no permite suplir un pedido para exportación de manera inmediata, debido a la falta del sello de certificación, por lo que es necesario iniciar los contactos para poder obtener el sello comenzando de manera inmediata con el mercado salvadoreño en Tacuba y luego tratando de abarcar el mercado salvadoreño.
- Realizar una campaña de posicionamiento, primero iniciando con el salvador, para luego llegar al mercado estadounidense, tomando en cuenta los atributos del producto y logrando distinguirse como productos 100% orgánicos.
- Realizar un análisis que permita determinar la rentabilidad del proyecto.

### CAPITULO III

#### PLAN DE EXPORTACIÓN PARA HORTALIZAS (CHILE, TOMATE Y PEPINO) CULTIVADOS EN INVERNADEROS DE MANERA ORGÁNICA EN EL MUNICIPIO DE TACUBA, DEPARTAMENTO DE AHUACHAPÁN.

##### A. OBJETIVOS

###### General

Elaborar un plan de exportación en forma detallada, que permita a la asociación visualizar su trabajo en el corto mediano y largo plazo.

###### Específicos

- Proponer opciones que permitan desarrollar en el corto plazo, la creación de excedente en el recurso económico propiciando en un mediano plazo el comienzo del proceso de exportación.
- Crear un vínculo entre el mediano y largo plazo realizando propuestas alternativas que disminuyan el tiempo de espera para iniciar la comercialización en el exterior.
- Diseñar una alternativa de comercialización efectiva, con el fin de evitar en la medida de lo posible pérdidas cuantificables de los recursos disponibles de la empresa.

##### B. IMPORTANCIA

La apertura de nuevos mercados, la liberación de las fronteras y la desgravación paulatina de los aranceles, hacen que cada vez más las oportunidades comerciales en el exterior, se vuelvan más atractivas y rentables para cierto tipo de empresas.

La oportunidad de negociación, en el caso de la comercialización de las hortalizas orgánicas, hoy por hoy trata de aprovechar las oportunidades que este mercado en crecimiento ofrece, es por ello que con la elaboración de un plan de exportación, que incluye una propuesta operativa, táctica y estratégica que engloban las operaciones largo placistas, se pretende crear bases sólidas, para que la Asociación alcance su objetivo principal, que es conseguir desarrollo sostenible en el municipio de Tacuba.

De igual manera, el inicio de una cultura de alimentos orgánicos en El Salvador ayudará a mejorar la salud y bienestar de la población, especialmente de los mismos pobladores del municipio de Tacuba, quienes, además de cultivarlo, y comercializarlo local y extranjeramente destinarán una parte para el consumo de sus familias, esto representará un beneficio para la comunidad, el municipio y para la misma asociación, debido a que con estos proyectos de beneficio social logran obtener mayores recursos para poder seguir construyendo *“Los sueños de desarrollo de las comunidades mas pobre y necesitadas”*.

## C. DESARROLLO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN.

### 1. Plan Estratégico

#### 1.1 Misión

Nuestra razón de ser es la producción y comercialización de productos calificados como orgánicos, logrando de esa manera la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, proporcionándoles productos, que beneficien su salud y bienestar, contando con un personal capacitado, dispuesto a trabajar con la mejor calidad, logrando así una recurrencia en la compra de nuestros productos y el posicionamiento en el mercado.

#### 1.2 Visión

Posicionarnos en el mercado local y extranjero; buscando superar las expectativas del cliente y obtener una rentabilidad justa al capital en riesgo.

### 1.3 Objetivos

#### General

Contar con los mejores aspectos estratégicos y operativos relacionados a la mejora de su gestión interna y externa, con el fin de optimizar la relación con los posibles clientes potenciales, mejorando el impacto social y económico, y mejorando su desempeño en mercados internacionales

#### Específicos

- Elaborar un diagnóstico con base al FODA y a la situación actual del macroentorno que permita contrarrestar el impacto negativo de las debilidades y amenazas con las fortalezas y oportunidades identificadas.
- Analizar la cadena de valor señalada dentro del plan de manera que se obtenga el éxito del producto en el mercado extranjero.
- Identificar el mercado, los contactos y las estrategias a utilizar.

### 1.4 Análisis PEST (Político, Económico, Social y Tecnológico).

Para las empresas, es útil analizar las influencias del entorno y los cambios que pueden ocurrir en este que afecten la competitividad de las mismas y de sus competidores. El análisis PEST refleja la importancia de las influencias políticas, económicas, sociales y tecnológicas que tienen que ver con el desempeño de las empresas. Este análisis contribuye al análisis estratégico de cuatro maneras:

- Como una lista de control o seguimiento,
- Ayudando a identificar las influencias del entorno,
- Ayudando a identificar los conductores de cambio a largo plazo y,
- Examina el impacto de de las influencias externas en las empresas.

#### 1.4.1 Políticos.

##### 1.4.1.1 Legislación Internacional USA.

Certificación: Con efecto a partir de octubre de 2002, toda fruta y verdura etiquetada o expedida como orgánica necesitará la certificación de un certificador aprobado con base a las Normas Orgánicas Nacionales de los Estados Unidos (NOS). Hasta entonces, no hay reglamento ni supervisión del Gobierno sobre las frutas y verduras declaradas como orgánicas, lo cual significa que las importaciones de productos orgánicos se hacen normalmente por un importador de los Estados Unidos en colaboración con un organismo de certificación del país.

Para los productores de productos frescos orgánicos de los Estados Unidos y para los exportadores que quieren exportar al mercado de ese país, existen algunos factores importantes para la aplicación de las normas. Todos los certificadores que solicitan la certificación del USDA dentro de los primeros seis meses (para agosto de 2001) tuvieron su solicitud examinada y aprobada para abril de 2002. A partir de octubre de 2002, el sello orgánico del USDA se permitió para productos orgánicos comercializados en los Estados Unidos.<sup>64</sup>

Pesticidas:

- En los Estados Unidos existen más de 17,000 productos pesticidas registrados y unos 800 ingredientes activos relacionados con estos.
- El 76% de los pesticidas aplicados anualmente se usan en la industria agrícola.
- Un gran número de los pesticidas aplicados anualmente son usados en el hogar.
- En los Estados Unidos, la Agencia de Protección Ambiental (EPA, por sus siglas en inglés) regula el uso de los pesticidas bajo la autoridad de la Ley Federal Sobre Insecticidas, Fungicidas y Rodenticidas (FIFRA, por sus siglas en inglés) y la Ley Federal para Alimentos, Drogas y Cosméticos.

---

<sup>64</sup> DEPÓSITOS DE DOCUMENTOS DE LA FAO. <http://www.fao.org/DOCREP/004/Y1669S/y1669s04.htm>

- Los pesticidas difieren de otras sustancias reguladas por la EPA porque son aplicados intencionalmente sobre cultivos.<sup>65</sup>

#### 1.4.1.1.1 Política gubernamental en materia de producción orgánica en los Estados Unidos

En los Estados Unidos no existen programas oficiales que alienten a los agricultores a pasar a la producción orgánica. En efecto, los programas de ayuda agrícola y de seguro de las cosechas proporcionados actualmente por el Gobierno de los Estados Unidos basan su ayuda en la producción y los rendimientos de los campos y cultivos obtenidos en el pasado, lo que sería un desincentivo para pasar a la producción orgánica. Existe un programa experimental para las cosechas orgánicas, que por primera vez ofrecería alguna cobertura de seguro para los productos orgánicos frescos, ya que cubriría los daños causados por las heladas y otros fenómenos climáticos que hasta ahora no habían sido cubiertos a través de los programas convencionales del Gobierno.

Algunos estados están prestando ayuda durante el proceso de transición a la producción orgánica. Iowa ha aprobado la producción orgánica como una práctica de conservación. Minnesota ha ejecutado un programa de participación en los costos por el que se pagan dos terceras partes de los gastos de inspección y certificación de la producción orgánica. El sentir general que predomina en el estado es que esos programas ayudan solamente a los agricultores que ya están interesados en la producción orgánica y no alientan a la mayoría de los grandes productores de productos frescos a que examinen la posibilidad de cambiar de sistema de cultivo.

La ayuda a la producción se presta a través del sistema conocido como "land grant university", por el que se designa a una universidad dentro de cada estado como universidad agraria. A través de estas universidades, hay inspectores en la mayoría de las regiones productoras y la asistencia para la transición orgánica se determina y dirige en función de cada estado.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup>Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos. <http://www.epa.gov/espanol/pesticidas.ht>

<sup>66</sup> Deposito de documentos de la FAO, <http://www.fao.org/DOCREP/004/Y1669S/y1669s0g.htm>



#### 1.4.1.2 Legislación actual en el mercado local El Salvador.

Pesticidas: Según DECRETO N° 315.- manifiesta que es deber del Estado estimular y mejorar la producción agropecuaria en beneficio general, propiciando el uso adecuado de productos de buena calidad destinados a la producción de los cultivos agrícolas y de las explotaciones pecuarias; prevenir daños personales o materiales así como la destrucción de los recursos naturales y además dictar las disposiciones pertinentes para fijar los precios de venta de estos productos, cuando las utilidades sean exageradas. Por lo que surgió la LEY SOBRE CONTROL DE PESTICIDAS, FERTILIZANTES Y PRODUCTOS PARA USO AGROPECUARIO la cual regula la producción, comercialización, distribución, importación, exportación, y el empleo de: pesticidas, fertilizantes, herbicidas, enmiendas o mejoradores, defoliantes y demás productos químicos y químico-biológicos para uso agrícola, pecuario o veterinario y sus materias primas<sup>67</sup>.

Además el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) se encarga de normar y estudiar aquellos productos agrícolas que se consideren orgánicos o que quieran iniciar su proceso de certificación orgánica y que a su vez quieran ser exportados a Estados Unidos.

El proceso de certificación en El Salvador dura hasta 5 años, se inicia con una pre-certificación en donde las empresas comienzan preparando el terreno de cultivo, desintoxicando el suelo, preparando semillas, abastecimientos de agua, abonos, etc. En esta etapa se realiza un análisis para reconocer si el proceso de certificación va en buen camino o debe de hacerse algún tipo de correcciones.<sup>68</sup> Es importante mencionar que para que una empresa inicie este proceso es necesario contactar a empresas certificadoras en el exterior, ya que el MAG únicamente se encarga de emitir Certificados de Origen y Fitosanitarios para poder exportar el producto con cierto tipo garantía para el comprador.<sup>69</sup> Para emitir esos certificados el MAG toma una muestra del producto que se va a enviar y se tiene en estudio, verificando si no cuenta con ninguna plaga ya sea viva o muerta, de no encontrarse nada se emite el certificado de manera satisfactoria con una vigencia máxima, de encontrarse algún tipo de plaga no se podrá realizar la exportación, ya que el certificado no es emitido.<sup>70</sup>

---

<sup>67</sup> Decreto N° 315 de la "Ley sobre control de pesticidas, fertilizantes y productos para uso agropecuario". Capítulo I. Objeto y campo de aplicación .[www.asamblea.gob.sv/leyes/19730315.htm](http://www.asamblea.gob.sv/leyes/19730315.htm) - 70k – El Salvador

<sup>68</sup>Entrevista realizada al: Ing. Fernando Núñez Granados del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). Coordinador Certificación Fitosanitaria para El Comercio. Fecha 28 de Agosto de 2006 (Ver Anexo I)

<sup>69</sup> Ver Anexo IX : "Certificados fitosanitario"

<sup>70</sup> Ver anexo X: "Certificados fitosanitario ejemplo".

#### 1.4.1.2.1 Características de productores(as) agrícolas orgánicos(as).

La agricultura orgánica en El Salvador presenta características diversas que comienzan desde los productos que se cultivan y/o procesan hasta el área en que se realiza la siembra. Los cuadros presentados a continuación integran estas particularidades. Al final, se ha incorporado una breve explicación de los resultados obtenidos.

En una encuesta realizada en el 2005, por la Cooperación Técnica Alemana GTZ a 36 empresas Salvadoreñas productoras orgánicas, 9.7 de cada 10 de las empresas consultadas, manifestó estar legalmente establecida, eso a pesar de que en algunos casos producen o cultivan en espacios pequeños. De los productores/ procesadores (as), el 61% declaró tener más de cuatro años de producir/ procesar orgánicos, lo que revela el interés por seguir integrados a la agricultura orgánica.

Legalidad y tiempo de trabajo en la agricultura orgánica.

**CUADRO 14 ¿SE ENCUENTRA LEGALMENTE ESTABLECIDA SU EMPRESA?**

RESPUESTA	No.	%
SI	35	97
NO	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

Fuente: GUZMÁN, Nelson. Agricultura Orgánica en El Salvador: Situación Actual e Impacto. Pagina 12. Cooperación Técnica Alemana (GTZ) año 2005.

**CUADRO 15 ¿CUÁNTO TIEMPO TIENEN DE CULTIVAR/ PROCESAR ORGÁNICOS?**

TIEMPO DE CULTIVAR/ PROCESAR PRODUCTOS ORGANICOS	No.	%
Menos de un año	5	14
De 1 a 2 años	2	6
De 3 a 4 años	7	19
Más de 4 años	22	61
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

Fuente: GUZMÁN, Nelson. Agricultura Orgánica en El Salvador: Situación Actual e Impacto. Pagina 13. Cooperación Técnica Alemana (GTZ) año 2005.

En cuanto a la diversidad de la producción/ procesamiento, es notoria la amplitud de productos que se obtienen en la agricultura orgánica salvadoreña, aunque sigue siendo el café el producto predominante con un 37% de la oferta.

Además instituciones como la GTZ realizan publicaciones como La publicación "Agricultura orgánica en El Salvador. Situación Actual", que se realizó de manera ocasional con el fin de ayudar a personas que realizan practicas agrícolas de esa manera, ya que así se conoce mejor el estado actual de ellos y se puede determinar si el país es competitivo para poder comercializar esa clase de productos en el Exterior. Del total de las 36 empresas con las que se realizo el estudio, se pudieron obtener resultados favorables que permiten obtener resultados que sirven como antecedente y de esa manera conocer en estudios posteriores el avance o el detrimento de estas prácticas. A las personas encuestadas se les proporcionó información de seminarios que en Cooperación con CLUSA se lleva a cabo.<sup>71</sup>

#### 1.4.2 Económicos.

##### 1.4.2.1 Situación económica local, principales Indicadores Económicos.

El departamento de Ahuachapán, es un territorio en donde se concentra la pobreza es un espacio territorial en desventaja, si se compara con el resto de departamentos del país. En las estadísticas registradas en El Salvador por el Banco Central de Reserva (BCR) de productos importados, no existe ninguna partida arancelaria que haga la clasificación del chile, tomate o pepino orgánicos. Se puede decir que no existe ninguna importación registrada de este tipo de productos, lo que es un dato importante de tomar en cuenta ya que el Mercado Local se encuentra poco abastecido de este tipo de productos. No se puede hacer en El Salvador una comparación en cuanto a los datos que arroja estos productos en la balanza comercial. También existe la problemática que cuando se importan productos de este tipo se hacen clasificaciones como Productos No tradicionales, lo que imposibilita un poco identificarlos.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Entrevista realizada a: Lic. Ana Teresa Navidad. Cooperación Técnica Alemana (GTZ) Programa FORTALECE El Salvador. Fecha: 11 de Septiembre de 2006 (Ver Anexol)

<sup>72</sup> Entrevista realizada a: Xiomara C. Hurtado de García. Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR). Jefa Departamento Balanza de Pagos. Fecha: 8 de Septiembre de 2006 (Ver Anexo I)

El Centro de Trámites de Exportación (CENTREX) a su vez de igual forma no registra exportaciones de chile, tomate o pepino orgánicos, solamente de otros productos que son de consumo general.<sup>73</sup>

#### 1.4.2.1.1 Indicadores Económicos de El Salvador

En 2005 el PIB de El Salvador creció un 2,8%, lo que constituyó el mayor aumento del PIB por habitante (1%) en seis años, debido al incremento de la producción agropecuaria y al mejor desempeño del sector de la construcción, en el que se revirtió el menor dinamismo de años anteriores. Sin embargo, este crecimiento fue inferior al de los demás países de Centroamérica y se ubicó por debajo del promedio de América Latina. Cabe destacar el incremento de la inversión pública (24,9%), que tuvo un considerable efecto multiplicador sobre el consumo, a lo cual se sumó el ingreso de las remesas familiares equivalentes a un 16,7% del PIB. La inflación anual fue un 4,3% y el déficit en cuenta corriente un 4,6% del PIB. Las inundaciones causadas por la tormenta tropical Stan y la erupción del volcán Ilimatepec en octubre de 2005 ocasionaron daños y pérdidas estimadas en 355 millones de dólares que no alteraron los principales equilibrios macroeconómicos.<sup>74</sup>

En 2006 se previó un crecimiento económico del 3,5%, impulsado por las obras de reconstrucción, el dinamismo del mercado mundial y un mejor resultado de la agricultura y el turismo. El objetivo principal de la política económica es continuar aplicando la disciplina fiscal y fomentando la producción, sobre todo la manufacturera y la agropecuaria, así como las actividades vinculadas con el turismo. En el sector externo, las exportaciones a Centroamérica, la profundización de la Unión Aduanera Centroamericana, la entrada en vigor del RD-CAFTA y la continuidad de beneficios unilaterales de la Unión Europea que se lograrían con el SGP Plus generarían estímulos a la economía. En este entorno, la economía salvadoreña crecerá 2.6% a lo largo de 2006.

---

<sup>73</sup> Gloria Marina Ortiz. Analista Centro Trámites de Exportación. Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR). Fecha: 8 de Septiembre de 2006 (Ver Anexo I)

<sup>74</sup> Comisión económica para América latina y el Caribe. (CEPAL) <http://www.cepal.org/>.  
<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/26135/EI%20Salvador.pdf#search=%22indicadores%20economicos%20anuales%20en%20el%20Salvador%20al%202006%22>

#### 1.4.2.1.2 Política fiscal.<sup>75</sup>

Con la política fiscal aplicada, los impuestos de mayor crecimiento real fueron el impuesto sobre el consumo de bienes y servicios (22,8%), el Impuesto sobre la Renta (ISR ) (19,6%), el Impuesto al Valor Agregado (IVA) (10,7%) y los impuestos sobre el patrimonio y otros (2,3%). La aprobación sin contratiempos del presupuesto promovió la recuperación de la inversión del sector público (24,9%), tras una caída del 43,2% en 2004. En el 2006 se da un crecimiento aún mayor, debido a las inversiones en infraestructura del Puerto de La Unión y Acajutla, que se han completado en un 50%. La deuda externa pública (4.976 millones de dólares) se elevó un 4%, ya que en 2005 se colocaron bonos por 401,8 millones de dólares, 375 millones de los cuales correspondieron al mercado internacional. Asimismo, la deuda pública interna se incrementó un 8,9% con respecto a 2004 y llegó a 2.727,6 millones de dólares. La deuda pública total llegó a representar el 45% del Producto Interno Bruto (PIB.)

#### 1.4.2.1.3 Política monetaria.<sup>76</sup>

El aumento de las tasas de interés internacionales en 2005 propició un pequeño incremento de las tasas de interés nominales en El Salvador, lo cual no se reflejó aún en las tasas pasivas reales, ya que las tasas aplicadas a depósitos a plazo de 180 días fueron similares a las de 2004 (-1,1%) y llegaron a un -1,2% en 2005. Las tasas de interés para los préstamos a un año aumentaron de un 1,8% en 2004 a un 2,1% en 2005. En este contexto, el crédito interno al sector público creció un 44,5% y el privado un 7,7%.

#### 1.4.2.1.4 Evolución de las principales variables.

##### 1.4.2.1.4.1 La actividad económica.

La actividad económica en 2005 experimentó el mayor crecimiento en seis años (2,8%), impulsado por los precios favorables de exportación de algunos bienes agropecuarios y la recuperación de la inversión bruta fija (5,7%), que revirtió la caída del 5% del año anterior. Las remesas han incidido en la demanda interna y han servido de sustento para el consumo privado (2,6%). En 2005 las exportaciones de bienes y servicios

<sup>75</sup> Comisión económica para América latina y el Caribe. (CEPAL) <http://www.cepal.org/>.  
<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/26135/EI%20Salvador.pdf#search=%22indicadores%20economicos%20anuales%20en%20el%20Salvador%20al%202006%22>

<sup>76</sup> Ver Anexo XIII : Principales Indicadores Económicos

crecieron muy lentamente (0,4%), mientras que respecto de la oferta, las importaciones de bienes y servicios aumentaron un 0,8%.

En 2005 el sector agropecuario experimentó un crecimiento del 5,8%, motivado por el aumento de la producción de granos básicos y el incremento de los precios internacionales del café y el azúcar. En cuanto a la apertura de los mercados externos, se prevé el fortalecimiento de la administración de tratados y la puesta en marcha de la Comisión Nacional Administradora de Tratados Comerciales (CONATCO).

#### 1.4.2.1.4.2 El sector externo.

En 2005 las exportaciones de bienes aumentaron levemente (2,7%) como resultado de una caída en las exportaciones de la maquila (5,4%), que representaron el 54% del total de exportaciones, y que se vio compensada por la mejora en los precios de algunos productos agropecuarios, entre los que se destacan el café y el azúcar, sin embargo en los últimos 5 años se han registrado exportaciones según lo detallado a continuación:

#### CUADRO 16 EL SALVADOR: EXPORTACIONES POR PAÍS E INCISO ARANCELARIO

Período enero-diciembre de 2005					
Valor en US\$, peso en kilogramos					
COD. PAIS	NOMBRE DEL PAIS	CODIGO S.A.C.	DESCRIPCION ARANCELARIA	VALOR FOB	PESO
211	Guatemala	07020000	Tomates Frescos o Refrigerados.	8,850.00	72,500
103	Canadá	07096010	Pimientos (chiles) dulces	554,400.00	396,000

Banco Central de Reserva de El Salvador. <http://www.bcr.gob.sv/>

**CUADRO 17 EL SALVADOR: EXPORTACIONES POR PAÍS DE DESTINO E INCISO DE SISTEMA ARANCELARIO CENTROAMERICANO (S.A.C.)**

Período enero-agosto de 2006					
Valor en US\$, peso en kilogramos					
COD. PAIS	NOMBRE DEL PAIS	CODIGO S.A.C.	DESCRIPCION ARANCELARIA	VALOR FOB	PESO
211	Guatemala	07020000	Tomates Frescos o Refrigerados.	12,060.00	100,500.00

Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador. <http://www.bcr.gob.sv/>

Se observó un aumento en las exportaciones de bienes no tradicionales del 10,1% y un crecimiento del 40,6% en las exportaciones de bienes tradicionales, sin embargo, esta solo representan un 6,9% del total de exportaciones de bienes. Se estima que en 2006 habrá un mejor comportamiento del sector exportador, que en el primer trimestre de 2006 registró un crecimiento del 10,8%. Por otra parte, las importaciones de bienes aumentaron un 6,9%. Casi el 50% de ellas corresponde a la compra de bienes intermedios y de capital, el 30% a las importaciones de bienes de consumo y el 20% restante a insumos para la maquila. Las importaciones de bienes de consumo (13,2%) y las de bienes intermedios (11%) son las que registraron el mayor dinamismo, estas últimas por los altos precios de petróleo y los derivados. En marzo de 2006 la tasa de crecimiento de las importaciones llegó al 13,8%, por lo que puede preverse un aumento del déficit en cuenta corriente para el año 2006. En este entorno, la balanza comercial arrojaría al final de 2005 un saldo deficitario de US\$3,008 millones. En el 2006, el balance comercial sufriría un deterioro, debido al aumento de importaciones por inversiones relacionadas al RD-CAFTA, reconstrucción y bienes de consumo, con lo cual la economía cerraría con un déficit comercial que ascendería a 4% arriba de la cifra actual lo que sería equivalente a un déficit de US \$3,128.32.<sup>77</sup>

#### 1.4.2.2 Economía y tendencias en Estados Unidos.

El mercado de Estados Unidos resulta interesante para el exportador salvadoreño por una variedad de razones: la cercanía geográfica, la rentabilidad del mercado, el potencial del mercado nostálgico salvadoreño o el mercado latino en general o los beneficios arancelarios proporcionados por los tratados comerciales. El sector de los alimentos orgánicos ha registrado un fuerte crecimiento, con una demanda que crece más rápidamente que la oferta, especialmente en los países desarrollados de Europa

<sup>77</sup> Ver Anexo XIII : "El Salvador: Principales Indicadores Trimestrales"

Occidental, Estados Unidos y la zona oriental del continente asiático, con Japón, China y Filipinas, siendo el mercado estadounidense el de mayor demanda de estos productos; aunque la FAO estima que los mercados de Japón y Singapur registren un crecimiento más dinámico en todo el mundo para los próximos años, alcanzado tasas de crecimiento de hasta el 20% anual. En tanto, la FAO proyecta que paulatinamente estos productos vayan teniendo una mayor presencia en los mercados de los países en desarrollo, aunque su crecimiento será mucho más marginal que el de las naciones desarrolladas ya mencionadas.<sup>78</sup> Por Otra parte, la inflación anual que se presenta en los Estados Unidos (tasa mediante el cual se proyectaran los ingresos del año 6 al año 10) es la siguiente:

#### CUADRO 18 ESTADOS UNIDOS: INFLACIÓN ANUAL, 1980-2006

(Base 1996=100, Serie Desestacionalizada)

AÑO	Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Ago.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	PROM.
2000	0,003	0,003	0,004	0,003	0,003	0,004	0,004	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003
2001	0,004	0,004	0,003	0,003	0,004	0,003	0,003	0,003	0,003	0,002	0,002	0,002	0,003
2002	0,001	0,001	0,001	0,002	0,001	0,001	0,001	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002
2003	0,003	0,003	0,003	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002
2004	0,002	0,002	0,002	0,002	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003	0,004	0,003	0,003
2005	0,003	0,003	0,003	0,004	0,003	0,002	0,003	0,004	0,005	0,004	0,003	0,003	0,003
2006	0,004	0,004	0,003	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004					

Fuente: Elaborado por el Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la H. Cámara de Diputados con base a datos de U.S. Bureau of Labor Statistics.

#### 1.4.2.2.1 Estacionalidad (Estados Unidos).

##### Tomate

Debido a la existencia de varias zonas de producción que cubre la oferta y la difusión de la producción en invernadero. Dentro del país consumidor (Estados Unidos) existe una disponibilidad del producto todo el

<sup>78</sup>Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera (México). INFOMER.  
<http://www.siap.sagarpa.gob.mx/InfOMer/analisis/organico.html>



año, específicamente en los estados de Florida y California<sup>79</sup>, los cuales no cubren la demanda del resto de estados del país por lo que es necesario que otros países exportadores del producto sean capaces de abastecerlos. El periodo de mayores precios se ubica a fines del invierno y comienzos de la primavera y el de menores precios durante el verano.

### Chile

Al igual que el tomate, en el país consumidor (Estados Unidos), el Chile mantiene una disponibilidad anual, específicamente en los estados California y Texas, para el caso de Florida es únicamente de marzo a noviembre<sup>80</sup>, los cuales no cubren la demanda del país.

### Pepino

Dentro del país consumidor (Estados Unidos) existe una disponibilidad del producto en los meses de agosto a diciembre en el estado de California únicamente<sup>81</sup>.

#### 1.4.2.2.2 Ciclos de mercado.

En el ciclo de mercado se pretende mostrar el desarrollo de este por medio de evaluar cuales son los principales estados productores, permitiendo así conocer que época del año es más favorable para la exportación y a su vez cuales son los Estados que producen y abastecen al resto del mercado consumidor de estos productos. A continuación se presenta un cuadro en el que se pueden observar cuales son los principales estados productores de verduras y frutas orgánicas en los Estados Unidos.

### 1.4.3 Social

#### 1.4.3.1 Tendencias de estilo de vida.

#### Mercado local: (El Salvador)

Tacuba es una zona montañosa, con suelos arcillosos, con vías de comunicaciones de tierra en mal estado y condiciones que han propiciado las condiciones para quedar aislados a causa de los

---

<sup>79</sup> MCGREGOR, Brian M. Manual de Transporte de Productos Tropicales. Pag111. Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, Manual de Agricultura N° 668. 148 pags.

<sup>80</sup> IDEM

<sup>81</sup> IDEM

desbordamientos de tierras, que han sido causados por las inclemencias del tiempo. Por lo que a su vez estas personas tienen un estilo de vida completamente dedicada al trabajo para el sustento diario del hogar, privándose de lujos como: ver televisión, escuchar música, ir a discotecas, reuniones sociales, etc. Tanto hombres como mujeres trabajan por igual, en lo referente a las labores diarias como por ejemplo: trabajar en la tierra, ir por agua, etc.; los niños por su parte ayudan en el hogar (transportando leña o agua a su viviendas, cocinar, etc.), muchos de ellos no tienen la oportunidad de asistir a una escuela por que los padres consideran que aportan mas trabajando en la casa que llegar a asistir a la escuela.

#### **Mercado Internacional: (Estados Unidos).**

En países latinoamericanos y europeos, de acuerdo a investigaciones sobre el consumidor de productos ecológicos la razón principal para comprar productos ecológicos se relaciona con la salud. Las personas con mayor disposición de compra son las mujeres, que pertenecen a familias pequeñas (cuatro o cinco miembros) con niños pequeños, con gastos mayores en alimentos y pertenecientes a segmentos de ingreso medio, sin embargo, el segmento de mayor consumo se encuentra en los niveles de alto ingreso y alto nivel educativo, y en los que existe mayor disposición a pagar mayores precios.

La preocupación por el medio ambiente y los beneficios de protección ambiental que realiza el productor se van a segundo termino en la opinión del consumidor, por la falta de información y concienciatización sobre el impacto del consumo sobre el medio, es decir, el efecto contaminante que el consumo tiene sobre la naturaleza (efectos del transporte, desechos de empaques, gasto de energía, etc.), y más aún cuando las decisiones de compra, se relacionan con la presentación, el empaque, el precio, sin considerar el valor artesanal de la producción o el servicio de protección ambiental que un pequeño productor puede brindar.<sup>82</sup>

#### **1.4.3.2 Opinión y Actitud del Consumidor (Estados Unidos).**

Los consumidores optan por los alimentos orgánicos porque no contienen pesticidas, antibióticos u hormonas para el crecimiento, son más frescos y nutritivos y de mejor calidad, además de ser ecológicos y no han sido genéticamente modificados.<sup>83</sup>

<sup>82</sup> LOBATO GARCÍA, Aurora Josefina, GÓMEZ CRUZ, Manuel ángel y SÁNCHEZ ROMERO Lizzet A., Red de consumidores de productos orgánicos en la UACH: Una experiencia de organización para el consumo. <http://www.vinculando.org/organicos/consumidores.htm>

<sup>83</sup> Organic Consumers Association, Campaigning for Food Safety, Organic Agriculture, Fair Trade & Sustainability. [http://www.organicconsumers.org/espanol/3011805\\_organico.htm](http://www.organicconsumers.org/espanol/3011805_organico.htm)

El consumidor de los Estados Unidos tiene una variedad de intereses que afectan sus compras de productos frescos. El factor principal que incide en la compra de un producto es el gusto. Igualmente importante son la apariencia general y la sensación de limpieza. También la maduración y el valor nutritivo son factores que influyen en la decisión.

El lugar u origen del producto es un factor menos importante para el común de los consumidores. La sensibilidad a los productos frescos orgánicos y el deseo de consumirlos puede contribuir a las compras, si bien no constituyen un factor determinante.<sup>84</sup>

#### 1.4.3.3 Patrones de Compra del Consumidor (Estados Unidos).

La demanda de alimentos orgánicos, libres de pesticidas, hormonas y agentes químicos, crece a ritmo acelerado en Estados Unidos, donde incluso los establecimientos de comida rápida se preparan para servirlos. Ese sector del mercado alimenticio aumenta anualmente un 20 por ciento, según el último sondeo de la 'Organic Trade Association' (Asociación de Comercio Orgánico), que prevé una tasa de crecimiento parecida al menos hasta 2008. De los 106 millones de hogares estadounidenses, trece millones compran ya comida orgánica regularmente, lo que representa ventas para el sector de entre 12.000 y 15.000 millones de dólares anuales, según diversos estudios.

Los estadounidenses son los mayores consumidores de productos orgánicos, seguidos por los europeos, los australianos y los japoneses. Los productos más populares son las frutas y los vegetales, el pan, las carnes y, sobre todo, la leche, pero también se observa una fuerte demanda de alimentos procesados, congelados o empaquetados, como la pasta, las sopas y los bocadillos.<sup>85</sup>

#### 1.4.3.4 Grandes eventos e influencias (Estados Unidos).

Uno de los eventos o influencias determinantes en el consumo de productos orgánicos en los Estados Unidos, actualmente es el Auge del vegetarianismo. La juventud americana está siguiendo dietas vegetarianas. Se señala que hasta un 20 por ciento de los estudiantes universitarios de los Estados

---

<sup>84</sup> Deposito de documentos de la FAO, <http://www.fao.org/DOCREP/004/Y1669S/y1669s0g.htm>

<sup>85</sup> Organic Consumers Association, Campaigning for Food Safety, Organic Agriculture, Fair Trade & Sustainability. [http://www.organicconsumers.org/espanol/3011805\\_organico.htm](http://www.organicconsumers.org/espanol/3011805_organico.htm)

Unidos sigue dietas vegetarianas y que un número creciente sigue un programa de dieta vegetariana estricta que excluye todo producto de origen animal. La modalidad vegetariana no se limita al ámbito universitario. En efecto, el grupo de investigación vegetariana indica que en los restaurantes más del 55 por ciento de los americanos pide comidas vegetarianas, dentro de los factores que se lograron obtener como los mas influyentes a la hora de comprar esta.

Según el informe Fresh Trends 2001, el 12 por ciento de los encuestados respondió que el factor principal que influía en sus compras era el hecho de que el producto fuera o no fuera orgánico. Señala, además, que el 82 por ciento de los consumidores había comprado verduras orgánicas en los últimos seis meses y que durante el mismo período el 35 por ciento había comprado frutas orgánicas.

La inocuidad de los alimentos es un factor que influye en las compras de productos frescos. El 32 por ciento de los encuestados indicó que algunos productos frescos daban más pié a preocupaciones por el aspecto de la inocuidad que otros. En otro estudio realizado por el Food Marketing Institute se indica que el 79 por ciento de los consumidores afirma que están completamente seguros o muy seguros de que los alimentos vendidos en los supermercados son inocuos. En la encuesta sobre la inocuidad, el 65 por ciento de los encuestados manifestó preocupaciones por los residuos químicos presentes en los productos frescos. Sólo el 34 por ciento tiene confianza en los organismos gubernamentales cuando aseguran la inocuidad de los productos.

Sólo el 20 por ciento tiene confianza en que los productos frescos producidos fuera de los Estados Unidos son tan inocuos como los producidos en el país. Al hablar sobre la inocuidad de sus compras de productos frescos, un grupo básico de 16 por ciento indicó que compraría productos frescos orgánicos.<sup>86</sup>

#### 1.4.3.5 Acceso y Tendencias de Compra.

Además, con el objetivo de difundir las tecnologías de las ingenierías aplicadas a la información y comunicación, así como en la utilización de energías alternativas para el desarrollo del sector agroindustrial de nuestro país, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) realizó este 15

---

<sup>86</sup> Deposito de documentos de la FAO, <http://www.fao.org/DOCREP/004/Y1669S/y1669s0g.htm>

de febrero del presente año, el foro denominado “Las Ingenierías y el desarrollo Científico y Tecnológico del Sector Agroindustrial”<sup>87</sup>

Dentro del mercado de Los Estados Unidos, se puede ver que los gustos y preferencias de los consumidores tienen perspectivas optimistas de crecimiento que se han generado en base al interés cada vez mayor que los consumidores tienen por la salud y el medio ambiente, y en su creciente rechazo de los productos alimenticios que contienen materias primas genéticamente modificadas. La población norteamericana es muy exigente en la búsqueda de alimentos que garanticen la salud y el bienestar,

#### 1.4.4 Tecnológicos.

##### 1.4.4.1 Desarrollos Tecnológicos.

La agricultura es un proceso que desde sus inicios hasta la actualidad ha presentado técnicas rusticas y artesanales de producción. El involucrar tecnología en este mundo actual globalizado ha permitido que se puedan controlar factores como el exceso de lluvia, sol y plagas que hace que el sector se vuelva más productivo teniendo una manera de neutralizar o minimizar aquellos riesgos impredecibles. En este caso en particular se está hablando de la producción orgánica en invernaderos, que utilizarán técnicas de riego, cubiertas para minimizar el impacto de los rayos solares, regulación de temperatura, insecticidas que no cuenten con contenido químico ya que es necesario cumplir con requisitos previamente establecidos para poder vender el producto como orgánico. Para poder vender en estado Unidos se han tomado en cuenta los requerimientos indispensables para poder acceder. En 1997, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos propuso estándares nacionales para los cultivos orgánicos. Las disposiciones federales que se aplican a los estándares orgánicos se concluyeron recién en 2001, y su total implementación comenzó en 2002.

Por lo general, los alimentos orgánicos son producidos por agricultores que se esfuerzan por utilizar recursos renovables y por conservar el suelo y el agua para mejorar la calidad ambiental de las generaciones futuras:

---

<sup>87</sup> Ministerio de economía de El Salvador. <http://www.minec.gob.sv> <http://www.minec.gob.sv/default.asp?id=62&mnu=62&ACT=5&content=450>

- No requieren demasiada cantidad de insumos, tales como fertilizantes y pesticidas.
- Establecen estándares que se aplican a los materiales permitidos, materiales restringidos y materiales prohibidos, con inclusión de alimentos producidos usando la biotecnología y la irradiación.
- Permiten el uso de algunos pesticidas "naturales" (no se permiten los pesticidas sintéticos)
- Permiten algunos residuos de pesticidas sintéticos, que "vuelan" desde campos vecinos o bien del suelo de un campo donde se utilizaron pesticidas sintéticos con anterioridad.

El sello Orgánico del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos identifica a los productos que son por lo menos 95% "orgánicos". Para que un producto pueda recibir la etiqueta de "orgánico" un inspector certificado por el Departamento de Agricultura deberá haber inspeccionado el establecimiento agrícola donde se cultiva el alimento para asegurarse de que el agricultor está cumpliendo con todas las normas necesarias para satisfacer los estándares de "orgánico" del Departamento de Agricultura.

La Agencia de Protección del Medio Ambiente (EPA) fija los niveles de tolerancia que se aplican a las cantidades de residuos de pesticida que pueden aceptarse en un producto determinado. La agencia fija los niveles permitidos que son cien o incluso mil veces menores que los que podrían causar algún riesgo a la salud. Por lo general, los niveles de residuos reales se ubican por debajo del límite legal. La EPA puede exigir más de 100 pruebas diferentes —en función de los usos del pesticida— para determinar su seguridad antes de aprobarlo para su aplicación en la agricultura o para otros usos comerciales.

La Agencia de Alimentos y Medicamentos (FDA) controla los residuos de pesticidas en todos los alimentos, con la excepción de las carnes vacunas, de aves de corral y huevos. Los inspectores de la FDA recolectan muestras de alimentos nacionales e importados de manera rutinaria. Si la prueba confirma que cualquiera de los componentes de los alimentos contiene pesticidas ilegales o residuos de pesticidas que exceden los niveles de tolerancia legales, la agencia puede decomisar el envío y prohibir futuros envíos, retirar la mercadería del mercado e iniciar acciones penales. La FDA trabaja junto con las autoridades estatales para promover la toma de muestras y el intercambio de información. Más de la mitad de los productos que se venden en los Estados Unidos se cultiva en California y es controlado por el

Departamento de Alimentos y Agricultura de California. Muchos otros estados controlan la seguridad de los productos que en ellos se cultivan.<sup>88</sup>

Todo ello conlleva a una trascendencia que estriba en la generación de valor agregado, y la relación que implica en la cadena de valor con otros sectores, beneficiándose paralelamente estas actividades del éxito de la misma; entre ellas, los restaurantes, industria alimenticia entre otros.

### 1.5 Análisis de la cadena de valor

Se define el valor como la suma de los beneficios percibidos que el cliente recibe menos los costos percibidos por él al adquirir y usar un producto o servicio. La cadena de valor es esencialmente una forma de análisis de la actividad empresarial y del costo de dichas actividades, incluyendo un margen de utilidad; a su vez, mediante la descomposición de la empresa en sus partes constitutivas, se busca identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor.<sup>89</sup>

La Cadena de Valor de Comercialización de Chile, tomate y pepino cultivados de forma orgánica se detalla a continuación:

#### 1.5.1 Las Actividades Primarias

Dichas actividades tienen que ver con el desarrollo del producto, su producción, las de logística y comercialización y los servicios de post-venta.

- **Desarrollo del producto**

Para el desarrollo de las hortalizas, es necesario realizar las siguientes actividades:

- Certificar los productos en las agencias certificadoras orgánicas en Estados Unidos propuestas; ya que dichas agencias se encuentran reconocidas y validadas por la FDA.

<sup>88</sup> Foundation. International Food Information Council. <http://www.ific.org/sp/food/agriculture/index.cfm>

<sup>89</sup> Food and Agriculture Organization (FAO): Análisis de la cadena de valor del subsector de las frutas tropicales: el caso de la producción, elaboración y comercialización del mango en Kenia. [http://www.fao.org/es/ESC/common/ecg/108845\\_es\\_Kenya\\_TF\\_web\\_s.pdf](http://www.fao.org/es/ESC/common/ecg/108845_es_Kenya_TF_web_s.pdf)

- Establecer las hortalizas (Chile, Tomate y Pepino) en el mercado local (a Nivel Nacional)
- A largo plazo considerar las opciones de exportación que se presentan en este documento para enviar dicho producto a los Estados Unidos.

- **Producción**

Las actividades de producción comprenden lo que es la utilización de mano de obra del municipio y la siembra de manera orgánica; las cuales se detallan a continuación:

- Utilización de Mano de Obra del Municipio

La mano de obra que se encargará de cultivar en los invernaderos, es en un 95% originaria de Tacuba. Todas las personas que operativizarán el proceso de siembra, cultivo, abono, cosecha, empaque y distribución son pobladores de dicho municipio, por lo que se facilitará el transporte de los mismos a sus centros de trabajo, tendrán a sus familias cerca y de igual manera, como una parte de los cultivos esta designada para consumo de ellos mismos trataran de maximizar los recursos y de mantener la calidad de las hortalizas.

El otro 5% que complementa el equipo es personal administrativo que coopera para llevar a cabo este proyecto que pretende crear un desarrollo sostenible en el municipio.

- Siembra de manera orgánica

Al llevar a cabo una forma de cultivo de manera orgánica se logran muchos beneficios tanto para los productores como para los compradores, este tipo de cultivo ha tomado mucho auge en la última década. Los productores reducen sus costos al no utilizar químicos, si no desechos orgánicos para abonar las hortalizas, se pone en practica las técnicas tradicionales de cultivo lo que es para los agricultores muy ventajoso desde el punto de vista de la técnica y los costos.

- **Logística y Comercialización**

Las actividades de logística y comercialización comprende: Distribución en el mercado domestico y en Estados Unidos y Comercialización en ferias y demostraciones de los beneficios de consumo productos orgánicos.



- Distribución en el mercado domestico y en Estados Unidos

La distribución inicial en el mercado local, permitirá a los productores de hortalizas lograr una base para poder iniciar su certificación orgánica y en los siguientes 3 años lograrla para poder exportar sus productos a Estados Unidos y de esa manera posicionarse como productores de hortalizas orgánicas salvadoreños.

- Comercialización en ferias y demostraciones de los beneficios de consumo productos orgánicos

Los productos orgánicos son beneficiosos para la salud, por lo que un punto de la estrategia de comercialización local es lograr demostrarle a los consumidores lo beneficios de estos productos. Ya sea que lo utilicen para consumo integro o formando parte de los alimentos.

- Servicios Post – Venta

El Servicio que se les pretende dar a los clientes para garantizarles un proveedor estable, es una vez comprado el producto estar en continua comunicación con ellos y tratándoles de garantizar una oferta permanente de productos.

### 1.5.2 Las Actividades de Soporte a las actividades primarias.

La administración de los recursos humanos, las de compras de bienes y servicios, las de desarrollo tecnológico (telecomunicaciones, automatización, desarrollo de procesos e ingeniería, investigación), y la de infraestructura empresarial (finanzas, contabilidad, gerencia de la calidad, relaciones públicas, asesoría legal, gerencia general). El desarrollo del proceso de cultivo y distribución conlleva muchas actividades administrativas que dan un soporte real y ordenado a dichas actividades.

- Administración del Recurso Humano

El equipo administrativo se encargara de llevar un control de todas las personas que trabajaran en el proyecto, de manera que se les pueda beneficiar a ellos y a sus familias con las prestaciones de ley, de manera que se pueda crear un ambiente de colaboración entre todos y se pueda expandir la cobertura de y penetración de mercado.

– Infraestructurales

Como parte del personal administrativo, se encuentra formando parte un agrónomo, que cuenta con equipo especializado para realizar revisiones periódicas a los invernaderos y su estructura, para poder estudiar si existe algún desperfecto y lograr corregirlo en el momento de ser detectado, para evitar que esto afecte la producción.

– Financieros

Se llevara control muy detallado de los ingresos, gastos y costos para:

- Poder recolectar la base económica y técnica que servirá para la certificación orgánica.
- Recursos necesarios para poder cubrir las obligaciones cotidianas.

– Administración de Ventas

La administración de Ventas se llevara de la mano con una estrategia de venta, se maneja la venta de manera directa e indirecta, de igual forma se podrá vender y actuar de la manera que el cliente lo solicite siempre y cuando se pueda hacer y esto no implique un costo demasiado alto para el cliente.

- El Margen, que es la diferencia entre el valor total y los costos totales incurridos por la empresa para desempeñar las actividades generadoras de valor.

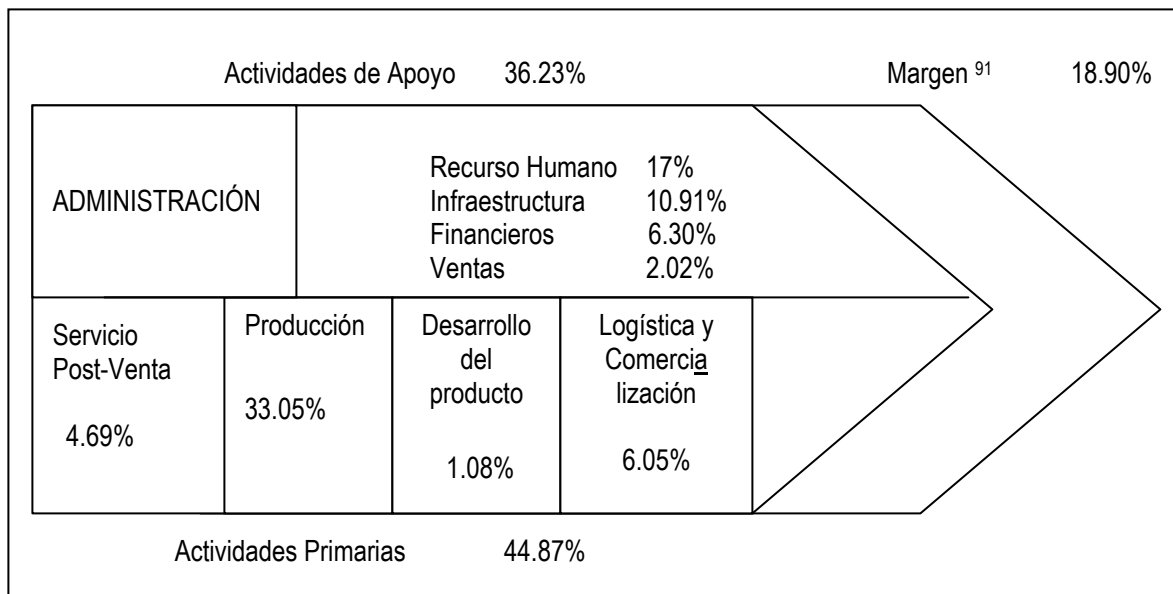
El margen esperado para las actividades productivas es de el 40% adicional por transacción, ya que el producto orgánico permite que el precio sea mayor al de los productos cultivados de forma tradicional (con abonos químicos) ya que estos son menos perjudiciales a la salud. Si se informa a las personas de los beneficios que esto trae para la salud, es posible en mayor magnitud lograr una penetración y posicionamiento en el mercado.<sup>90</sup>

A continuación se tratara de esquematizar y adaptar cada uno de los elementos de esta cadena de valor según la grafica de valor que propuso Michael Porter:

---

<sup>90</sup> Anexo XV Estado de Resultado Proyectado al 2007 y Ver Anexo XV Flujo de Caja Proyectado al 2007

CUADRO 19 CADENA DE VALOR DEL CHILE, TOMATE, PEPINO ORGÁNICO CULTIVADOS EN INVERNADEROS



Fuente: Adaptación hecha por el Grupo de trabajo.

#### 1.6 FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas)

##### OPORTUNIDAD

###### O1

Aprovechar las recomendaciones de las Certificadoras Orgánicas, que permita conocer el grado de calidad de las hortalizas cultivadas bajo este sistema.

###### O2

La producción orgánica en el país esta teniendo un importante crecimiento y se está diversificando en variados sectores, lo que permite ofertar una variada gama de estos. Entre los factores que dan lugar a este crecimiento se encuentra el aumento de la demanda de productos de mejor calidad, el cambio del perfil demográfico del país, etc., lo que implica lograr una mayor coherencia entre la oferta de estos productos y los requerimientos de desarrollo económico-social del país y las preferencias del consumidor.

<sup>91</sup> Anexo XV Estado de Resultado Proyectado para los 10 años

O3

Actualmente los productos orgánicos son considerados como un factor que contribuyen a la salud, por lo que genera la necesidad de incrementar su producción.

O4

El Ministerio de Economía en su informe de inteligencia competitiva 2005, estima que el negocio de los alimentos orgánicos en Estados Unidos aumentará a 23,000 millones de dólares en los próximos tres años.

O5

El informe: "agricultura orgánica en El Salvador: situación actual" elaborado por Cooperación Técnica Alemana (GTZ) año 2005; señala que el mercado estadounidense consume el 42% de toda la producción orgánica Salvadoreña.

O6

El mercado de Estados Unidos resulta interesante para el exportador salvadoreño por una variedad de razones: la cercanía geográfica, la rentabilidad del mercado, el potencial del mercado nostálgico salvadoreño o el mercado latino en general o los beneficios arancelarios proporcionados por las provisiones de trabajo del Acuerdo de Libre Tratado entre República Dominicana-Centro América, (DR-CAFTA, por sus siglas en ingles).

O7

Dentro del mercado (Estado de Florida) se puede observar que los gustos y preferencias de los consumidores presentan una tendencia optimistas de crecimiento al consumo de productos orgánicos, y un creciente rechazo de los productos alimenticios que contienen materias primas genéticamente modificadas.

O8

Las personas con mayor disposición de compra son las mujeres, con niños pequeños, con gastos mayores en alimentos y de ingreso medio, sin embargo, el segmento de mayor consumo se encuentra en los niveles de alto ingreso y educativo, en los que existe mayor disposición a pagar precios premium.

O9

El desarrollo del Plan esta apoyado por la ADIC, el Gobierno del país Vasco, la Asociación Caritas Gipuzkoa, Oscar Romero Solidariza Barzordea y la Municipalidad de Tacuba.

10

CARE<sup>92</sup> Internacional, se encuentra apoyando la introducción de servicio de agua por cañería así como el desarrollo de obras de infraestructura.

11

Las asociaciones Visión Mundial y Catholic Relief Service (CRS), se encuentran realizando acciones de apoyo al desarrollo del municipio

## AMENAZAS

A1

El Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), rige el ingreso de productos extranjeros a los Estados Unidos y viceversa, exigiendo que, este tipo de productos orgánicos (chile, tomate y pepino) debe de poseer un permiso para ingresar a los Estados Unidos, dentro del cual se requiere un certificado fitosanitario para productos norteamericanos. Los permisos y los certificados son extendidos únicamente al importador norteamericano o al exportador norteamericano.

A2

La Ley sobre “Seguridad en Salud Pública, Preparación y Respuesta contra el Bioterrorismo” que posee los Estados Unidos ordena a que este tipo de productos se deben registrarse bajo la jurisdicción del FDA, por lo que toda la información del registro se debe suministrar en idioma inglés y enviarla por correo electrónico.

A3

El proceso de globalización incrementa la oferta de productos (hortalizas orgánicas) externos disponibles para la industria y consumo local a un precio bajo.

---

<sup>92</sup> CARE INTERNACIONAL. [www.care.org.sv](http://www.care.org.sv)

## A4

Tacuba es una zona montañosa, con suelos arcillosos, con vías de comunicaciones de tierra en mal estado.

## FORTALEZA

## F1

Dentro de la comunidad existe una combinación de aspectos importantes como el anhelo de salir adelante, la coordinación y una organización excelente.

## F2

Se cuenta con experiencia de trabajo en el municipio.

## F3

Cuentan con el recurso humano, técnico y económico necesario.

## DEBILIDADES

## D1

Dentro de Tacuba, los cantones y caseríos del alrededor carecen de agua potable y energía eléctrica, algunas familias cuentan con paneles solares -proporcionados por la ADIC- los cuales les ayudan a no estar en la oscuridad cuando llega la noche, pero estos paneles no son suficientes para abastecer a todas las familias de los cantones y caseríos, no cuentan con letrinas (proyecto que la ADIC también se encuentra desarrollando en algunos cantones de Tacuba, al igual que la construcción de escuelas entre otros proyectos.<sup>93</sup>)

## D2

Tacuba al ser una zona montañosa, con suelos arcillosos, con vías de comunicaciones de tierra en mal estado; dificultan la comercialización de los productos.

---

<sup>93</sup> Ministerio de Gobernación, <http://www.gobernacion.gob.sv/observatorio/Iniciativas%20Locales/WEB/Ahuachapan/t...>

D3

Actualmente la comunidad no cuenta con las normas de empaque, calidad, tamaño, peso, madurez, presentación y origen en los mercados internacionales.

### 1.7 Formulación de la estrategia (decidir que hacer)

En el siguiente cuadro se pretende presentar de forma concreta las estrategias necesarias para poder contrarrestar las amenazas y debilidades que pudiesen afectar la operación cotidiana y a largo plazo.

CUADRO 20 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

EXTERNAS INTERNAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	<p>OFENSIVAS MAXI-MAXI</p> <p>F1, F2, F5, O2, O3 y O6</p> <p>Mediante la coordinación de instituciones que apoyan al desarrollo de los habitantes y el mejoramiento de las condiciones de vida de estos, permite crear en el municipio de Tacuba un Plan mas completo que propiciarán mejores condiciones que ayuden a la inserción, crecimiento y expansión de los productos orgánicos (chile, tomate y pepino) los cuales comercializará la comunidad.</p>	<p>DEFENSIVAS MAXI-MINI</p> <p>F1, F2 y A1</p> <p>Los cultivadores y los embarcadores deberán visitar a los importadores para cerciorarse de su confiabilidad y para obtener información de mercado de primera mano sobre la cantidad, calidad, empaque, precio y reglamentos que conciernen a los productos.</p> <p>F3 y A2</p> <p>Utilizar empresas distribuidoras o brokers para comercializar su producción, lo cual ayudará a registrarse bajo la jurisdicción del FDA, en idioma inglés, enviarla por correo electrónico, normas de empaque, calidad, tamaño, peso, madurez, presentación y origen en los mercados internacionales.</p>

DEBILIDADES	<p>ADAPTATIVAS MINI-MAXI</p> <p>D1, O6 y O7</p> <p>Con la implementación de los invernaderos y la aplicación idónea de controles de calidad ayudará a incrementar la producción en un mediano a largo plazo, lo que a su vez traerá consigo beneficios dentro de la comunidad.</p>	<p>SUPERVIVENCIAS MINI-MINI</p> <p>En este caso esta debilidad se utiliza cuando una empresa esta a punto de quebrar que no es el caso de esta organización.</p>
-------------	--	--

Fuente: Elaborado por el grupo de trabajo.

## 1.8 Certificación para Productos Orgánicos.

### 1.8.1 Etapas del proceso de Certificación

El proceso de Certificación comprende las siguientes etapas:

- Contacto con la Agencia de Certificación

El personal del área de Mercadeo contactará a la Agencia de Certificación con la que desea trabajar. El criterio con el que se elige una agencia, está determinado por el comprador del producto y los requerimientos de su mercado. Debe llenar una solicitud con información que la agencia evalúa para determinar si el terreno o el sistema productivo es certificable o no, por lo que la solicitud puede ser aprobada o rechazada. En caso de aprobación, la agencia enviará a un Inspector Orgánico al predio.



A continuación se presentan algunas agencias certificadoras reconocidas a nivel internacional.

#### CUADRO 21 AGENCIAS CERTIFICADORAS ORGÁNICAS EN ESTADOS UNIDOS

International Certification Services Inc.	301 5th Ave. SE Medina ND58467 USA Phone +1 701 486 3578 Fax +1 701 486 3580
Organic Crop Improvement Association International	6400 Cornhusker, Suite 125 Lincoln NE 68507 USA Phone +1 402 477 2323 Fax +1 402 477 4325
Quality Assurance International Florida Certified Organic Growers & Consumers	Our office is located in Gainesville, Florida. Phone: 352-377-6345 Fax: 352-377-8363 Office email fog@foginfo.org Website email palmweaver@foginfo.org

Fuente: IFOAM. International Federation of Organic Agriculture Movements

[http://www.ifoam.org/organic\\_world/directory/index.html#U](http://www.ifoam.org/organic_world/directory/index.html#U)

- Inspección del Terreno

El inspector realizará una inspección de instalaciones físicas y terreno de siembra, también debe inspeccionar registros, libros contables y otros que considere necesarios. El inspector debe conocer las normas de certificación de la agencia que lo ha contratado e informar el cumplimiento de estas normas en el predio inspeccionado. El informe de inspección es enviado a la agencia para que el Comité de Certificación tome una decisión.

- Comité de Certificación

Este comité recopila la información disponible acerca del predio: cuestionario inicial, informe de inspección, fotografías, y en base a esta información resuelve acerca del estado del predio. Las opciones

son certificación aceptada, aceptada con condiciones o rechazada, dicha certificación será tramitada y financiada por la ADIC apoyada por el financiamiento Español.

- Uso del sello orgánico

Si el predio cumple con las normas de la agencia, la solicitud de certificación será aceptada, y el productor puede empezar a comercializar sus productos con el sello orgánico de la Agencia Certificadora.

La producción, comercialización y comercio exterior de productos orgánicos está regulada en los Estados Unidos a través del Programa Nacional Orgánico (National Organic Program –NOP), que entró en vigencia el 21 de octubre del 2002. De acuerdo con esta regulación, se considera orgánico *“Cualquier producto agrícola que se venda, etiquete o represente como cien por ciento elaborado como orgánico, producido de acuerdo a los requisitos establecidos en el NOP”*.

Las regulaciones establecen que los productos elaborados en un país extranjero, y a su vez exportados para la venta en los Estados Unidos, deberán estar certificados de conformidad con lo establecido por la NOP en lo que corresponde a Certificación y Etiquetado.

En el siguiente cuadro se muestra los pasos a seguir para obtener la certificación de productos orgánicos de Estados Unidos aplicables a las exportaciones:

**CUADRO 22 REQUERIMIENTOS DE LA CERTIFICACIÓN PARA PRODUCTOS ORGÁNICOS DE ESTADOS UNIDOS APLICABLES A LAS EXPORTACIONES.**

<p>Requisitos generales para la Certificación.</p>	<p>Una persona o empresa que desee recibir o mantener la certificación orgánica según los reglamentos contenidos en NOP, deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con la Ley y los reglamentos para la producción y elaboración orgánica.</li> <li>- Establecer, implementar y actualizar anualmente un plan para un sistema de producción o elaboración orgánica.</li> <li>- Permitir inspecciones en el lugar con acceso completo a la operación de producción o elaboración.</li> <li>- Mantener todos los registros de la operación orgánica como mínimo de 5 años posteriores.</li> </ul>
<p>La solicitud de Certificación</p>	<p>La solicitud deberá presentarse a la empresa Certificadora, incluyendo la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Un plan para el sistema de producción o elaboración orgánica.</li> <li>- Nombre de la persona o empresa.</li> <li>- Nombre de cualquier entidad certificadora a la que anteriormente se haya presentado la solicitud.</li> </ul>
<p>La revisión de la solicitud.</p>	<p>La entidad o empresa Certificadora al recibir la solicitud, deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisar la solicitud para asegurar que esté completa.</li> <li>- Revisar si el solicitante cumple con los requisitos de producción y elaboración orgánica. (Subparte C, de NOP).</li> <li>- Verificar si el solicitante realizó la solicitud anteriormente a otra entidad certificadora.</li> <li>- Programar una inspección en el terreno de la operación.</li> </ul>
<p>Inspecciones en el terreno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La entidad certificadora deberá llevar a cabo una inspección inicial en el terreno de cada unidad de producción. Una inspección del terreno se llevará a cabo anualmente para cada operación certificada.</li> <li>- La entidad certificadora podrá llevar a cabo inspecciones adicionales en el terreno a los solicitantes de la certificación, las cuales pueden anunciarse o no.</li> <li>- Durante la inspección en el terreno, se realizará la verificación de la información, los documentos de la operación y la entrevista final al productor.</li> </ul>

Concesión de la Certificación.	Si la entidad Certificadora determina que el plan para el sistema orgánico y todos los procedimientos y actividades de la operación del solicitante se encuentran de conformidad con los requisitos y que el solicitante es capaz de llevar a cabo las operaciones de acuerdo con el Plan, el agente otorgará la Certificación.
--------------------------------	---

Fuente: The National Organic Program –NOP-. [www.ams.usda.gov/nop/](http://www.ams.usda.gov/nop/).

En lo referente a los costos que acarrea el proceso de certificación estos serán cancelados con fondos de la ADIC.

### 1.8.2 Medidas sanitarias y fitosanitarias para ingresar a los Estados Unidos

Igual que en los productos convencionales, toda exportación hacia los Estados Unidos de productos agrícolas orgánicos, debe estar acompañada por un certificado fitosanitario, extendido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería –MAG– en donde se verifica que el embarque ha sido inspeccionado conforme los requerimientos fitosanitarios de los Estados Unidos.

En general, los oficiales de aduana en los Estados Unidos (PPQ Plant Protection and Quarantine) usan el certificado fitosanitario para realizar las siguientes acciones en el puerto de entrada:

- Identificación del tipo de planta o producto de plantas.
- Identificación del área en donde el producto ha sido tratado en el país de origen e identificar el tratamiento.
- Determinar si los requerimientos de entrada se han llenado (estación de cosecha y requisitos de aduana).
- Confirmar que las plantas y/o los productos de plantas llenan los requerimientos de certificación.
- Determinar la muestra para inspección directa.

Para obtener el certificado, es necesario presentarse en el Ministerio de Agricultura, en donde se solicitará que el productor/exportador cumpla con las regulaciones y normas establecidas y poder así entregarle la pre-certificación.

Requisitos no arancelarios.

Permiso de entrada de plantas vegetales y sus productos es emitido por el Servicio de Salud Animal y Vegetal de los Estados Unidos (Animal and Plant Health Inspection Service, USDA-APHIS-PPQ).

Existen tres tipos de permisos<sup>94</sup>:

- Permisos de Entrada a los Estados Unidos

Permiso PPQ: Permiso escrito que se utiliza para solicitar la entrada de plantas vegetales y sus productos. Usualmente lo realiza el importador en los Estados Unidos. (Certificado fitosanitario, extendido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería)

Permiso VS: Es un permiso escrito que se solicita para entrar material prohibido por la regulación de los estados Unidos. Regulaciones bajo la autoridad 7CFR 319.74.

Permiso CITES: Se utiliza para solicitar la entrada de productos protegidos internacionalmente de acuerdo con la Convención Internacional de Comercio (Convention on International Trade in Endangered Species, CITES).

Todo embarque, tanto de productos convencionales como orgánicos, es revisado en las aduanas de los Estados Unidos, para determinar la ausencia plagas o enfermedades. La inspección se basa en el grado de riesgo de cada especie y familia de la planta.

### 1.8.3 Obstáculos técnicos al comercio

Existen una serie de obstáculos técnicos al comercio principalmente los siguientes:

- Los materiales utilizados para embalaje deben ser nuevos, sanitariamente aptos, técnicamente adecuados, homogéneos, resistentes a la manipulación y transporte.
- La rotulación y etiquetado, debe indicar el nombre de la empresa, fecha de embalaje, razón social del exportador, nombre del productor, origen del producto y lugar en donde fue embalado.

---

<sup>94</sup> Fruits and Vegetables Manual. [www.aphis.usda.gov/ppq/manuals](http://www.aphis.usda.gov/ppq/manuals)

#### 1.8.4 Ley Bioterrorismo.

También conocida como la Ley sobre “Seguridad en Salud Pública, Preparación y Respuesta contra el Bioterrorismo”. Busca prevenir la contaminación de alimentos, productos animales, vegetales y medicamentos. Todas las empresas extranjeras que manufacturan procesan, empacan o almacenan alimentos para consumo humano o animal en los Estados Unidos (incluyendo los orgánicos), deben registrarse bajo la jurisdicción del FDA. Toda la información del registro se debe suministrar en idioma inglés

## 2 Plan Táctico.

El Plan Táctico servirá para de conjugar los recursos con que el municipio de Tacuba cuenta diseñados para alcanzar los planes estratégicos de la misma a un mediano plazo, tomado en cuenta que este va de la mano del Plan operativo, se busca hacer una conexión entre ambos planes, para definir a cada uno de la mejor manera.

### 2.1 Factores Claves de Éxito.

Los "factores clave de éxitos" son aquellos elementos que se considera claves o indispensables para el éxito de una Empresa. A partir de los análisis realizados en el capítulo II se destacan los siguientes factores:

#### Liderazgo con sentido empresarial

El líder empresarial (Padre Miguel Anduela) y el líder comunitario (Sr. Carlos Chávez) son los agentes externos a la comunidad, pero con sentido social y que se ha comprometido y compenetrado con la comunidad. Este liderazgo ha promovido activamente el proceso de participación y autogestión del poblador rural.

#### Desarrollo de estrategias de mercadeo

Otro de los factores que contribuyen al éxito es el desarrollo de estrategias de mercado, en el cual existen dos variables importantes para el manejo de las estrategias de mercadeo:

- Los productos se posicionan como naturales, orgánicos, o de pequeños productores de escasos recursos que busca con su técnica propicia un equilibrio con el ambiente. Este posicionamiento junto con la marca, diseño de empaque y material promocional, etc contribuye al desarrollo de una mejor estrategia de mercados.<sup>95</sup>
- Observar como algunas agroempresas han hecho un esfuerzo por penetrar varios tipos de mercados de exportación, como el solidario, orgánico, étnico y convencional. Adicionalmente, han adoptado estrategias de desarrollo de mercados y de desarrollo de productos.
- Cuenta con una estructura orgánica<sup>96</sup>.

### **Impulso a la autogestión**

Utilizar este sistema de organización dentro una la comunidad, en el cual los trabajadores participan en las decisiones permite al poblador rural un fuerte sentido de pertenencia.

### **Disponibilidad de servicios de apoyo**

La comunidad cuenta con el apoyo de la ADIC Iglesia y agencias de cooperación internacional, que contribuyen en variables como crédito y acceso a crédito, capital semilla, organización de la comunidad, transferencia de tecnología, acceso a crédito y desarrollo de la capacidad y gestión administrativa. Ante el vacío institucional en América Latina respecto a servicios locales de apoyo para la actividad empresarial rural, esto es fundamental.

### **Conexión con el mercado alternativo**

El vínculo de este tipo de agroempresas con el mercado alternativo (solidario, orgánico) ha de ser fundamental para penetrar el mercado de exportación; ya que se adaptan a las condiciones técnicas y económicas. A su vez, las tendencias en los hábitos de consumo hacia la preferencia de productos saludables y naturales en Estados Unidos favorecen la venta de estos productos.

---

<sup>95</sup> Ver Anexo XVII, logotipo y empaque.

<sup>96</sup> Ver anexo XVII Organigrama.

### Esquemas empresariales con integración vertical

En los esquemas empresariales la integración es un factor importante ya que incorporan como socios al pequeño productor rural, o sea el proveedor de materia prima, asume la labor de procesamiento y comercialización, y además exhibe fuertes vínculos con los canales de comercialización alternativos y convencionales. Estos vínculos comerciales son fuertes debido a la presencia de contratos y/o uso de sellos de calidad. Adicionalmente, el sistema de distribución de este esquema con visos de integración vertical es más directo y así evita una o dos cadenas de intermediación que puede encarecer el producto al consumidor final o reducir los márgenes de utilidad.

#### 2.1.1 Aporte de los Factores Claves de Éxito a la Preferencia del Consumo y la Sobrevivencia ante la competencia.

Los factores claves de éxito proporcionan un aporte significativo, ya que proporcionan algunas directrices que ayudan a procurar cubrir las necesidades del cliente e intentar sobrevivir a la competencia. Es por ello que se hace necesario contestar cada una de las siguientes preguntas que proporcionan una base real y sólida de los clientes, que hará que los clientes prefieran el producto que distribuirá el municipio de Tacuba y que aumente la recurrencia de consumo de estas hortalizas. Conocimiento exhaustivo de los clientes. Es básico y primordial tener en cuenta que para el municipio conocer a los posibles clientes:

¿Quiénes son nuestros clientes?

- Local

La empresa Exportadora Río Grande, S.A. DE CV. La cual es una empresa que se dedica a la Industrialización y Comercialización de Productos no perecederos. Por su naturaleza se clasifica como empresa privada y de acuerdo al Código de Comercio, se clasifica en Sociedad de Capital y dentro de esta en Sociedad Anónima de Capital Variable.

- extranjero

Dentro de las características del consumidor de productos orgánicos en Estados Unidos se encuentran: una edad promedio de 42 años, promedio nacional 36 años, Ingreso promedio anual US \$ 50,000.0, promedio nacional US \$ 41,000.00. El 75% de los consumidores orgánicos asistió a la Universidad.



¿Cómo son nuestros clientes?

Son clientes que se encuentran bien informados de los beneficios que los productos orgánicos traen a la salud, ya que se encuentran dispuestos a pagar un monto superior a los productos convencionales. Además los posibles clientes se preocupan por su bienestar y el de su familia es por ello que la tendencia a dar a conocer a todos sus miembros el consumo de los mismos tenderá a crear un aumento de compra.

¿Qué provoca ser nuestros clientes?

Salud, bienestar, armonía con la naturaleza, seguridad en el consumo debido al rango que da el sello de certificación.

¿Para qué adquieren nuestros productos?

Los clientes adquieren los productos, para poder disfrutar de una buena salud, para encontrarse en equilibrio, es decir que deben estar confiados plenamente de la calidad con que los productos son cultivados.

¿Podemos encontrar diferentes tipos de clientes?

En la manera en la cual nuestro producto es aceptado, se puede lograr aumentar la diversificación de productos, ofertar otro tipo de productos orgánicos que pueda ayudar en general al consumo de los mismos. Es importante que tengamos claro que sin clientes no hay empresa, por lo que es necesario cuidar mucho y bien a las personas u organizaciones que adquieren nuestros productos.

¿Cómo superar a la competencia?

Además de conocer las necesidades de los clientes y satisfacerlas es recomendable que esto se realice mejor que la competencia, sino, la ventaja competitiva será nula.

## 2.2 Especialistas en certificación de exportaciones USDA-APHIS.

Los especialistas en certificación de exportaciones USDA-APHIS son responsables de mantener la calidad y credibilidad de certificación de exportaciones fitosanitario. Preguntas adicionales pueden hacerse directamente a los especialistas en certificación en Florida (Mercado Meta); para ello, el personal de mercadeo de la ADIC establecerá una continua comunicación con un especialista en certificación. A continuación se muestra algunos de los especialistas en certificación:

**CUADRO 23 ESPECIALISTAS EN CERTIFICACIÓN DE EXPORTACIONES USDA-APHIS**

Export Certification Specialist (Southern Florida (and PR))	
Rodolfo Castaneda	USDA, APHIS, PPQ. Trade Port Building 5600 NW 36th Street, Suite #363. Miami, FL 33122 Phone: 305-526-2791, Fax: 305-5262795 E-mail: Rodolfo.Castaneda@aphis.usda.gov Backup: Zaida Ortiz Alternate contact information: USDA, APHIS, PPQ Miami Inspection 3500 NW 62nd Ave. Miami, FL 33122 Phone: 305-526-2825 Fax: 305-871-4205 Central and Northern Florida
Zaida Ortiz	USDA, APHIS, PPQ 3951 Centerport Street Orlando, FL 32827 Phone: (407)825-4234, Fax: (407)825-4235 E-mail: Zaida.Ortiz@aphis.usda.gov Backup: Rodolfo Castaneda.
State Plant Health Director	Mike Shannon Phone: 352-331-3990

Fuente: USDA-APHIS.gob. <http://www.aphis.usda.gov/ppq/pim/exports/fl.html>

### 2.3 El modelo de las fuerzas de Porter

Un enfoque muy popular para la planificación de la estrategia corporativa ha sido el propuesto en 1980 por Michael E. Porter en su libro *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*.

#### 2.3.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Los competidores con los que se cuenta actualmente en el mercado local se encuentran ubicados en las Pilas Chalatenango, quienes cuentan con experiencia en la comercialización de cultivos orgánicos

que son vendidos por agricultores de la localidad. En las Pilas los compran, empaquetan, distribuyen y venden a en hoteles y restaurantes en el territorio salvadoreño.

### 2.3.2 La rivalidad entre los competidores.

Los competidores con los que se cuenta actualmente en el mercado local se encuentran ubicados en las Pilas Chalatenango, quienes cuentan con experiencia en la comercialización de cultivos orgánicos que son vendidos por agricultores de la localidad.

En las Pilas los compran, empaquetan, distribuyen y venden a en hoteles y restaurantes en el territorio salvadoreño. Lo que puede facilitar que ellos puedan exportar más fácilmente.

### 2.3.3 Poder de negociación de los proveedores.

Los proveedores se volverán pilares básicos en cuanto a la entrega del producto, podemos detallar varios, ya que se negociaran precios y se tratara de pedir patrocinio implementando alguna alianza de comercialización en donde aparezcan sus nombres

Empaque:

Moore de Ca.: Etiquetado de Bolsas

Bolsas y Empaques Termoencogibles

Distribución Local: Transportes Costa a Costa, transportes Calpi, Cuscatlán Logistics

Disribución al Exterior

En este caso se utilizaran intermediarios que pongan el producto en las bodegas de nuestro cliente Chiquita logistics: Ellos pueden proporcionar contenedores refrigerados para poder dar mayor tiempo de duración a los productos.

### 2.3.4 Poder de negociación de los compradores

- Cliente

Local: La empresa Exportadora Rio Grande, S.A. DE CV., define y pone en práctica estrictos controles en la recepción de los productos, a efecto de garantizar su calidad conforme a las muestras representativas

del mismo, previamente negociadas. La Compra-Venta de insumos, se realiza solamente con aquellas personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas por la Institución competente<sup>97</sup>

Exterior: La razón principal del consumidor para comprar productos ecológicos se relaciona con la salud. La preocupación por el medio ambiente y los beneficios de protección ambiental que realiza el productor se van a segundo termino en la opinión del consumidor, por la falta de información y concientización sobre el impacto del consumo sobre el medio, es decir, el efecto contaminante que el consumo tiene sobre la naturaleza (efectos del transporte, desechos de empaques, gasto de energía, etc.), y más aún cuando las decisiones de compra, se relacionan con la presentación, el empaque, el precio, sin considerar el valor artesanal de la producción o el servicio de protección ambiental que un pequeño productor puede brindar.<sup>98</sup>

#### 2.3.5 Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

Las hortalizas para consumo fresco son difícilmente sustituidas, los productos que pueden ser equivalentes son:

Salsas

Chile, Tomate o Pepino en Vinagre

Chile, Tomate o Pepino en trozos, enlatados y empacados.

#### 2.3.6 Gobierno.

El Gobierno es un apoyo, muy fuerte ya que se gestionara con instituciones oficiales el patrocinio y el establecimiento de políticas que ayuden al fortalecimiento del sector orgánico en el país.

### 3 Plan Operativo.

El Plan Operativo concreta la acción estratégica del Plan de Exportación en un conjunto de objetivos a los cuales se les aseguran los recursos presupuestarios necesarios para su ejecución. Asimismo identifica los indicadores indispensables para hacer el seguimiento y evaluación de las decisiones que se adopten

<sup>97</sup> Ver CAPITULO II: Perfil del consumidor de productos ecológicos. Local. Pag 64

<sup>98</sup>Ver CAPITULO II: Perfil del consumidor de productos ecológicos. extranjero. Pag 64

durante el proyecto en desarrollo de acuerdo a las exigencias de desarrollo social, económico, territorial y político de corto plazo. Lo que se busca con el establecimiento del Plan Operativo de este proyecto es:

- Lograr que los planes puestos en marcha de la ADIC respondan a las orientaciones estratégicas establecidas en el proyecto.
- Garantizar una vinculación más efectiva entre la actividad planificadora y el proceso de asignación de recursos.
- Sentar las bases para la aplicación de instrumentos que permitan realizar el seguimiento de la gestión.
- Alcanzar una sólida rentabilidad, dentro de una sana política de precios.
- Maximizar el retorno del uso productivo de los activos.
- Incrementar la productividad de la comunidad, reduciendo costos y mejorando la eficiencia administrativa y operativa.
- Incrementar la productividad ampliando la infraestructura.

#### Descripción del Plan

El plan es una propuesta operativa que, a través de la concertación y cooperación pública (comunidad de Tacuba) - la ADIC, permita en el corto plazo superar las trabas que hoy existen. Éstas, en el caso de la comunidad están relacionadas con las normativas y procedimientos, y en la ADIC con cumplimientos de normas, adecuación de procesos e infraestructura, entre otros.

Para ello se muestra a continuación, las actividades que se han de realizar, los plazos en que se han de realizar, responsables de realizarla y la fuente de financiamiento:

CUADRO 23 ACTIVIDADES DE PLANTACIÓN

<b>ACTIVIDADES PRIMARIAS</b>		
<b>PLAN ESTRATEGICO</b>	<b>PLAN TACTICO</b>	<b>PLAN OPERATIVO</b>
1 Desarrollar el producto	Inicio de Certificación de Terreno y Producto Certificar los productos en las agencias certificadoras orgánicas en Estados Desarrollar marca, logo, slogan del producto.	Iniciar el proceso de preparación con el terreno, abono orgánico, suelo, invernadero, riego (Ver Actividad 1 y 2 Plan Operativo)
2 Producción	Utilización de Mano de Obra del Municipio. Siembra de manera orgánica Luego de contar con un promedio de producción se puede considerar la opción de exportación que se presentan en este documento para enviar dicho producto a los Estados Unidos.	(Ver Actividad 3 y 4 Plan Operativo)
3 Logística y Comercialización	Distribución en el mercado domestico y en Estados Unidos Comercialización en ferias y demostraciones de los beneficios de consumo productos orgánicos	Ver Actividad 6 del Plan Operativo
4 Servicios Post – Venta	Desarrollo de una Base de datos, para llevar un registro de los clientes y sus tendencias de compra.	Ver Actividad 8 del Plan Operativo

<b>ACTIVIDADES SECUNDARIAS</b>		
<b>PLAN ESTRATEGICO</b>	<b>PLAN TACTICO</b>	<b>PLAN OPERATIVO</b>
1 Administración del Recurso Humano	El equipo administrativo se encargara de llevar un control de todas las personas que trabajaran en el proyecto, de manera que se les pueda beneficiar a ellos y a sus familias con las prestaciones de ley, de manera que se pueda crear un ambiente de colaboración entre todos y se pueda expandir la cobertura de y penetración de mercado y el aumento de la producción.	(Ver actividad 9 y 4 Plan operativo)
2 Infraestructurales	Como parte del personal administrativo, se encuentra formando parte un agrónomo, que cuenta con equipo especializado para realizar revisiones periódicas a los invernaderos y su estructura, para poder estudiar si existe algún desperfecto y lograr corregirlo en el momento de ser detectado, para evitar que esto afecte la producción.	(Ver Actividad 10.)
3 Financieros	Se llevara control muy detallado de los ingresos, gastos y costos para: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder recolectar la base económica y técnica que servirá para la certificación orgánica.</li> <li>• Recursos necesarios para poder cubrir las obligaciones cotidianas.</li> <li>• Conocer la compras de equipo y materiales</li> </ul>	
4 Administración de Ventas	La administración de Ventas se llevara de la mano con una estrategia de venta, se maneja la venta de manera directa e indirecta, de igual forma se podrá vender y actuar de la manera que el cliente lo solicite siempre y cuando se pueda hacer y esto no implique un costo demasiado alto para el cliente.	(Ver actividad 6 y 7)

CUADRO 24 PLAN OPERATIVO

N° ACTIVIDADES	PLANEACIÓN												REPOSABLE	OBJETIVO A ALCANZAR		
	AÑO 1															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
1	Iniciar el proceso de preparación.														Agricultores (Personal de la Comunidad) y el agrónomo de la ADIC	Tener un terreno que permita el cultivo adecuado del producto
2	Adecuación del terreno en donde se pretende instalar los invernaderos, ya que el terreno debe ser apto para productos orgánicos sin importar que estos sean cultivados en invernaderos.														Agricultores (Personal de la Comunidad) y el agrónomo de la ADIC	
3	Iniciar la instalación de los invernaderos que serán traídos desde España a nuestro país por solicitud de la ADIC., tomando en cuenta una adecuada capacitación para una correcta instalación.														Agricultores (Personal de la Comunidad) y el agrónomo de la ADIC	Instalar los invernaderos para iniciar el cultivo del producto
4	Iniciar los procesos de certificación del terreno como apto para instalar invernaderos que contendrán productos orgánicos., esto a nivel nacional por el momento.														empresa certificadora y la ADIC	Lograr a corto plazo la certificación del terreno y del producto
5	Establecer con la comunidad de Tacuba y los mercados aledaños acuerdos que le permitan al proyecto ser rentable en cuanto a la distribución local, dejando un 60% para ello y el otro 40% para consumo de la comunidad.														La ADIC y la comunidad	Obtener un mercado estable de distribución a nivel local
6	Incrementar poco a poco los mercados de distribución a nivel nacional.														La ADIC y la comunidad	Mejorar los mercados de distribución incrementando no solo las ventas sino también el mercado que consume este producto.
7	Luego del proceso de certificación del terreno, continuar el proceso de certificación de los productos a cultivar (chile, tomate y pepino).														La ADIC y la comunidad	Asegurar una mejor distribución del producto logrando la certificación e incrementando el mercado de distribución



N° ACTIVIDADES		PLAN OPERATIVO												REPOSABLE	OBJETIVO A ALCANZAR
		AÑO 1													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
8	Llamar a los clientes haciendo uso de la base de datos para verificar como se encuentran con las existencias del producto.													Area de Comercializacion	Lograr que los clientes sientan apoyo en el proveedor
9	Hacer uso cotidiano de la base de datos													Area de Comercializacion	
10	Se registrara a cada uno de los trabajadores para tener un control de RRHH una vez por mes													Area de Admistracion	Conocer de manera mas exacta los procedimientos utilizados
11	Auditorias de Procesos y técnicas													Agronomo y Auditoria Interna	Motivar e Incentivar a los empleados

Fuente: Elaborado por el grupo de trabajo.

### 3.1 Guía para Exportar.

La presente Guía es una herramienta práctica para el personal de mercadeo, dicha guía permitirá fortalecer sus bases de competencia y con ello incrementar su posicionamiento competitivo dentro del mercado.

Para contar con algunos beneficios que otorga la Ley como por ejemplo:

- Devolución del 6% del valor FOB de las exportaciones fuera del área centroamericana, cuyo valor haya sido ingresado al mercado cambiario.
- Los exportadores están afectos a una tasa del cero por ciento del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Registrarse como Exportador y afiliarse al Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX).

Es necesario registrarse como Exportador, la cual se realiza en las Oficina del Centro de Trámites de Exportación (CENTREX), ubicada en el Edificio Principal del Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR), situado sobre la Alameda Juan Pablo II, entre 15ª y 17ª Avenida Norte, San Salvador.

- Teléfonos: (503) 2281-8087 al 90 y 2281-8131, 8287.
- Fax: 2281-8086.
- Correo Electrónico: [centrex@bcr.gob.sv](mailto:centrex@bcr.gob.sv).
- Horario de Atención: lunes a viernes, de las 09:00 a.m. a 12:30 p.m. y de la 01:15 a 04:00 p.m.

#### 3.1.1 Pasos a seguir.<sup>99</sup>

Inscribirse como exportador en el CENTREX

Llenar la Tarjeta de Inscripción de Exportador (retirla en oficinas del CENTREX).

Verificar los requisitos específicos por: producto y país de destino, según el producto a exportar.

Solicitar la autorización de Exportación, que puede hacerla mediante:

---

<sup>99</sup> Gloria Marina Ortiz. Analista Centro Trámites de Exportación. Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR). Fecha: 8 de Septiembre de 2006 (Ver Anexo I)

Internet en el sitio Web, para lo cual deberá llenar la Solicitud de Afiliación a SICEX y se le asignará el usuario y contraseña, o en las oficinas del CENTREX anexando los respectivos documentos, los cuales están en función del tipo de exportación, producto a exportar y país de destino.

- Solicitud de Afiliación al SICEX
- Lugar: CENTREX,
- Tarifa: Sin costo.
- Duración aproximada del trámite: 30 minutos.

- Requisitos para efectuar el trámite:

La persona que solicite acceso al SICEX debe estar registrada como exportador en el CENTREX.

Los funcionarios a quienes se les solicite acceso al sistema, deben estar previamente autorizados por el exportador para tramitar documentos de exportación en el CENTREX.

Llenar la Hoja de Afiliación al (SICEX) y presentarla al CENTREX debidamente firmada por el representante legal y con el sello cuando lo solicite una empresa, o por el interesado si es una persona natural. A su vez es importante presentarse en el MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL para presentar la pre-certificación en el Departamento de Saneamiento Ambiental; ya que son Productos alimenticios para consumo humano.

Para los Estados Unidos, se necesita lo siguiente:

### 3.1.2 Productos de origen vegetal: Certificado fitosanitario.<sup>100</sup>

#### Certificados de Origen por País

Los certificados de origen son documentos que sirven para avalar la procedencia de los productos que se producen en el país, además de confirmar que cumplen con los criterios de origen establecidos por los países a donde se va a exportar, con el objetivo de obtener una preferencia arancelaria.

---

<sup>100</sup>Ing. Fernando Núñez Granados. Coordinador Certificación Fitosanitaria para El Comercio Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). (Ver Anexo I)

## Modelos de documentos de Exportación

### 1. Formulario Aduanero Único Centroamericano<sup>101</sup> (FAUCA)

Es el único documento exigible para amparar las mercancías objeto de libre comercio en Centroamérica (Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y El Salvador); hace las veces de Certificado de Origen y de factura comercial, y trasciende fronteras.

2. Declaración de Mercancías (DM) Es el documento único para amparar las importaciones y exportaciones de bienes no originarios de la región centroamericana, no trasciende fronteras.

### 3. Certificados Fito y Zoosanitarios

Se emiten para la exportación y reexportación de productos y subproductos de origen animal y vegetal, los cuales certifican que al momento de la exportación las plantas, animales, productos y subproductos, han sido inspeccionados de acuerdo con los procedimientos adecuados y que se consideran aptos para la exportación.

### 4. Certificados de Origen

Son utilizados para comprobar documentalmente que una mercancía califica como originaria. Dicha certificación debe contener nombre, firma y sello del certificante y podrá ser avalado por la autoridad competente que cada parte designe según corresponda.

El exportador que certifique el origen de las mercancías, debe conservar durante un período mínimo de cinco (5) años, después de la certificación de las mismas, todos los registros contables y documentos que amparen estrictamente el origen de las mercancías.

#### 3.1.3 Responsabilidad Legal del Importador en los EEUU.

La FDA detendrá no sólo las mercancías que no cumplan las normas exigidas, sino también las de aquellos importadores que repetidamente violen la legislación. Para ello, la FDA envía una serie de avisos a todas sus oficinas que incluyen los nombres y descripciones de los productos, los expedidores y los importadores que repetidamente han violado las normativas de la FDA. Estos avisos conminan a los

---

<sup>101</sup> Ver anexo XIV ejemplo del Formulario Aduanero Único Centroamericano.

inspectores a poner especial atención en ciertos productos a su llegada a puerto, y en algunos casos a prohibir su entrada de forma automática.<sup>102</sup>

Los productos que reiteradamente incumplen las normativas de la FDA o que se sospecha pueden ser peligrosos para la salud también son automáticamente retenidos. Los avisos de detención automática se utilizan para determinar que cargamentos han de ser rechazados de inmediato sin realizar una posterior inspección. Ocasionalmente. Una vez que un producto es automáticamente retenido, no será despachado hasta que su importador o expedidor pruebe que tal producto cumple los requisitos exigidos por la FDA. Además, los infractores de tales regulaciones pueden ser sancionados no sólo con la retención de los productos, sino a través de disposiciones judiciales que pueden provocar la confiscación de los mismos, su prohibición en el país y la imputación de cargos criminales.<sup>103</sup>

Por generalidad, es el importador en EEUU quien debe conocer a plenitud sobre las regulaciones y procedimientos emitidos por la FDA; sin embargo, es recomendable que el exportador salvadoreño cuente con información del proceso que conlleva su producto para acceder al mercado destino, para adecuar su productos y procesos de producción y comercialización a los requisitos; así como informarse de la admisibilidad de los mismos.

Cuando un cargamento llega a los Estados Unidos, el importador estadounidense debe presentar los documentos necesarios para el despacho de la mercancía al director del distrito o del puerto de entrada. Los productos importados no se consideran legalmente ingresados en el país hasta que el cargamento no se encuentre dentro de los límites del puerto de entrada, la entrega de las mercancías haya sido autorizada por el Servicio de Aduanas y los derechos aduaneros estimados se hayan pagado. Es responsabilidad del importador el arreglo de los trámites necesarios para la inspección y paso de la Aduana.<sup>104</sup>

#### 3.1.4 Prueba del derecho de ingreso de las mercancías

Solamente el dueño, el comprador o el agente aduanero autorizado pueden tramitar la entrada de las mercancías en los Estados Unidos. Cuando la mercancía se consigna "a la orden" (To order), el

---

<sup>102</sup> Food and Drug Administration (FDA) <http://www.cfsan.fda.gov/~mow/simport.html>

<sup>103</sup> Food and Drug Administration (FDA) <http://www.cfsan.fda.gov/~mow/sregresp.html>

<sup>104</sup> Food and Drug Administration (FDA) <http://www.cfsan.fda.gov/~mow/simport.html>

conocimiento de embarque, correctamente autorizado por el consignatario puede servir como prueba del derecho de importación de las mercancías. Un conocimiento de embarque aéreo puede usarse para mercancías que llegan por esta vía.

Se recomienda usar un agente aduanal, para facilitar el proceso que participe en el sistema de Interfase Automático con Agentes Aduaneros.

La interfase automatizada con corredores de aduana (ABI) es un componente del sistema comercial automatizado del Departamento de Aduanas, que permite a participantes calificados enviar información al servicio de aduanas en forma electrónica. Es un programa voluntario disponible a los corredores, importadores, empresas de transporte, autoridades portuarias, y centros independientes de servicio. Más del 96% de las entradas enviadas a la Aduana se efectúan a través de este sistema.

El Sistema de Manifiestos Automatizado (AMS) es un sistema multi-modular para control de cargas y notificar su liberación. AMS interconecta directamente con los sistemas de la Aduana de selección de carga y liberación bajo fianza, e indirectamente con el sistema Interfase Automatizado entre corredores de aduana y la Aduana. Este último se efectúa mediante el Pedimento de Importación Electrónico (ABI). Esto permite la rápida identificación y liberación de envíos de bajo riesgo. AMS aumenta la velocidad del flujo de carga y procesamiento de entradas de aduana y provee a sus participantes autorización electrónica de liberar el cargo antes de su llegada.

### 3.1.5 Despacho de mercancías

El despacho de mercancías importadas es un trámite que consiste en dos fases:

- La presentación de los documentos necesarios para determinar si las mercancías pueden retirarse de la custodia aduanera y
- La presentación de los documentos que contienen la información para la tasación de los gravámenes arancelarios y para las estadísticas sobre importaciones.

Ambos trámites pueden realizarse electrónicamente a través de un programa llamado Automated Broker Interface perteneciente al Sistema Comercial Automatizado.

### 3.1.6 Documentos de Despacho

Los documentos de despacho tienen que presentarse, salvo concesión de prórroga, en los cinco días hábiles siguientes a la llegada de un cargamento a un puerto de entrada de los Estados Unidos, en el lugar indicado por el director del distrito/área.

### 3.1.7 Resumen de la documentación de despacho

Después de la presentación de la declaración de despacho, el cargamento puede ser revisado por la Aduana, quien permitirá la entrada del cargamento siempre y cuando no se haya incurrido en alguna infracción legal o reglamentaria.

En los diez días hábiles siguientes a la autorización de entrada de la mercancía, se deberá presentar un resumen de la documentación de despacho, acompañado de una estimación monetaria de los derechos de aduana.

### 3.1.8 Reconocimiento de la Mercancía

Antes de la entrega de mercancías, el director del distrito o del puerto recogerá una muestra de las mismas para su examen por los funcionarios de aduanas bajo unas condiciones adecuadas que aseguren la protección de la mercancía. La función del reconocimiento es determinar:

### 3.1.9 Embalaje

Un embalaje ordenado permitirá que los funcionarios de aduanas examinen, pesen, midan y concedan la entrega de la mercancía sin demora. Los importadores pueden acelerar el proceso de inspección estableciendo junto con el Servicio de Aduanas una serie de normas estándar de embalaje que permitirán un reconocimiento eficaz de la mercancía con un mínimo de retraso, dado y coste.

### 3.1.10 Facturas

Las facturas deben contener la siguiente información requerida por la Ley Arancelaria (Tariff Act):

- El puerto de entrada de la mercancía.
- Si la mercancía está ya vendida o hay un acuerdo para venderla, la factura ha de indicar el momento de la venta, el lugar y los nombres del comprador y vendedor. Si esta consignada, la fecha y origen del cargamento y los nombres del expedidor y destinatario.
- Una descripción detallada de la mercancía, incluyendo el nombre por el cual se conoce cada artículo, el grado o calidad de los mismos y las marcas, números y símbolos bajo los que se venden en el país de origen.

### 3.1.11 Registro de la firma procesadora

Los importadores estadounidenses deben asegurarse antes de importar los productos que la firma procesadora está registrada en la FDA.

Una vez que la FDA reciba el formulario de registro debidamente terminado (Food Canning Establishment Registration Form- FDA 2541), otorgará a cada firma procesadora registrada un número llamado Food Canning Establishment Number (FCE#) que permite a la FDA reconocer el registro e historial de la firma.

### 3.1.12 Requisitos relativos a la sanidad vegetal (Frutas y Vegetales Frescos)

- Medidas de cuarentena y aspectos fitosanitarios

#### Ley de Cuarentena para Plantas

Las regulaciones de cuarentena para plantas del USDA están divididas en dos clases: prohibitivas y restrictivas. Las primeras prohíben la entrada de plantas o sus partes, que estén sujetos a plagas cuya cura o tratamiento no está disponible. Las segundas permite la entrada de plantas que estén bajo tratamiento o que cumplan con requisito de inspección.



- **Permisos de importación**

Los permisos de importación están relacionados con la ley de cuarentena para plantas ya que algunos productos, debido a regulaciones cuarentenarias necesitan un permiso de importación. Existen otros productos no perecederos considerados "sensibles" que requieren de permisos de importación: Permiso de APHIS para la importación y Requisitos de salud, inocuidad e higiene

La FDA proporciona tanto a productores locales como a productores extranjeros una guía para reducir el riesgo microbiológico de alimentos frescos: <http://www.cfsan.fda.gov/~mow/sprodgui.html>.

El USDA ha creado estándares de calidad para algunos productos frescos, estos estándares se aplican tanto a los productos frescos importados como a los producidos dentro de los EE.UU. Los productos que se exportan a los EE.UU. deben cumplir estos estándares. Cuando no existe para un producto dado el estándar de la USDA entonces se recomienda que el productor cumpla con los estándares de la UNECE (United Nations Economic Commission for Europe).

- **Código de prácticas para envasado y transporte de frutas y hortalizas frescas.**

La fruta fresca debe disponerse en envases que se ajusten al Código Internacional de Prácticas Recomendado para el Envasado y Transporte de Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 44-1995). Este documento fue elaborado por el Comité Mundial para Frutas y Hortalizas Frescas, creado por la Comisión del Codex Alimentarius. 5) Ordenes de Comercialización (Marketing Orders)

El Agricultural Marketing Service (AMS, Servicio de Comercialización Agraria dependiente del USDA), regula la comercialización de una serie de frutas y hortalizas frescas y transformadas sujetas a las denominadas "Marketing Orders" que son organizaciones interprofesionales existentes en ciertas regiones y para ciertos productos hortofrutícolas específicos.

Una orden de comercialización es un instrumento jurídico autorizado por el Congreso de los EUA por medio de la ley de acuerdos para la comercialización de productos agrícolas de 1937. Órdenes y acuerdos de comercialización pueden:

- Mantener la alta calidad del producto que está en el mercado;
- Estandarizar los paquetes y envases;

- Regular el flujo del producto al mercado;
- Establecer reservas de algunos tipos de producto, y
- Autorizar investigación agrícola, estudios de mercado y publicidad.

- **Rechazos**

A continuación se resume las principales causales de rechazo y detención de los productos alimenticios importados hacia los Estados Unidos. Razones por las cuales aduanas podrá rechazar un producto alimenticio:

- El nombre de marca se encuentra registrado y protegido en los EUA.
- El producto podría ser dañino al consumidor.
- Factura comercial no se presento o es incorrecta.
- Hay problemas con la etiqueta como falta del nombre del país de origen en inglés, el nombre del producto, el peso neto en onzas, la lista de ingredientes, el contenido nutritivo, o el nombre y localización de la empresa que lo produce, exporta o importa.

Razones por los cuales USDA podrá rechazar un producto alimenticio:

- Contiene plagas para las plantas (“plant pests”) definido como insectos, enfermedades u otras organismos que podrían ser perjudiciales para la agricultura de los Estados Unidos
- No cumple con las normas establecidas de tamaño, calidad, condición o madurez (algunos productos)

- **Requisitos Comerciales**

#### Aranceles

Los aranceles que aplican los Estados Unidos, contenidos en el Harmonized Tariff System (HTS), pueden ser calculados de dos formas distintas:

- En porcentaje del valor del producto ("ad valorem rate")
- Como un valor específico en función del peso/volumen/número de unidades del producto ("specific rate").
- Como una combinación de los dos anteriores tipos ("compound rate").
- Estos derechos pueden variar según el país del que provenga la mercancía. La mayor parte de las mercancías están sujetas a aranceles favorables ("Most Favored Nation").
- Los productos procedentes de países en desarrollo (Sistema Generalizado de Preferencias de los Estados Unidos SGP) también se benefician de aranceles más favorables que los aplicados dentro de la categoría "Most Favored Nation".

Los procedimientos aduaneros para el abono de aranceles y despacho de mercancías se encuentran recogidos en el 19CFR.

- **Productos Orgánicos**

Los alimentos importados que se pretenda comercializar como "orgánicos" o "ecológicos" deben haber sido producidos bajo los estándares de la normativa estadounidense, lo que debe ser certificado por un organismo auditor autorizado por el USDA.

### 3.2 Plan Contingencial.

Este plan se crea para prever una salida razonable en caso de producirse alguna situación que haga inviable el proyecto. Es bueno en caso de disolución de los acuerdos tomados entre la comunidad de Tacuba, es decir de sus habitantes y la ADIC.

Para el caso del proyecto en estudio el grupo propone a la ADIC lo siguiente:

- Considerar las opciones de exportación del producto, tales como: chile, tomate y pepino congelados, preparados y envasados en vinagres naturales fabricados a base de frutas tales como la piña o uva, etc.
- Considerar las tendencias que se están presentando en el país con respecto a la importación de estos productos desde Guatemala y Honduras, indicando en cierta medida un aumento en el mercado local para consolidar una mejor posición y poder así enfrentar nuevos retos.

Para dichas propuestas se establecen las siguientes actividades:

-Después de obtener la cosecha se destinará un 50% para la Internación (países Centroamericanos), específicamente en Guatemala y Honduras, en el cual, el personal de mercadeo será el responsable de su distribución y comercialización. Todo esto, financiado por capital extranjero proveniente de España y administrado por la ADIC, y la comunidad de tacuba pone la mano de obra

- y el otro 50% para el mercado de hortalizas congeladas, preparadas y envasadas.

#### 3.2.1 Análisis de riesgos

El análisis de riesgos proporciona las indicaciones necesarias de cómo deben evitarse o reducirse los peligros asociados con la producción de alimentos. Repasar los distintos riesgos comerciales, tecnológicos, financieros, sociales y legales a los que puede verse sometido el plan de exportación, indicar como se van a superar esos riesgos. (Por ejemplo, si existe una ley que restrinja poner en marcha el proyecto, que tan fácil es que la competencia o nuevos competidores copien la idea del plan en desarrollo, si existe un

único comprador o un único vendedor de insumos para los productos (chile, tomate y pepino), si existe algún producto que pueda sustituir a los propuestos en este proyecto, etc.)

A continuación, se listan las etapas que se pretenden utilizar en la aplicación del método de análisis de riesgos para el plan de exportación a los Estados Unidos:

- Formar un equipo de Análisis de Riesgos.
- Describir el alimento y su distribución.
- Elaborar un diagrama del flujo de las actividades que comprenden el proceso productivo.
- Enumerar los riesgos asociados con cada operación del proceso y las medidas preventivas para controlar los mismos.<sup>105</sup>
- Identificar en cada operación de proceso los puntos críticos de control.<sup>106</sup>
- Establecer las especificaciones para cada punto crítico de control.<sup>107</sup>
- Establecer un procedimiento de monitoreo para cada punto crítico de control.<sup>108</sup>
- Establecer las acciones correctivas.

---

<sup>105</sup> Ver Anexo XIX. Situación de riesgo y medidas preventivas

<sup>106</sup> Ver Anexo XX. Método De Los Puntos Críticos.

<sup>107</sup> IDEM

<sup>108</sup> IDEM

## RECOMENDACIONES

- Iniciar el proceso de preparación adecuada del terreno en donde se pretende instalar los invernaderos, ya que el terreno debe ser apto para productos orgánicos sin importar que estos sean cultivados en invernaderos.
- Iniciar la instalación de los invernaderos que serán traídos desde España a nuestro país por solicitud de la ADIC., tomando en cuenta una adecuada capacitación para una correcta instalación.
- Iniciar los procesos de certificación del terreno como apto para instalar invernaderos que contendrán productos orgánicos., esto a nivel nacional por el momento.
- Incrementar poco a poco los mercados de distribución a nivel nacional.
- Continuar con el proceso de certificación de los productos a cultivar (chile, tomate y pepino).
- Se considera con base a todo lo analizado durante la investigación que no es recomendable exportar a Estados Unidos de inmediato, se sugiere esperar a tener un posicionamiento a nivel nacional, la certificación requerida y un excedente que permita la exportación del producto.
- Velar por que todo el proceso siga los lineamientos de los productos orgánicos, facilitando así el proceso de certificación del producto y permitiendo a largo plazo la certificación y posteriormente la exportación a los Estados Unidos.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw-Hill, 4ª Edición. 2001. México

CASTILLO JACOBO, Marvin Edgardo. Como Exportar Desde El Salvador. Conceptos y prácticas de mercadeo y políticas comerciales. Editorial UCA. El Salvador.

CLEMENT-POOL. Enfoque América Latina. editorial McGraw-Hill, 4ª Edición. 1997. México.

GUZMÁN, Nelson. Agricultura Orgánica En El Salvador. Situación Actual e Impacto. Cooperación Técnica Alemana (GTZ) año 2005.

IGLESIA MEJIA, Salvador. Guía para la elaboración de trabajos de Investigación, monográficos o tesis. Editorial Imprenta Universitaria. 5º edición. 2006. El Salvador.

KOTLER, Philip Armstrong Gary. Fundamentos de Marketing. Editorial Prentice Hall. 6º edición. 2003. México.

MARTÍNEZ ARNAIZ, José Ignacio. Ecología. UCA Editores. (1996). El Salvador.

MCGREGOR, Brian M. Manual de Transporte de Productos Tropicales. Pag 111. Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, Manual de Agricultura N° 668

MENÉNDEZ, Margarita. Ministerio de Economía de El Salvador. Reporte de Inteligencia Competitiva. Agosto 2006

SCHOLLE, Rally. A quién pertenece la agricultura orgánica. 2006

STANTON, William J. y otros. **Fundamentos de Marketing**. Editorial Mc. Graw Hill. 13° edición. 2004. México.

STONER, Jame A. S. **Administración**. Editorial Prentice Hall. 6° edición. 1997. México.

WELSCH, Glenn A. y otros. **PRESUPUESTOS, planificación y control**. Editorial Prentice Hall. 6° edición. 2005. México.

TESIS.

DURÁN FUENTES, Sonia y otros. **Estrategia de comercialización para hortalizas orgánicas producidas por pequeños agricultores y cooperativas del sector reformado distribuidas en los mercados del municipio de San Salvador**. (1999). El Salvador.

DOCUMENTOS

ADIC. Proyecto "Infraestructura Habitacional, Comunal, Productiva Para Desarrollar El Cantón "El Jicaro" (2006) El Salvador.

ADIC. "Plan Estratégico de ADIC 2006-2013".

Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2004. © 1993-2003 Microsoft Corporation

Diccionario de la lengua española. Grupo editorial Océano. Edición 1989.

Memoria "Fundamentos Científicos de la Agro ecología". CLUSA El Salvador 1993

Microsoft ® Encarta ® 2006. © 1993-2005 Microsoft Corporation.



## SITIOS WEB

1. Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos.  
<http://www.epa.gov/espanol/pesticidas.t>
2. **APRAINORES** Asociación de Productores Agroindustriales Orgánicos de El Salvador  
<http://person.wanadoo.es/gbajolempa/aprainores.htm-8k>
3. Avances en el Fomento de Productos Fitosanitarios No-Sintéticos. CATIE GTZ. Tecnología de producción de bacillus thuringiensis.  
<http://phcmexico.com.mx/phcorganica.html>
4. **BCR** Banco Central de Reserva  
<http://www.bcr.gob.sv/>
5. Cámara de comercio y servicio. Acuerdos comerciales.  
[http://www.cadeco.org/Comex/cuerpo\\_acuerdo.htm](http://www.cadeco.org/Comex/cuerpo_acuerdo.htm). Bolivia Comisión
6. CARE INTERNACIONAL.  
<http://www.care.org.sv>
7. Caritas Guipúzcoa.  
[www.elizagipuzkoa.org/caritas/index.php?hizk.es](http://www.elizagipuzkoa.org/caritas/index.php?hizk.es)
8. Clarín.com  
<http://www.clarin.com/diario/2005/10/16/elmundo/i-02015.htm>, Clarín.com
9. Codex Alimentarius  
[http://www.codexalimentarius.net/web/index\\_es.jsp](http://www.codexalimentarius.net/web/index_es.jsp)
10. **CONACYT** Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología  
[http://www.conacyt.mx/fondos/michoacan/2005-01/Demandas\\_Michoacan\\_2005-01.htm](http://www.conacyt.mx/fondos/michoacan/2005-01/Demandas_Michoacan_2005-01.htm)

11. Cooperación Técnica Alemana. EUROPEAN MARKET FOR ORGANIC PRODUCT. Agricultura Orgánica en El Salvador: Situación actual e impacto. 2005.  
[http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PNADF771.pdf#search=%22%80%9CAgricultura%20Org%C3%A1nica%20en%20El%20Salvador.%20Situaci%C3%B3n%20Actual%E2%80%9D.%20%22](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADF771.pdf#search=%22%80%9CAgricultura%20Org%C3%A1nica%20en%20El%20Salvador.%20Situaci%C3%B3n%20Actual%E2%80%9D.%20%22)
12. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (CEPAL)  
<http://www.cepal.org/>  
<http://www.cepal.org/publicaciones/xml/5/26135/El%20Salvador.pdf#search=%22indicadores%20economicos%20anuales%20en%20el%20Salvador%20al%20202006%22>
13. CSD. Periodístico 2000. El Tratado de Libre Comercio con EUA y la Agricultura.  
[http://www.interaction.org/files.cgi/2417\\_PROES\\_Tema\\_de\\_Fondo\\_El\\_CAFTA\\_y\\_la\\_Agricultura\\_vf.doc](http://www.interaction.org/files.cgi/2417_PROES_Tema_de_Fondo_El_CAFTA_y_la_Agricultura_vf.doc)
14. Decreto N°315 de la “Ley sobre control de pesticidas, fertilizante y productos para uso agropecuario”. Capítulo I. Objeto y campo de aplicación.  
[www.asamblea.gob.sv](http://www.asamblea.gob.sv)
15. El Diario de Hoy. Wall Mart busca más productos orgánicos. 30 agosto 2006  
<http://www.camagro.com/actualidad/CA/noticias.asp?id=91&country=ES>
16. El Salvador Orgánicos  
<http://www.elsalvadororganico.com.sv>, <http://www.elsalvadororganico.com.sv/noticias01.htm>
17. Empresas en El Salvador que realizan prácticas de Agricultura Orgánica.  
<http://intranet.catie.ac.cr>.  
<http://web.catie.ac.cr/noq/salva.htm#inst#inst>
18. FAO Depósitos de Documentos de la FAO  
[www.siap.sagarpa.gob.mx](http://www.siap.sagarpa.gob.mx)  
[www.siap.sagarpa.gob.mx/Infomer/analisis/antomate.htm/](http://www.siap.sagarpa.gob.mx/Infomer/analisis/antomate.htm/)

19. **FAO** Food and Agriculture Organization of The United Nations  
<http://www.fao.org/DOCREP/004/Y1669s/y1669s0e.htm>  
[http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/006/Y9059S.HTM#P179\\_16968](http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/006/Y9059S.HTM#P179_16968). año 2001  
[http://www.fao.org/es/ESC/common/ecg/108845\\_es\\_kenya\\_TF\\_web\\_s.pdf](http://www.fao.org/es/ESC/common/ecg/108845_es_kenya_TF_web_s.pdf)
  
20. **FDA** Food and Drug Administration  
<http://www.cfsan.fda.gov/~mow/simport.html>  
<http://www.cfsan.fda.gov/~mow/sregresp.html>  
<http://www.cfsan.fda.gov/~mow/simport.html>
  
21. **FIRA** Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura  
[http://www.fira.gob.mx/Boletines/boletin013\\_05.pdf#search='Producci%C3%B3n%20de%20Hortalizas%20Org%C3%A1nicas%20a%20nivel%20mundial'](http://www.fira.gob.mx/Boletines/boletin013_05.pdf#search='Producci%C3%B3n%20de%20Hortalizas%20Org%C3%A1nicas%20a%20nivel%20mundial').
  
22. **Foundation Internacional food information council**  
<http://www.ific.org/sp/food/agriculture/index.cfm>
  
23. **Fruits and Vegetables manual**  
[www.aphis.usda.gov/ppq/manuals](http://www.aphis.usda.gov/ppq/manuals)
  
24. **Fundación Internacional para la mejora rural – USA (Rural Advancement Foundation Internacional – USA). ¿A quién pertenece la agricultura orgánica? El estado global, los prospecto y los retos de un mercado orgánico en cambio.**  
[http://www.rafiusa.org/pubs/WOO\\_Spanish.pdf](http://www.rafiusa.org/pubs/WOO_Spanish.pdf)
  
25. **GRUPO DEL BANCO MUNDIAL.**  
<http://lnweb18.worldbank.org/LAC/LAC.nsf/ECADocByUnid2ndLanguage/9E56B2DC8514948085256DB20073248F?Opendocument>
  
26. **IFOAM** Federación Internacional de movimientos de la Agricultura Orgánica  
<http://www.ifoam.org/>  
[http://www.ifoam.org/organic\\_wold/diretory/index.html#U](http://www.ifoam.org/organic_wold/diretory/index.html#U)

27. INFOAGRO

[http://www.infoagro.com/industria\\_auxiliar/tipo\\_invernaderos.asp](http://www.infoagro.com/industria_auxiliar/tipo_invernaderos.asp)

28. La Agricultura Orgánica Latinoamericana en El Contexto Mundial.

<http://paginas.tol.itesm.mx/Alumnos/A00741525/Informaci%F3n.doc>

29. La Revista del Centro de Comercio Internacional.

<http://www.forumdecomercio.org/>

[http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/396/Crece\\_demanda\\_de\\_productos\\_org%E1nicos\\_en\\_los\\_Estados\\_Unidos.html](http://www.forumdecomercio.org/news/fullstory.php/aid/396/Crece_demanda_de_productos_org%E1nicos_en_los_Estados_Unidos.html)

30. LOBATO GARCÍA, Aurora Josefina, GÓMEZ CRUZ, Manuel Angel y SÁNCHEZ ROMERO, Lizzet A.,  
Red de consumidores de productos orgánicos en la UACH: Una experiencia de organización para el  
consumo

<http://www.vinculando.org/>

<http://www.vinculando.org/organicos/cosumidores.htm>

31. MINEC

Ministerio de Economía de El Salvador

<http://minec.gob.sv>

<http://minec.gob.sv/default.asp?id=62&ACT=5&content=450>

32. Ministerio de Gobernación

<http://www.Gobernacion.gob.sv>

<http://www.Gobernacion.gob.sv/observatorio/iniciativas%20Locales/WEB/Ahuachapan/t..>

33. MIPYME Red de Caja de Herramientas de Gestión Empresarial para la Micro, Pequeña y Mediana  
Empresa

<http://www.Infomipyme.com>

<http://www.Infomipyme.com/Docs/GT/Offline/importer/tipos.htm>

34. Organic Consumers Association, Campaigning for Food Safety, Organic Agricultura, Fair Trade & Sustainability.

[http:// www. organicconsumers.org](http://www.organicconsumers.org)

[http:// www. organicconsumers.org/espanol/3011805\\_organico.htm](http://www.organicconsumers.org/espanol/3011805_organico.htm)

35. PDB Exportadores.

[www.sunat.gob.pe/orientacion/pdbExpo/defTipo.htm](http://www.sunat.gob.pe/orientacion/pdbExpo/defTipo.htm)

36. Revista DIGITAL. AUTOSUFICIENCIA.

<http://tabloide.eurofull.com/shop/otraspaginas.asp?pagina=43>

37. Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y pesquera (México). INFOMER.

[http:// www. Siap.sagarpa.gob.mx/InfOMer/analisis/organico.html](http://www.Siap.sagarpa.gob.mx/InfOMer/analisis/organico.html)

38. Secretaría General de Turismo

<http://www.mcx.es/turismo/infopais/elsalvador/elsalvador.htm>

39. The National Organic Program-NOP-

[www.ams.usda.gov/ppq/pim/exports/fl.html](http://www.ams.usda.gov/ppq/pim/exports/fl.html)

40. USDA-APHIS.gob

<http://www.mcx.es/turismo/infopais/elsalvador/elsalvador.htm>

***ANEXOS***



ANEXO I

GUÍA DE ENTREVISTA I

Padre Miguel Andueza  
Asociación Salvadoreña para el Desarrollo Integral Comunitario (ADIC)  
Representante Legal

Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Por qué se ha utilizado el municipio de Tacuba para llevar a cabo las obras de apoyo social? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
2. ¿Tomaron algún parámetro para seleccionar al municipio? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
3. Desde hace cuantos años se encuentran realizando proyectos en Tacuba? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
4. ¿Cuentan con apoyo del gobierno local o cooperación internacional? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
5. ¿Han trabajado solamente como ADIC o han tenido apoyo de otras organizaciones? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
6. Además del trabajo con agricultura, ¿Han desarrollado proyectos de otro tipo, como en el área de salud, alimentación, vivienda, etc.? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
7. ¿Cuentan con personal calificado en el área de agricultura que pueda dar soporte a los proyectos realizados y en tramite de aprobación ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
8. ¿Porque se selecciono agricultura de tipo orgánica? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
9. ¿A cuantas familias se espera favorecer con este proyecto? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
10. ¿Se ha calculado el tiempo de duración del proyecto, desde la instalación hasta la puesta en marcha? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

---

11. ¿Se cuenta con algún tipo de planificación en cuanto a la comercialización inmediata del producto? \_\_\_\_\_.
12. ¿Cuentan con algún plan contingencial en caso de un comprador rechace el pedido? \_\_\_\_\_.
13. ¿Conoce el procedimiento para poder certificar su producto como orgánico? \_\_\_\_\_.

Si, su respuesta fue si:

- a. ¿Cuenta, con información de las certificadoras existentes? \_\_\_\_\_.
- b. ¿Han presupuestado en tiempo y en dinero los recursos necesarios para hacerlo? \_\_\_\_\_.
- c. ¿Han solicitado algún tipo de asesoría para iniciar el proceso de certificación? \_\_\_\_\_.
- d. ¿Han presupuestado en tiempo y en dinero los recursos necesarios para hacerlo? \_\_\_\_\_.
- e. ¿Tienen algún plan para iniciar en el futuro inmediato? \_\_\_\_\_.





## GUÍA DE ENTREVISTA II

Ing. Oscar Chicas  
Asociación Salvadoreña para el Desarrollo Integral Comunitario (ADIC)

*Supervisor de Proyectos*

Fecha: \_\_\_\_\_

### Parte I: "Cultivo"

1. ¿Qué clases de hortalizas se cultivaran ? \_\_\_\_\_.
2. ¿Cómo será la distribución de cada cultivo dentro de los invernaderos? \_\_\_\_\_.
3. ¿El tipo de cultivo que se esta desarrollando es de origen orgánico o convencional? \_\_\_\_\_.
4. ¿Por qué se adopto este tipo de cultivo? \_\_\_\_\_.

### Parte II: "Invernaderos. Composición y Características"

5. ¿Cuántos invernaderos posee el proyecto? \_\_\_\_\_.
6. ¿Con que tecnología funcionaran los Invernaderos? \_\_\_\_\_.
7. ¿Que tipo de materiales han sido considerados a utilizar en la fabricación de los invernaderos?  
\_\_\_\_\_.
8. ¿Qué especificaciones, en cuanto a medidas y cantidad de materiales se utilizaran? ¿Podría listarlos? \_\_\_\_\_.
9. ¿Será necesaria la requisición de algún servicio especial para la instalación de los invernaderos? \_\_\_\_\_.
10. ¿Contaran los invernaderos con alguna característica especial, por ser cultivo de tipo orgánico?  
\_\_\_\_\_.
11. ¿Qué sistema de riego se utilizará? \_\_\_\_\_.

### Parte III: "Tipo de Cultivos"

12. ¿Qué tipo de Hortalizas serán cultivadas y porque? \_\_\_\_\_.
13. ¿Qué clase de tomate se ha seleccionado para el cultivo? \_\_\_\_\_.
14. ¿Qué clase de pepino se ha seleccionado para el cultivo? \_\_\_\_\_.
15. ¿Qué clase de Chile se ha seleccionado para el cultivo? \_\_\_\_\_.
16. ¿Cuál es el periodo de producción de hortalizas orgánicas? \_\_\_\_\_.
17. ¿Cuántas plantas de cada hortaliza se piensan cultivar? \_\_\_\_\_.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

18. ¿Cuánto es aproximadamente la producción esperada por:  
Cada Invernadero \_\_\_\_\_.  
Cada planta (Chile, Tomate, Pepino) \_\_\_\_\_.
19. ¿Qué clase de abono es el más adecuado para este tipo de cultivo? \_\_\_\_\_.
20. Con base a la distribución de los invernaderos. ¿Qué porcentaje ha sido considerado para la exportación? y ¿Cuanto para el consumo local? \_\_\_\_\_.

Parte IV: "Capacidad Instalada"

21. ¿Cuántas personas son las involucradas en el desarrollo de este proyecto?

En cuanto a los recursos disponibles y la capacidad instalada puede enumerarnos los recursos humanos, económicos y tecnológicos con que cuentan de manera inmediata:

	#	Total Parcial	Total Disponible
<b>Recursos Humanos</b>			
Siembra y Cosecha			
Agricultores			
Instalación de invernaderos			
Control de Calidad			
Vigilancia			
<b>Administración</b>			
Gerente			
Área comercial			
Tramites de Exportación e Importación			
<b>Recursos Tecnológicos</b>			
Para Invernaderos			
<b>Administración</b>			
Equipo de Computo			
Internet			
Programas de controles de inventario			
<b>Cultivos</b>			
Comunicación ( Cel, Radios, Internet, etc)			
Transporte y Empaque			



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

---

Recursos Económicos			
Instalación y puesta en funcionamiento de los invernaderos			
Administración y Personal			
Trámites y registros de exportación e importación.			



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

---

---

GUÍA DE ENTREVISTA III  
Lic. Mauricio Chavarría

Exporta El Salvador  
Gerencia de Información de Mercados

Fecha: \_\_\_\_\_

Parte I: "Exportación El Salvador - Estados Unidos"

1. ¿Cuáles son los requisitos para que las empresas puedan realizar exportaciones desde El Salvador? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
2. ¿Los vegetales y productos frescos ¿cuentan con alguna normativa especial para poder ser exportados? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
3. ¿Cuales instituciones se encuentran involucradas en el apoyo y registro a los exportadores y de que forma? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
4. ¿Cuales son los documentos que las empresas necesitan para poder registrarse como exportadores? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
5. ¿Cuál es el precio de los trámites para realizar las exportaciones? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

Parte II: "Importación Estados Unidos - El Salvador"

6. ¿Tiene Estados Unidos alguna normativa especial para el ingreso de productos frescos? \_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
7. ¿Existe alguna institución que se encargue de establecer los requisitos de ingreso a Estados Unidos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
8. ¿Se ha establecido alguna restricción, a la entrada libre de productos en ciertos lugares? \_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

---

GUÍA DE ENTREVISTA IV  
Ing. Fernando Núñez Granados  
Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)  
Coordinador Certificación Fitosanitaria para El Comercio

Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuenta el MAG con alguna con licencia para certificar Productos Orgánicos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

Si, su respuesta fue si:

- a. ¿De que tipo es la certificación que ustedes proporcionan? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
- b. ¿Cuáles son las etapas en el proceso de certificación orgánica, cuanto dura cada una y que costo significa esto para las empresas? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
- c. ¿El dictamen del análisis que el MAG proporciona, puede permitir a las empresas exportar su producto y que este sea clasificado como orgánico en Estado Unidos?  
\_\_\_\_\_.

Si, su respuesta fue no:

- a. ¿Proporcionan ustedes contactos para que las empresas puedan solicitar apoyo para certificarse? \_\_\_\_\_.
- b. ¿Brindan algún tipo de apoyo económico en caso que algún agricultor lo necesite, para financiar su proyecto? \_\_\_\_\_.
2. ¿Se han realizado prácticas para exportar productos orgánicos, especialmente hortalizas?  
\_\_\_\_\_.
3. En lo que respecta a los tratados comerciales, ¿El MAG ha tenido alguna intervención en la redacción de documentos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

---

---

4. ¿Existe algún tipo reglamento que regule la producción orgánica en el país, y cuando entro en vigencia? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
5. En cuanto al proceso de análisis de productos, las empresas deben seguir algún tipo de procedimiento para conocer si este tiene alguna plaga o si esta listo para ser exportado?  
\_\_\_\_\_.
6. ¿Cuál es el papel del MAG en el estudio de la composición de los alimentos a exportar?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
7. ¿Existe algún tipo de reconocimiento en el exterior de los productos que son calificados como orgánicos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

---

GUÍA DE ENTREVISTA V

Gloria Marina Ortiz

Analista Centro Trámites de Exportación  
Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR)

Fecha: \_\_\_\_\_

1. Dentro de esta unidad ¿Qué requisitos se necesita para que las empresas puedan realizar exportaciones desde El Salvador? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

2. ¿Se encuentran registradas exportaciones de productos orgánicos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

Si, su respuesta fue si:

a. ¿Existen estadísticas de las exportaciones de productos orgánicos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

b. ¿Qué tipo de productos se encuentra registrados y a que destinos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

c. ¿Existe alguna partida arancelaria que describa productos orgánicos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

d. ¿Existe alguna partida arancelaria que describa productos orgánicos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

3. ¿Se encuentran registradas exportaciones de productos orgánicos chile, tomate y pepino frescos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

4. ¿Cuándo una persona exporta les solicita alguna partida arancelaria en al cual se especifique que el producto es orgánico para darle mayor valor agregado al producto? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

---



### GUÍA DE ENTREVISTA VI

Xiomara C. Hurtado de García  
Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR)  
Jefa Departamento Balanza de Pagos

Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿El departamento de balanza de pagos procesa toda la información para poder incluirla en las estadísticas económicas de BCR, se encuentran registradas importaciones de productos orgánicos, como chile, tomate o pepino ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
2. ¿Existe una partida arancelaria que clasifique este tipo de productos? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
3. ¿Existe alguna relación comparativa entre los productos orgánicos importados y los exportados, para analizar si la balanza comercial se encuentra a favor de El Salvador o en contra? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.
4. ¿Alguna estadística publicada por el BCR ha incluido a los productos orgánicos como tal o solamente se incluyen como productos no tradicionales? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.





GUÍA DE ENTREVISTA VII

Lic. Ana Teresa Navidad  
Cooperación Técnica Alemana (GTZ)  
Programa FORTALECE El Salvador

Fecha: \_\_\_\_\_

1. ¿La publicación "Agricultura orgánica en El Salvador. Situación Actual" es un libro que año con año la Cooperación Alemana distribuye o solamente se realizó en el año 2005?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

2. ¿Bajo que iniciativa se realizan este tipo de estudios? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_.

3. ¿Se les proporciona ayuda técnica a las personas encuestadas? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_.

4. ¿Se proporciona cooperación monetaria a las empresas que se encuentren en proceso de legalización? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_.

**ANEXO II**  
**INVERNADEROS VISIÓN EXTERIOR E INTERIOR**



Esta es una muestra de los Invernaderos que la ADIC instalará en el Municipio.

ANEXO No. III

INVERNADERO METÁLICO DE 418M<sup>2</sup> DE SUPERFÍCIE

La conversión utilizada es: € 1.00 = \$1.26830

Según tipo de cambio en: xe.com Universal Currency Converter © Results.

<http://www.globalpc.net/Comunidad/tipo-cambio>.

(Live mid-market rates as of 2006.10.01 22:07:28 UTC)

Estructura				
	Total Euros	€/m <sup>2</sup>	\$/m <sup>2</sup>	Total USD
- Importe estructura con ventilación cenital fija	€ 7,342.20	€17.57	\$22.28	\$ 9,312.11
- Idem con ventilación cenital móvil	8,302.20	19.86	\$25.19	10,529.68
- Cimentación (móvil y fija)	37.80	0.09	\$0.11	47.94
Total estructura montada, ventilación fija	7,380.00	17.66	\$22.39	9,360.05
Total estructura montada, ventilación móvil	8,340.00	19.95	\$25.31	10,577.62
<b>TOTAL ESTRUCTURA</b>	<b>€15,720.00</b>	<b>€37.61</b>	<b>\$47.70</b>	<b>\$19,937.67</b>

## ANEXO IV

### ELEMENTOS Y ACCESORIOS DE RIEGO

La conversión utilizada es: € 1.00 = \$1.26830

Según tipo de cambio en: [xe.com](http://xe.com) Universal Currency Converter ® Results.

<http://www.globalpc.net/Comunidad/tipo-cambio>.

(Live mid-market rates as of 2006.10.01 22:07:28 UTC)

Materiales	nº Ud.	€/Ud	Total €	\$/Ud	Total USD
- Tubería PVC 1/2 ", m.l.	10	€ 0.70	€ 7.00	\$8.88	88.80
- Tubería PVC 1-1/4 " (parte propor. general), m.l.	12	2.10	25.20	2.66	31.92
- Te PVC 1-1/4 x 1/2"	1	2.30	2.30	2.92	2.92
- Codo PVC 90°, 1/2"	1	1.12	1.12	1.42	1.42
- Tuerca reducida 1-1/2"	2	0.90	1.80	1.14	2.28
- Terminal PVC roscado 1/2"	2	0.64	1.28	0.81	1.62
- Te mixta PVC, 1/2"	5	1.14	5.70	1.45	7.25
- Tapón PVC 1/2"	1	0.35	0.35	0.44	0.44
- Programador cíclico electrónico	1	39.20	39.20	49.72	49.72
- Válvula hidráulica 1"	1	6.50	6.50	8.24	8.24
- Válvula esfera 1/2"	1	3.50	3.50	4.44	4.44
- Machón 1/2"	1	0.88	0.88	1.12	1.12
- Conexión roscada 16 x 1/2"	5	0.16	0.80	0.20	1.00
- Tubo polietileno 16 mm., m.l.	100	0.15	15.20	0.19	19
- Gotero con microtubo y piqueta	265	0.27	71.55	0.34	90.10
Totales elementos y accesorios de riego	408u	€59.91	€182.38	\$75.98	\$310.27

## ANEXO V

### ENFRIAMIENTO/ HUMECTACIÓN DE AMBIENTE

La conversión utilizada es: € 1.00 = \$1.26830

Según tipo de cambio en: xe.com Universal Currency Converter © Results.

<http://www.globalpc.net/Comunidad/tipo-cambio>.

(Live mid-market rates as of 2006.10.01 22:07:28 UTC)

Materiales( Por Invernadero)	nº Ud.	€/Ud	Total €	\$/Ud	Total USD
- Tubería PVC 3/4", m.l.	12	€ 1.01	€ 12.12	\$1.28	\$15.37
- Te mixta PVC 1/2"	2	1.76	3.52	2.23	4.46
- Conexión roscada 16 x 1/2" M	2	0.16	0.32	0.20	0.41
- Tubería polietileno 16 mm, m.l.	48	0.15	7.20	0.19	9.13
Totales	74u	€ 5.28	€ 45.16	6.70	57.28
- Programador cíclico electrónico de batería	1	€ 56.00	€ 56.00	71.02	71.02
- Electroválvula 1"	1	9.00	9.00	11.41	11.41
- Te PVC mixta 1-1/4 x 3/4	1	2.30	2.30	2.92	2.92
- Válvula esfera 3/4"	1	4.60	4.60	5.83	5.83
- Filtro 3/4"	1	5.80	5.80	7.36	7.36
- Tuerca reducida 1 x 3/4"	2	1.80	3.60	2.28	4.56
- Machón 1"	2	1.60	3.20	2.03	4.06
Por seis invernaderos	9u	€ 81.10	€ 84.50	102.86	925.74
Por invernadero	1.50u	€ 13.52	€ 14.08	17.15	25.73
Enfriamiento/humectación. Por invernadero	75.50	€ 18.80	€ 59.24	\$23.84	\$83.01
Enfriamiento/humectación. Por diez invernaderos	755.00	188.00	592.40	238.44	830.10

**ANEXO VI**  
**OBRAS HIDRÁULICAS (PARA 10 INVERNADEROS)**

La conversión utilizada es: € 1.00 = \$1.26830

Según tipo de cambio en: xe.com Universal Currency Converter ® Results.

<http://www.globalpc.net/Comunidad/tipo-cambio>.

(Live mid-market rates as of 2006.10.01 22:07:28 UTC)

Tanque de captación					
Materiales	nº Ud.	€/Ud	Total €	\$/Ud.	Total USD
- Piedra	42	€ 23.49	€ 986.41	\$29.79	\$1,251.06
- Arena	20	23.49	457.98	29.79	580.86
- Agua	13.5	1.05	14.15	1.33	17.95
- Cemento	160	4.97	794.50	6.30	1,007.66
- Grava	7	33.55	234.86	42.55	297.87
- Hierro de 1/2"	13.5	34.29	462.91	43.49	587.11
- Alambre de amarre	15	0.43	6.42	0.55	8.14
Totales	270.5u	€ 121.25	€2,957.23	\$153.78	\$3,750.65
Tubería de aducción					
Materiales	nº Ud.	€/Ud	Total €	\$/Ud.	Total USD
- Tubo pvc de 2"	245	€ 6.37	€ 1,559.76	\$8.08	\$1,978.24
- Curvas pvc de 2"	5	0.54	2.68	0.68	3.40
- Codo pvc de 2"	5	1.12	5.62	1.42	7.13
- Válvula de globo de 2"	2	10.31	20.62	13.07	26.15
Totales	257u	€ 18.34	€ 1,588.68	\$23.26	\$2,014.92

Tanque de almacenamiento					
Materiales	n° Ud	€/Ud	Total €	\$/Ud.	Total USD
- Grava	6	€ 33.55	€ 201.31	\$42.55	\$255.32
- Arena	8.5	23.49	199.63	29.79	253.19
- Agua	15	1.05	15.73	1.33	19.95
- Cemento	60	4.97	297.94	6.30	377.88
- Hierro de 1/2"	10.5	34.29	360.04	43.49	456.64
- Alambre de amarre	15	0.43	6.42	0.55	8.14
- Clavo de 2"	15	0.39	5.79	0.49	7.34
- Regla pacha	15	0.31	4.66	0.39	5.91
- Tabla	146	8.08	1,179.32	10.25	1,495.73
- Hierro de 3/8"	5	34.29	171.45	43.49	217.45
- Aditivo impermeabilizador	2	6.17	12.35	7.83	15.66
<b>Total</b>	<b>298u</b>	<b>€ 147.01</b>	<b>€2,454.61</b>	<b>\$186.45</b>	<b>\$3,113.18</b>
Maquinaria	Hrs/ Maquina	€/Ud	Total €	\$/Ud.	Total USD
- Concretera de 1 bolsa	176	€ 2.10	€ 369.07	\$2.66	\$468.09
- Compactadora de impacto	176	2.94	516.69	3.72	655.32
- Vibradores	176	2.52	442.88	3.19	561.70
<b>TOTAL</b>	<b>528</b>	<b>€ 7.56</b>	<b>€1,328.64</b>	<b>\$ 9.58</b>	<b>\$1,685.11</b>

Mano de obra	Total meses	N°de Empleado	€ por empleado	Total €	\$ por empleado	Total USD
- Albañil	1.5	4	€ 431.38	€ 2,588.27	\$547.12	\$3,282.48
- Fontanero	1.5	1	431.38	647.07	547.12	820.68
<b>Totales</b>	<b>3 Meses</b>	<b>5 Empl.</b>		<b>€ 3,235.34</b>		
<b>Total mano de obras hidráulicas</b>				<b>€ 10,235.87</b>		<b>\$ 4,103.16</b>

#### Transporte de los invernaderos

- Valor de FLETE : \$4,000.00 por Contenedor de 40' HC 5 equipos \$20,000.00

Nota: Esta tarifa incluye posicionamiento del contenedor en bodegas de proveedor, trámites de exportación en origen y emisión de documentos de embarque, así como también los gastos de la compañía embarcadora.

## ANEXO VII

### ACCESORIOS Y REPUESTOS PARA MANTENIMIENTO

La conversión utilizada es: € 1.00 = \$1.26830

Según tipo de cambio en: xe.com Universal Currency Converter ® Results.

<http://www.globalpc.net/Comunidad/tipo-cambio>. (Live mid-market rates as of 2006.10.01 22:07:28 UTC)

Materiales	nº Ud.	€/Ud	Total €	\$ Ud.	Total USD
- Bomba dosificadora	2	€ 789.96	€1,579.92	\$1,001.91	\$2,003.81
- Consumibles bombas: retenes, tóricos, etc. Juegos	4	8.00	32.00	10.1464	40.5856
- Filtro 3/4"	1	8.50	8.50	10.78	10.78
- Filtro 1-1/4"	1	37.35	37.35	47.37	47.37
- Válvula hidráulica 1"	2	6.50	13.00	8.24	16.49
- Solenoide lacht 9-12 v. c/continua	2	12.00	24.00	15.22	30.44
- Programador cíclico	2	39.20	78.40	49.72	99.43
- Conjuntos fogger nebulización	10	2.10	21.00	2.66	26.63
- Kit goteros	100	0.27	27.00	0.34	34.24
- Plástico techo, m2	200	0.91	181.60	1.15	230.32
- Malla cerramiento, m2	200	0.94	187.60	1.19	237.93
- Pintura blanca techos Parasoline, Kg.	100	0.78	78.00	0.99	98.93
<b>Total</b>	<b>624u</b>	<b>€906.51</b>	<b>€2,268.37</b>	<b>\$1,149.73</b>	<b>\$2,268.37</b>



ANEXO VIII

SEMILLAS, ABONO ORGÁNICO Y RECURSO HUMANO.

La conversión utilizada es: € 1.00 = \$1.26830

Según tipo de cambio en: xe.com Universal Currency Converter ® Results.

<http://www.globalpc.net/Comunidad/tipo-cambio>. (Live mid-market rates as of 2006.10.01 22:07:28 UTC)

Semillas					
Materiales	Unid.	€/Ud	Total €	\$/Ud.	Total USD
- Semilla tomate gem pride (bolsa 1.000)	1	126.30	126.30	\$160.18	\$160.18
- Semilla chile Nathalie (bolsa 5.000)	1	162.48	162.48	206.07	206.07
- Semilla pepino Diamante F (bolsa 3.000)	1	26.36	26.36	33.43	33.43
<b>Total para dos años</b>		<b>315.14</b>	<b>315.14</b>	<b>399.69</b>	<b>399.69</b>
<b>Total € por año</b>		<b>157.57</b>	<b>157.57</b>	<b>199.85</b>	<b>199.85</b>

Abono Orgánico						
Descripción	proporción %	total Kg por los 10 invernaderos	costo Kg		Costo Total	
			€/Kg	\$/Kg	€	\$
Compostaje	100	300	2.93	3.71	879	1,114.84

Recurso Humano	N°de Empleado	€ por empleado mensual	Total € mensual	\$ por empleado mensual	Total USD mensual
Agrónomo	1	€ 394.23	€ 394.23	\$500.00	\$500.00
Agricultores	20	126.15	2,523.00	160.00	3,200.00
Administrativa y de mercadeo	5	315.38	1,576.91	400.00	2,000.00
<b>Totales</b>		<b>€ 835.76</b>	<b>€ 5,755.74</b>	<b>\$1060.00</b>	<b>\$5,700.00</b>

ANEXO IX

CERTIFICADO FITOZANITARIO



**MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA**  
**DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL**  
**DIVISION DE CERTIFICACION FITOZOOSANITARIA PARA EL COMERCIO**  
**CERTIFICACIÓN DE INSPECCION FITOSANITARIA**

<b>A N T E C E D E N T E S</b>	Nombre o Razón Social:		Precertificación: <b>Nº</b>
	Dirección:		Teléfono:
	Descripción del (os) Producto (s):		Cantidad:
	Dirección de la Ubicación del Producto:		
	País de Origen:	Lugar de Procedencia:	Destino:

<b>I N S P I E S C I C C I A O N</b>	Libre de Plagas y / o Enfermedades:	Evidencia de Plagas y / o Enfermedades:
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Fecha:	
	Hora:	

<b>D I C T A M E N</b>	Toma de Muestra: ____ Tratamiento: ____ Envío al Laboratorio: ____ Liberación: ____
	Observaciones:

Fecha de Emisión:

JEFE DE DIVISION CERTIFICACION FITOZOOSANITARIA <b>ING. TOMAS RODRIGUEZ POVEDA</b>	SELLO	COORDINADOR DE CERTIFICACION FITOSANITARIA <b>ING. FERNANDO NUÑEZ GRANADOS</b>
---	-------	---

ANEXO X  
CERTIFICADO FITOSANITARIO EJEMPLO



**MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA**  
**DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL**  
**DIVISION DE CERTIFICACION FITOZOOSANITARIA PARA EL COMERCIO**  
**CERTIFICACIÓN DE INSPECCION FITOSANITARIA**

<b>A N T E C E D E N T E S</b>	Nombre o Razón Social: <b>E.I. PROSAL S.A. DE C.V.</b>		Precertificación: <b>N° 0470 / 06</b>
	Dirección: <b>15 AENIDA NORTE N° 1317, SAN SALVADOR</b>		Teléfono: <b>2226-5064</b>
	Descripción del (os) Producto (s): <b>540 LIBRAS DE LOROCCO FRESCO</b>		Cantidad: <b>245.45 KILOS</b>
	Dirección de la Ubicación del Producto: <b>15 AVENIDA NORTE N° 1317, COL LAYCO SAN SALVADOR</b>		
	País de Origen: <b>EL SALVADOR</b>	Lugar de Procedencia: <b>EL SALVADOR</b>	Destino: <b>USA</b>

<b>I N S P E C I O N</b>	Libre de Plagas y / o Enfermedades: <input checked="" type="checkbox"/>	Evidencia de Plagas y / o Enfermedades: <input type="checkbox"/>
	AL MOMENTO DE LA INSPECCIÓN NO SE DETECTO NINGUNA CLASE DE PLAGA	
	VIVA O MUERTA, POR LO QUE EL PRODUCTO SE CONSIDERA APTO PARA SER EXPORTADO.	
	Fecha: <b>21 DE JULIO DE 2006</b>	
<b>D I C T A M E N</b>	Hora: <b>08:00 HORAS</b>	
	Toma de Muestra: <input checked="" type="checkbox"/> Tratamiento: <input type="checkbox"/> Envío al Laboratorio: <input type="checkbox"/> Liberación: <input type="checkbox"/>	
	Observaciones: <b>SE EXTIENDE LA PRESENTE PARA SER UTILIZADA A UN MAXIMO DE DIEZ DIAS A PARTIR DE LA FECHA DE EMISION</b>	
	Fecha de Emisión: 21 de julio de 2006.	
<p align="center"> <b>JEFE DE DIVISION CERTIFICACION FITOZOOSANITARIA</b>  <b>ING. TOMAS RODRIGUEZ POVEDA</b> </p>		<p align="center"> <b>COORDINADOR DE CERTIFICACION FITOSANITARIA</b>  <b>ING. FERNANDO NUÑEZ GRANADOS</b> </p>

ANEXO XI

**EXPORTACIONES PRODUCTOS ORGÁNICOS, REGISTRADAS EN CENTREX**  
**Período: 2000 - 31 de agosto de 2006**

Año	Código Arancelario	Nombre Producto	Destino	Kgs. Netos	Valor Fob
2001	8013100	SEMILLA DE MARAÑON ORGANICO	REINO UNIDO INGLATERRA	12,450.00	97,874.70
2002	8013100	SEMILLA DE MARAÑON ORGANICO	ESTADOS UNIDOS	941.2	6,510.00
2002	8013100	SEMILLA DE MARAÑON ORGANICO	REINO UNIDO INGLATERRA	4,500.00	39,600.00
2003	8013100	SEMILLA DE MARAÑON ORGANICO	PANAMA	20	179.01
2004	8013100	SEMILLA DE MARAÑON ORGANICO	ESTADOS UNIDOS	0.11	1
2004	8013100	SEMILLA DE MARAÑON ORGANICO	ALEMANIA	1.13	2
2001	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	INDIA	249,274.80	167,973.08
2003	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	ALEMANIA	40,772.72	307,728.86
2004	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	MEXICO	9.1	100
2004	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	GUATEMALA	5.86	55
2004	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	SUIZA	0.45	4
2004	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	ESTADOS UNIDOS	5,688.39	47,847.20
2004	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	ALEMANIA	10,137.01	80,155.45
2005	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	ESTADOS UNIDOS	3,863.63	26,750.00
2005	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	ALEMANIA	14,500.00	110,104.00
2006	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	ESTADOS UNIDOS	454.54	3,900.00
2006	8013200	NUECES DE MARAÑON ORGANICO	FRANCIA	5,159.00	34,250.00
2002	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	ESTADOS UNIDOS	297,640.66	323,260.00
2002	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	CANADA	53,539.02	63,360.00
2003	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	ESTADOS UNIDOS	153,211.07	211,170.00
2003	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	CANADA	89,609.80	123,650.00
2003	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	PUERTO RICO	54,446.46	76,000.00
2004	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	ESTADOS UNIDOS	189,095.58	313,830.00
2004	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	CANADA	18,148.82	26,400.00
2004	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	ALEMANIA	4	1
2005	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	CANADA	18,144.00	30,600.00
2005	12074020	AJONJOLI ORGANICO DESCORTEZADO	ESTADOS UNIDOS	36,288.00	61,200.00
2006	29310000	COMPUESTOS ORGANICO INORGANICOS	HONDURAS	7,596.00	12,337.60
2006	29310000	COMPUESTOS ORGANICO INORGANICOS	MEXICO	700	5,780.00
2005	29420000	COMPUESTOS ORGANICOS	GUATEMALA	192.97	5,296.88
2006	29420000	COMPUESTOS ORGANICOS	GUATEMALA	1	1,105.76
2006	29420000	COMPUESTOS ORGANICOS	COSTA RICA	665	1,691.00
2000	31010000	ABONO ORGANICO	HONDURAS	23,000.00	1,760.00
2000	31010000	ABONO ORGANICO	GUATEMALA	1,566,000.00	4,891.86
2001	31010000	ABONO ORGANICO	GUATEMALA	828,000.00	25,200.00
2002	31010000	ABONO ORGANICO	NICARAGUA	1,691.00	12,044.58
2002	31010000	ABONO ORGANICO	PANAMA	1,654.50	11,868.00
2002	31010000	ABONO ORGANICO	BELICE	22,725.00	899.46
2002	31010000	ABONOS DE ORIGEN VEGETAL	HONDURAS	1,709.90	12,633.25
2002	31010000	ABONO ORGANICO	GUATEMALA	844,463.63	25,747.46
2003	31010000	ABONO ORGANICO	NICARAGUA	599.72	4,771.50
2003	31010000	ABONOS DE ORIGEN VEGETAL	HONDURAS	3,840.00	30,370.45
2003	31010000	ABONOS DE ORIGEN VEGETAL	PANAMA	473	3,452.00
2003	31010000	ABONOS DE ORIGEN VEGETAL	NICARAGUA	2,021.72	13,811.70
2003	31010000	ABONOS DE ORIGEN VEGETAL	GUATEMALA	2,009.00	8,608.00
2004	31010000	ABONO ORGANICO	NICARAGUA	2,477.72	21,095.50
2004	31010000	ABONO ORGANICO	GUATEMALA	2,534.74	15,328.00
2004	31010000	ABONO ORGANICO	HONDURAS	6,307.05	44,958.00
2004	31010000	ABONOS DE ORIGEN VEGETAL	HONDURAS	2,865.00	24,152.50
2004	31010000	ABONO ORGANICO	BELICE	9,660.19	83,600.00
2005	31010000	ABONO ORGANICO	GUATEMALA	2,815.76	10,587.50
2005	31010000	ABONO ORGANICO	BELICE	5,414.00	48,376.00
2005	31010000	ABONO ORGANICO	HONDURAS	7,424.00	67,786.00
2005	31010000	ABONO ORGANICO	NICARAGUA	2,859.53	23,585.40
2005	31010000	ABONOS DE ORIGEN VEGETAL	GUATEMALA	550	1,842.50
2006	31010000	ABONO ORGANICO	HONDURAS	1,190.00	8,170.00
2000	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	NICARAGUA	43,349.90	55,851.48
2000	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	HONDURAS	460	1,393.80
2001	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	NICARAGUA	20,000.00	17,800.00
2002	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	HONDURAS	16,821.00	23,592.19

## EXPORTACIONES PRODUCTOS ORGÁNICOS, REGISTRADAS EN CENTREX

Período: 2000 - 31 de agosto de 2006

Año	Código	Nombre Producto	Destino	Kgs. Natos	Valor Fob
2002	Arancelado 32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	NICARAGUA	6,865.00	8,981.88
2002	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	PANAMA	95	197.26
2002	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	GUATEMALA	10,640.84	11,044.78
2003	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	HONDURAS	12,499.00	16,493.25
2003	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	NICARAGUA	5,295.00	6,187.28
2003	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	GUATEMALA	11,128.40	10,307.30
2004	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	COSTA RICA	700	1,120.00
2004	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	GUATEMALA	10,443.50	14,612.05
2004	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	HONDURAS	29,249.00	40,682.89
2004	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	NICARAGUA	4,952.00	5,460.56
2005	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	NICARAGUA	12,417.00	16,899.41
2005	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	HONDURAS	12,264.80	19,470.58
2005	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	COSTA RICA	200	10
2005	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	GUATEMALA	10,745.80	13,527.37
2006	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	NICARAGUA	15,929.00	19,205.21
2006	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	HONDURAS	12,390.00	20,180.94
2006	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	COSTA RICA	510	469.3
2006	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	GUATEMALA	6,162.00	6,963.13
2006	32021000	PRODUCTOS CURTIENTES ORGANICOS SINTETICOS	PANAMA	390	720.04
2001	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	HONDURAS	168,880.00	211,492.00
2001	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	NICARAGUA	7,350.00	8,697.00
2002	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	HONDURAS	183,250.00	228,452.70
2002	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	NICARAGUA	6,400.00	7,424.00
2002	34021190	AGENTES P/SHAMPOO	NICARAGUA	640	755.2
2003	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	GUATEMALA	6,126.89	6,107.50
2003	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	NICARAGUA	6,600.00	9,335.68
2003	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	HONDURAS	100,930.00	124,334.60
2004	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	GUATEMALA	23,671.54	37,716.00
2004	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	HONDURAS	180,186.84	241,962.90
2004	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	NICARAGUA	3,095.46	4,418.76
2005	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	COSTA RICA	23	4.9
2005	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	NICARAGUA	5,980.00	8,257.20
2005	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	HONDURAS	307,518.60	437,189.22
2005	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	GUATEMALA	76,131.10	119,677.23
2006	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	GUATEMALA	57,757.99	102,824.02
2006	34021190	OTROS AGENTES DE SUPERFICIE	HONDURAS	219,855.00	380,029.87
2000	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	GUATEMALA	1,038.20	2,136.69
2001	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	HONDURAS	32,960.00	44,560.80
2001	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	COSTA RICA	1,325.00	603
2002	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	NICARAGUA	360	864
2002	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	GUATEMALA	557.1	646.2
2002	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	HONDURAS	6,800.00	4,862.00
2002	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	COSTA RICA	500	225
2003	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	GUATEMALA	5,669.48	7,831.00
2003	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	NICARAGUA	1,580.46	3,449.70
2003	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	HONDURAS	39,540.00	18,501.00
2004	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	COSTA RICA	3,178.64	7,029.60

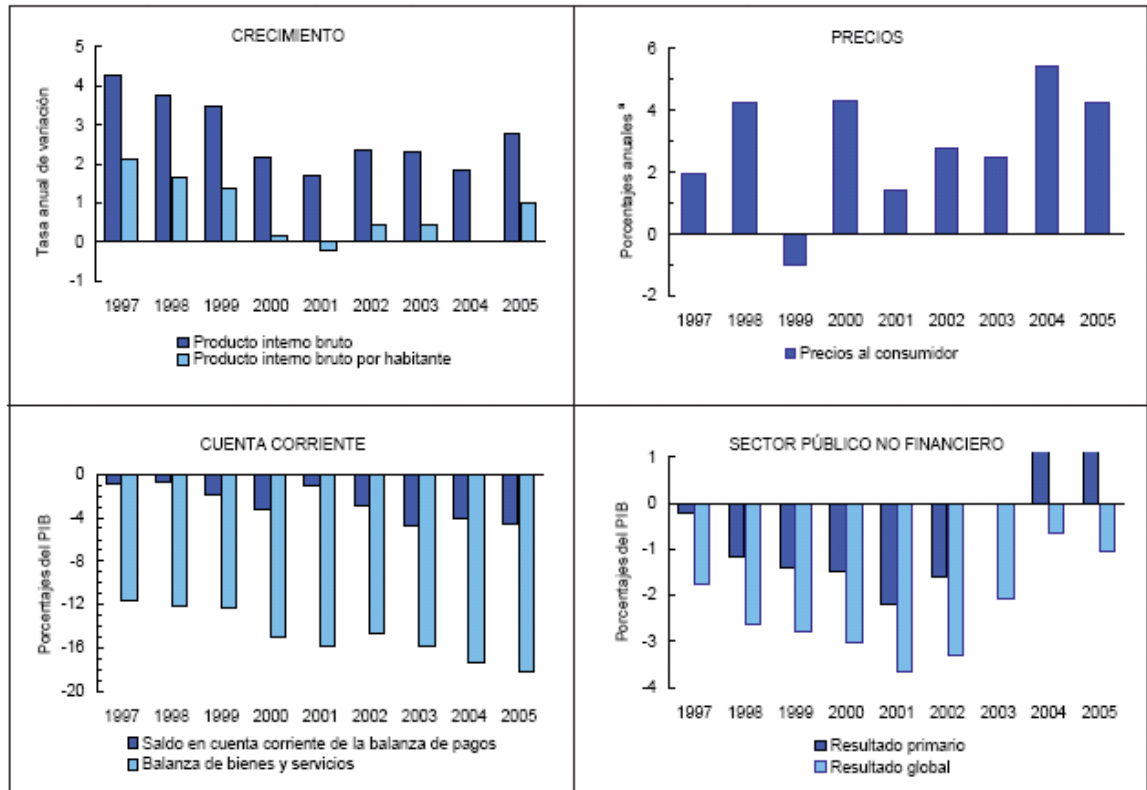
## EXPORTACIONES PRODUCTOS ORGÁNICOS, REGISTRADAS EN CENTREX

Período: 2000 - 31 de agosto de 2006

Año	Código Arancelario	Nombre Producto	Destino	Kgs. Netos	Valor Fob.
2004	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	HONDURAS	9,752.70	14,679.50
2004	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	NICARAGUA	7,785.46	14,470.23
2004	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	GUATEMALA	5,979.15	14,302.10
2005	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	GUATEMALA	958.5	2,626.31
2005	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	HONDURAS	11,629.00	28,841.09
2005	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	NICARAGUA	6,530.00	17,206.00
2006	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	GUATEMALA	981.82	849.99
2006	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	HONDURAS	8,900.00	24,106.11
2006	34021200	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICO CATIONICOS	NICARAGUA	1,490.00	3,576.00
2000	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	GUATEMALA	4,319.50	9,610.04
2000	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	PANAMA	1,981.00	5,162.18
2000	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	NICARAGUA	7,942.00	10,498.14
2000	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	HONDURAS	1,723.00	3,136.46
2001	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	GUATEMALA	3,516.40	4,727.54
2001	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	NICARAGUA	5,466.30	5,579.67
2001	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	HONDURAS	12,769.00	8,858.96
2001	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	PANAMA	922.6	1,852.76
2002	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	HONDURAS	8,450.00	48,296.00
2002	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	NICARAGUA	1,010.00	2,515.00
2003	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	GUATEMALA	12,543.40	10,190.00
2003	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	NICARAGUA	5,890.00	10,096.40
2003	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	HONDURAS	67,108.15	183,852.30
2004	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	GUATEMALA	27,336.73	31,378.60
2004	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	HONDURAS	127,230.00	328,574.74
2004	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	NICARAGUA	2,920.00	4,448.24
2004	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	COSTA RICA	473.14	968.3
2005	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	HONDURAS	185,078.00	413,069.01
2005	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	GUATEMALA	4,532.90	3,850.93
2005	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	ECUADOR	15	75.45
2005	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	NICARAGUA	8,966.56	22,686.05
2006	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	HONDURAS	145,933.42	330,751.32
2006	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	NICARAGUA	3,752.82	9,973.33
2006	34021300	AGENTES DE SUP.ORGANICOS NO	GUATEMALA	7,718.16	9,672.72
2002	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	GUATEMALA	127	58.84
2002	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	MEXICO	2,000.00	3,600.00
2002	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	NICARAGUA	1,100.00	3,278.00
2003	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	GUATEMALA	6,056.00	2,237.00
2004	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	HONDURAS	2,122.00	9,630.88
2004	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	GUATEMALA	9,874.27	6,442.30
2005	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	HONDURAS	6,254.15	15,943.30
2005	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	GUATEMALA	4,904.75	1,803.70
2005	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	NICARAGUA	420	630
2006	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	GUATEMALA	2,909.10	1,146.00
2006	34021900	AGENTES DE SUPERFICIE ORGANICOS	HONDURAS	13,745.09	33,984.80
				<b>7,051,874.29</b>	<b>6,674,053.96</b>

ANEXO No. XII  
INFORMACIÓN ANÁLISIS ECONÓMICO

EL SALVADOR: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de cifras oficiales.  
<sup>a</sup> Variación diciembre a diciembre.

## ANEXO No. XIII

## PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS

## EL SALVADOR: PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 <sup>a</sup>
<b>Tasas anuales de variación<sup>b</sup></b>									
<b>Producto interno bruto total</b>	4,2	3,7	3,4	2,2	1,7	2,3	2,3	1,8	2,8
<b>Producto interno bruto por habitante</b>	2,1	1,6	1,4	0,2	-0,2	0,4	0,4	0,0	1,0
<b>Producto interno bruto sectorial</b>									
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	0,4	-0,7	7,7	-3,1	-2,6	0,4	0,9	3,0	5,8
Minería	6,5	5,3	0,4	-4,7	11,7	5,5	3,5	-16,0	3,5
Industria manufacturera	8,0	6,6	3,7	4,1	4,0	2,9	2,2	0,9	1,4
Electricidad, gas y agua	4,2	6,1	2,7	-2,3	4,7	7,3	4,4	3,3	3,1
Construcción	6,2	8,5	-1,8	-3,4	9,6	6,7	3,2	-11,4	3,4
Comercio al por mayor y al por menor, restaurantes y hoteles	2,9	4,0	2,0	3,6	1,9	1,5	2,7	2,4	1,6
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	7,7	4,2	9,5	6,1	4,3	5,0	3,4	5,4	4,3
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas	4,4	3,7	3,0	3,0	-0,8	2,7	2,6	2,5	2,9
Servicios comunales, sociales y personales	3,4	1,2	1,0	1,1	-0,3	-0,6	0,5	1,8	1,7
<b>Producto interno bruto por tipo de gasto</b>									
Consumo	3,0	2,4	3,4	3,7	3,2	1,5	1,9	2,7	2,5
Gobierno general	2,8	2,5	0,4	0,9	4,6	0,1	-0,3	1,9	1,7
Privado	3,0	2,4	3,7	3,9	3,1	1,6	2,1	2,8	2,6
Inversión interna bruta	6,5	22,8	-4,0	2,7	5,1	-2,7	7,8	-4,5	2,6
Exportaciones de bienes y servicios	30,2	6,2	7,1	16,8	-0,2	6,0	4,7	6,6	0,4
Importaciones de bienes y servicios	16,8	9,2	2,7	14,5	4,2	1,5	4,8	4,3	0,8
<b>Porcentajes del PIB</b>									
<b>Inversión y ahorro<sup>c</sup></b>									
Inversión interna bruta	15,1	17,6	16,4	16,9	16,7	16,4	17,0	16,0	15,4
Ahorro nacional	14,2	16,8	14,5	13,6	15,6	13,6	12,3	12,0	10,8
Ahorro externo	0,9	0,8	1,9	3,3	1,1	2,8	4,7	4,0	4,6
<b>Millones de dólares</b>									
<b>Balanza de pagos</b>									
Balanza de cuenta corriente	-98	-91	-239	-431	-150	-405	-702	-632	-786
Balanza de bienes	-1 143	-1 306	-1 356	-1 740	-1 933	-1 865	-2 287	-2 662	-3 008
Exportaciones FOB	2 437	2 460	2 534	2 963	2 892	3 020	3 153	3 337	3 432
Importaciones FOB	3 580	3 765	3 890	4 703	4 824	4 885	5 439	5 999	6 440
Balanza de servicios	-152	-149	-183	-235	-250	-240	-107	-78	-72
Balanza de renta	-163	-163	-282	-253	-266	-323	-423	-460	-571
Balanza de transferencias corrientes	1 361	1 527	1 582	1 797	2 298	2 023	2 114	2 568	2 885
Balanzas de capital y financiera <sup>d</sup>	460	394	447	385	-27	282	1 019	579	728
Inversión extranjera directa neta	59	1 103	162	178	289	496	123	430	300
Capital financiero <sup>e</sup>	401	-709	285	207	-316	-214	895	150	427
Balanza global	363	303	208	-46	-178	-124	316	-52	-59
Variación en activos de reserva <sup>f</sup>	-363	-303	-208	46	178	124	-316	53	59
<b>Otros indicadores del sector externo</b>									
Tipo de cambio real efectivo (índice 2000=100) <sup>g</sup>	104,0	101,9	100,4	100,0	99,6	99,6	100,1	100,3	101,7
Relación de precios del intercambio de bienes (índice 2000=100)	95,0	95,8	99,6	100,0	102,5	101,6	97,7	96,8	96,8
Transferencia neta de recursos (porcentajes del PIB)	2,7	1,9	1,3	1,0	-2,1	-0,3	4,0	0,8	0,9
Deuda externa pública bruta (millones de dólares)	2 689	2 646	2 789	2 831	3 148	3 987	4 717	4 778	4 976
Deuda externa pública bruta (porcentajes del PIB)	24,1	22,0	22,4	21,6	22,8	27,9	31,3	30,2	29,3
Utilidades e intereses netos (porcentajes de las exportaciones) <sup>h</sup>	-5,6	-5,3	-8,9	-6,9	-7,4	-8,5	-10,3	-10,4	-12,5
<b>Tasas anuales medias</b>									
<b>Empleo</b>									
Tasa de actividad <sup>i</sup>	50,9	53,5	52,6	52,2	53,3	51,2	53,4	51,7	52,4
Tasa de desempleo abierto <sup>j</sup>	8,0	7,5	7,0	6,7	7,0	6,2	6,9	6,8	7,8
Tasa de subempleo visible <sup>k</sup>	...	3,2	3,5	3,4	3,4	4,1	4,5	4,5	5,8
<b>Porcentajes anuales</b>									
<b>Precios</b>									
Variación de los precios al consumidor (diciembre a diciembre)	1,9	4,2	-1,0	4,3	1,4	2,8	2,5	5,4	4,3
Variación del salario mínimo real	-4,3	3,3	2,4	-2,2	-3,6	-1,8	2,1	-1,4	-4,5
Tasa de interés pasiva nominal <sup>l</sup>	...	...	...	6,5	6,5	3,4	3,4	3,3	3,4
Tasa de interés activa nominal <sup>m</sup>	...	...	...	10,7	9,6	7,1	6,6	6,3	6,9



## Conclusión (Cuadro principales Indicadores Económicos)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 <sup>a</sup>
<b>Porcentajes del PIB</b>									
<b>Sector público no financiero</b>									
Ingresos totales <sup>n</sup>	15,3	14,9	15,0	15,8	14,9	15,5	16,2	16,2	16,4
Ingresos corrientes	15,1	14,8	14,7	14,9	14,4	14,7	15,7	15,9	16,1
Ingresos tributarios	10,3	10,2	10,2	10,2	10,5	11,1	11,5	11,5	12,8
Ingresos de capital	...	...	...	...	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0
Gastos totales <sup>o</sup>	17,1	17,6	17,8	18,8	18,5	18,8	18,3	18,9	17,5
Gastos corrientes	13,2	13,8	14,5	15,5	14,0	13,9	14,8	14,6	14,7
Intereses	1,6	1,5	1,4	1,5	1,4	1,7	2,0	2,1	2,3
Gastos de capital	4,0	3,8	3,2	3,3	4,5	4,9	3,7	2,3	2,8
Resultado primario	-0,2	-1,2	-1,4	-1,5	-2,2	-1,6	-0,0	1,5	1,2
Resultado global	-1,8	-2,6	-2,8	-3,0	-3,6	-3,3	-2,1	-0,6	-1,1
<b>Deuda del gobierno central</b>									
Interna	36,2	33,3	25,2	27,2	30,7	35,2	37,2	38,0	37,8
Externa	12,0	11,2	7,2	9,6	11,7	11,1	11,0	11,8	12,7
Externa	24,1	22,0	18,0	17,5	19,1	24,2	26,2	26,2	25,1
<b>Moneda y crédito<sup>p</sup></b>									
Crédito interno <sup>q</sup>	...	...	...	...	...	37,5	37,9	38,7	36,5
Al sector público	...	...	...	...	...	-1,1	-0,5	1,0	0,8
Al sector privado	...	...	...	...	...	40,2	40,5	40,2	39,5
Liquidez de la economía (M3)	42,0	44,3	44,7	45,1	43,9	41,9	39,9	38,4	36,2

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de cifras oficiales.

<sup>a</sup> Cifras preliminares. <sup>b</sup> Sobre la base de cifras en moneda nacional a precios constantes de 1990. <sup>c</sup> Sobre la base de cifras en moneda nacional expresadas en dólares a precios corrientes. <sup>d</sup> Incluye errores y omisiones. <sup>e</sup> Se refiere a los saldos de las balanzas de capital y financiera (incluidos errores y omisiones) menos la inversión extranjera directa neta. <sup>f</sup> El signo menos (-) indica aumento de reservas. <sup>g</sup> Promedio anual, ponderado por el valor de las exportaciones e importaciones de bienes. <sup>h</sup> Se refiere a la renta neta de la inversión como porcentaje de las exportaciones de bienes y servicios de la balanza de pagos. <sup>i</sup> Población económicamente activa como porcentaje de la población en edad de trabajar, total nacional. <sup>j</sup> Desempleados como porcentaje de la población económicamente activa, total nacional. <sup>k</sup> Subempleados como porcentaje de la población económicamente activa, total urbano. <sup>l</sup> Tasa básica de los depósitos hasta 180 días, sistema financiero. <sup>m</sup> Tasa básica de los préstamos a un año, sistema financiero. <sup>n</sup> Incluye donaciones. <sup>o</sup> Incluye concesión neta de préstamos. <sup>p</sup> Las cifras monetarias corresponden a promedios anuales. <sup>q</sup> Se refiere al crédito neto al sector público y privado otorgado por los bancos comerciales y otras instituciones financieras y bancarias.

**EL SALVADOR: PRINCIPALES INDICADORES TRIMESTRALES**

	2004				2005 <sup>a</sup>				2006 <sup>a</sup>	
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II
Producto interno bruto total (variación respecto del mismo trimestre del año anterior) <sup>b</sup>	1,9	1,8	1,8	1,9	1,7	3,1	3,3	2,9	3,2	...
Exportaciones de bienes FOB (millones de dólares)	816	807	844	829	821	919	865	784	909	...
Importaciones de bienes CIF (millones de dólares)	1 462	1 542	1 535	1 730	1 542	1 759	2 327	1 696	1 777	...
Reservas internacionales (millones de dólares)	1 787	1 689	1 768	1 754	1 587	1 928	1 643	1 723	1 681	2 034 <sup>c</sup>
Tipo de cambio real efectivo (índice 2000=100) <sup>d</sup>	100,7	99,5	99,7	101,3	101,6	101,7	102,1	101,5	102,3	102,4
Precios al consumidor (variación porcentual en 12 meses)	3,0	4,6	5,3	5,4	4,7	4,3	4,4	4,3	4,0	4,4
Tipo de cambio nominal promedio (colones por dólar)	8,75	8,75	8,75	8,75	8,75	8,75	8,75	8,75	8,75	8,75
Tasas de interés nominal (porcentajes anualizados)										
Tasa de interés pasiva <sup>e</sup>	3,4	3,4	3,3	3,3	3,2	3,4	3,4	3,7	4,1	4,2
Tasa de interés activa <sup>f</sup>	6,6	6,2	6,3	6,1	6,9	6,8	6,9	6,9	7,6	7,4
Tasa de interés interbancaria	...	...	...	...	...	5,8	4,5	5,3	...	6,0 <sup>c</sup>
Crédito interno (variación respecto del mismo trimestre del año anterior) <sup>g</sup>	9,0	9,5	6,2	3,2	3,6	-4,7	0,1	5,2	7,2	2,4 <sup>c</sup>
Crédito vencido respecto del crédito total (porcentajes) <sup>h</sup>	2,7	2,6	2,7	2,4	2,5	2,1	2,2	2,0	1,9	2,1 <sup>c</sup>


Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe, sobre la base de cifras oficiales.

<sup>a</sup> Cifras preliminares. <sup>b</sup> Sobre la base de cifras en moneda nacional a precios constantes de 1990. <sup>c</sup> Datos hasta el mes de mayo. <sup>d</sup> Promedio trimestral, ponderado por el valor de las exportaciones e importaciones de bienes. <sup>e</sup> Tasa básica de los depósitos hasta 180 días, sistema financiero. <sup>f</sup> Tasa básica de los préstamos a un año, sistema financiero. <sup>g</sup> Se refiere al crédito neto al sector público y privado otorgado por los bancos comerciales y otras instituciones financieras y bancarias. <sup>h</sup> Se refiere al total de los créditos otorgados por el sistema bancario.

ANEXO XIV

**SEADDEX**  
Guatemala, C. A.

FORMULARIO ADUANERO UNICO CENTROAMERICANO

1. EXPORTADOR (NOMBRE, DIRECCION, PAIS)			2. IDENTIFICACION TRIBUTARIA EXPORTADOR		3. No. DE FACTURA	4. REGISTRO No.
			5. CODIGO DE EXPORTADOR		6. LICENCIA No.	
7. CONSIGNATARIO / IMPORTADOR / INTERNADOR (NOMBRE, DIRECCION, PAIS)			8. IDENTIFICACION TRIBUTARIA		9. TIPO DE EXPORTACION	
					10. MODALIDAD / MEDIO DE PAGO	
11. AGENTE REPRESENTANTE PAIS DE ORIGEN (NOMBRE, DIRECCION, PAIS)					12. FORMA DE PAGO	
					13. PAIS DE ORIGEN DE LA MERCADERIA	
14. MEDIO DE TRANSPORTE					15. PAIS DE PROCEDENCIA	
16. ADUANA DE DESTINO		17. PUERTO DE EMBARQUE		18. PAIS DESTINO DE LA MERCANCIA		
19. REDESTINO		20. FECHA DE EMBARQUE		21. ADUANA DE SALIDA		
22. No. ITEM 1	23. MARCAS DE EXPEDICION, NUMEROS DE CONTENEDOR, SELLOS, DIMENSIONES	24. NUMERO Y CLASE DE LOS BULTOS DESCRIPCION DE LAS MERCANCIAS		25. CODIGO ARANCELARIO	26. CANTIDAD Y UNIDAD DE MEDIDA	27. PESO NETO Y BRUTO (EN KGS.)
						28. VALOR FOB SCA
						FORMULARIO: F6E-6150958
						REGIMEN: FE
						OPERACION: UN62346619
						FIRMA: NJWYC4
						FECHA: 22-08-2006 20:33:22
						BUENDE-LEANTE SIN REVISION
29. No. DE ITEM	30. METODO PARA DETERMINAR EL ORIGEN			31. PERMISOS Y OBSERVACIONES		32. VALOR FOB TOTAL SCA
	30.1 CRITERIO PARA CERTIFICAR ORIGEN	30.2 METODO UTILIZADO VCR	30.3 OTRAS INSTANCIAS			33. FLETES SCA
				Este documento debe ser presentado al selectivo y alatorio de la aduana de Guatemala en un plazo maximo de 30 dias despues de la fecha de emision (casilla 29)		34. SEGUROS SCA
						35. OTROS SCA
				37. FIRMA, FECHA Y SELLO DEL FUNCIONARIO AUTORIZADO DE LA DIRECCION GENERAL DE ADUANAS O DE LA ADUANA DE SALIDA		36. VALOR TOTAL SCA
						38. IMPUESTOS INTERNOS
39. LUGAR Y FECHA DE EMISION		41. AUTORIZACION BANCO CENTRAL / VENTANILLA UNICA				
40. VALIDO HASTA						
						TOTAL A PAGAR:
42. EL SUSCRITO DECLARA QUE LAS MERCANCIAS ARRIBA DETALLADAS SON ORIGINARIAS DE Y QUE LOS VALORES, GASTOS DE TRANSPORTE, SEGURO Y DEMAS DATOS CONSIGNADOS EN ESTE FORMULARIO SON VERDADEROS.				43. EL SUSCRITO CERTIFICA QUE LAS MERCANCIAS ARRIBA DETALLADAS SON ORIGINARIAS DE Y QUE LOS VALORES, GASTOS DE TRANSPORTE, SEGURO Y DEMAS DATOS CONSIGNADOS EN ESTE FORMULARIO SON VERDADEROS.		
NOMBRE: EMPRESA: CARGO:				NOMBRE: EMPRESA: CARGO:		
FIRMA PRODUCTOR				FIRMA PRODUCTOR EXPORTADOR		

**ANEXO XV**  
**ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO PARA LOS 10 AÑOS**  
**EMPRESA TACUBA S.A.**

En Dólares de los Estados Unidos de América

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<i>Ingresos</i>	\$ 103,712.00	\$ 109,934.72	\$ 116,530.80	\$ 123,522.65	\$ 130,934.01	\$ 203,074.71	\$ 203,887.01	\$ 204,702.56	\$ 205,521.37	\$ 206,343.46
<i>costo de venta</i>	\$ 45,769.11	\$ 45,851.26	\$ 54,938.33	\$ 55,030.63	\$ 64,128.47	\$ 78,667.77	\$ 75,742.11	\$ 89,658.64	\$ 89,782.16	\$ 102,513.09
<b>margen bruto</b>	\$ 57,942.89	\$ 64,083.46	\$ 61,592.47	\$ 68,492.02	\$ 66,805.54	\$ 124,406.94	\$ 128,144.90	\$ 115,043.92	\$ 115,739.21	\$ 103,830.37
otros ingresos de operación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de distribución	\$ 1,725.00	\$ 1,828.50	\$ 1,938.21	\$ 2,054.50	\$ 2,177.77	\$ 26,308.44	\$ 27,886.95	\$ 29,560.16	\$ 31,333.77	\$ 33,213.80
Gastos de administración	\$ 25,200.00	\$ 25,272.00	\$ 28,348.32	\$ 28,429.22	\$ 31,514.97	\$ 37,605.87	\$ 37,702.22	\$ 40,804.36	\$ 40,912.62	\$ 44,027.37
Otros Gastos de operación	\$ 1,275.00	\$ 1,351.50	\$ 1,432.59	\$ 1,518.55	\$ 1,609.66	\$ 1,706.24	\$ 1,808.61	\$ 1,917.13	\$ 2,032.16	\$ 2,154.09
<b>Resultado de Operación</b>	\$ 29,742.89	\$ 35,631.46	\$ 29,873.35	\$ 36,489.75	\$ 31,503.13	\$ 58,786.39	\$ 60,747.12	\$ 42,762.28	\$ 41,460.67	\$ 24,435.11
<i>Gastos financieros</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Ganancia o perdida antes de impuesto</b>	\$ 29,742.89	\$ 35,631.46	\$ 29,873.35	\$ 36,489.75	\$ 31,503.13	\$ 58,786.39	\$ 60,747.12	\$ 42,762.28	\$ 41,460.67	\$ 24,435.11
<i>Impuesto sobre la renta</i>	\$ 7,435.72	\$ 8,907.87	\$ 7,468.34	\$ 9,122.44	\$ 7,875.78	\$ 14,696.60	\$ 15,186.78	\$ 10,690.57	\$ 10,365.17	\$ 6,108.78
<b>Ganancia neta del periodo</b>	\$ 22,307.17	\$ 26,723.60	\$ 22,405.01	\$ 27,367.31	\$ 23,627.35	\$ 44,089.80	\$ 45,560.34	\$ 32,071.71	\$ 31,095.50	\$ 18,326.33
<b>DEPRECIACION</b>	\$ 3,100.67	\$ 3,100.67	\$ 3,100.67	\$ 3,100.67	\$ 3,100.67	\$ 3,100.67	\$ 3,100.67	\$ 3,100.67	\$ 3,100.67	\$ 3,100.67
<b>FNE</b>	\$ 19,206.50	\$ 23,622.93	\$ 19,304.34	\$ 24,266.64	\$ 20,526.68	\$ 40,989.13	\$ 42,459.67	\$ 28,971.04	\$ 27,994.83	\$ 15,225.66

TIR 36%

F. \_\_\_\_\_  
 Contador General

F. \_\_\_\_\_  
 Auditor Externo

F. \_\_\_\_\_  
 Representante Legal

**ANEXO XVI**  
**FLUJO DE CAJA PROYECTADO PARA LOS 10 AÑOS**  
**EMPRESA TACUBA S.A.**

En Dólares de los Estados Unidos de América

Productos	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10	Total
<b>Flujo de Caja</b>											
<b>Ingresos</b>											
Ventas	\$ 103,712.00	\$ 109,934.72	\$ 116,530.80	\$ 123,522.65	\$ 130,934.01	\$ 203,074.71	\$ 203,887.01	\$ 204,702.56	\$ 205,521.37	\$ 206,343.46	\$ 1,608,163.30
Donaciones	\$ 136,127.98	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 136,127.98
<b>Ingresos del Año</b>	\$ 239,839.98	\$ 109,934.72	\$ 116,530.80	\$ 123,522.65	\$ 130,934.01	\$ 203,074.71	\$ 203,887.01	\$ 204,702.56	\$ 205,521.37	\$ 206,343.46	\$ 1,744,291.28
<b>Egresos</b>											
Costos de Producción	\$ 45,769.11	\$ 45,851.26	\$ 54,938.33	\$ 55,030.63	\$ 64,128.47	\$ 78,667.77	\$ 75,742.11	\$ 89,658.64	\$ 89,782.16	\$ 102,513.09	\$ 702,081.58
Gastos de Distribución	\$ 1,725.00	\$ 1,828.50	\$ 1,938.21	\$ 2,054.50	\$ 2,177.77	\$ 26,308.44	\$ 27,886.95	\$ 29,560.16	\$ 31,333.77	\$ 33,213.80	\$ 158,027.10
Gastos de Administración	\$ 25,200.00	\$ 25,272.00	\$ 28,348.32	\$ 28,429.22	\$ 31,514.97	\$ 37,605.87	\$ 37,702.22	\$ 40,804.36	\$ 40,912.62	\$ 44,027.37	\$ 339,816.95
Otros Gastos de Operación	\$ 1,275.00	\$ 1,351.50	\$ 1,432.59	\$ 1,518.55	\$ 1,609.66	\$ 1,706.24	\$ 1,808.61	\$ 1,917.13	\$ 2,032.16	\$ 2,154.09	\$ 16,805.51
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago a Cuenta / ISR	\$ 7,435.72	\$ 8,907.87	\$ 7,468.34	\$ 9,122.44	\$ 7,875.78	\$ 14,696.60	\$ 15,186.78	\$ 10,690.57	\$ 10,365.17	\$ 6,108.78	
Inversión Inicial	\$ 62,013.45	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 62,013.45
<b>Egresos del Año</b>	\$ 143,418.28	\$ 83,211.12	\$ 94,125.79	\$ 96,155.34	\$ 107,306.66	\$ 158,984.92	\$ 158,326.67	\$ 172,630.85	\$ 174,425.87	\$ 188,017.12	\$ 1,376,602.63
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	\$ 96,421.70	\$ 26,723.60	\$ 22,405.01	\$ 27,367.31	\$ 23,627.35	\$ 44,089.80	\$ 45,560.34	\$ 32,071.71	\$ 31,095.50	\$ 18,326.33	\$ 367,688.64

ANEXO XVII  
LOGOTIPO Y EMPAQUE

Logotipo



Empaque



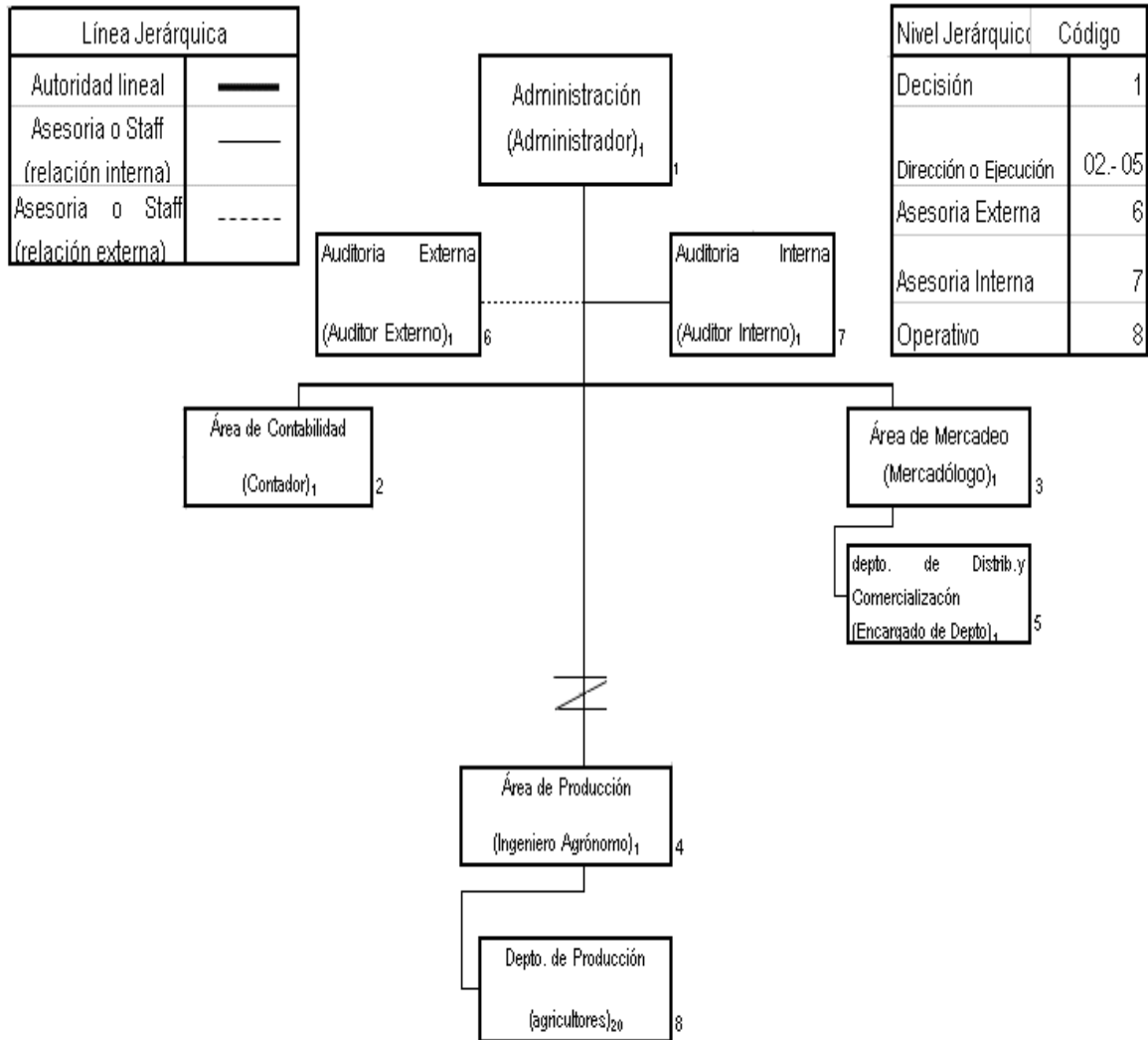
Logotipo



Empaque



## ANEXO XVIII ORGANIGRAMA



Elaborado por: Grupo de Investigación

Fecha de Elaboración: Enero de 2007



ANEXO XIX  
SITUACIÓN DE RIESGO Y MEDIDAS PREVENTIVAS

1. Robo interno

- Programa de orientación de los empleados: Se enfatizará en los procesos de seguridad del personal.
- Inventario total se hará cada fin de mes: Revelará posibles pérdidas
- Robo de efectivo: Un límite de \$500.00 en efectivo a mano. Se guardará un reporte de reconciliación de las erogaciones diarias, que se deberán balancear con los recibos. Por otra parte, cuando se realice las ventas se contará con Reporte de reconciliación de ventas que se han de equilibrar con los recibos, facturas, etc
- Falsificación de informe: Mediante los reportes de reconciliación de las erogaciones como también el de ventas se detectará discrepancias.

2. Robo Externo

- Robo: Debido a que los invernaderos se encuentran en la misma comunidad (beneficiarios), será resguardada por ellos mismos.
- Inventario total se hará cada fin de mes para revelar cualquier pérdida en el inventario

3. Biológicos

- Peligros Debidos A Seres Vivos (virus, hongos, ácaros, bacterias, parásitos) o sus Subproductos (restos de insectos, heces y pelos de animales.); los cuales se pueden encontrar en la

- utilización de abonos orgánicos, aguas residuales, residuos y desechos orgánicos en putrefacción: Adoptar medidas para evitar infecciones a través de la piel, las vías respiratorias, el aparato digestivo y las heridas, proporcionar los medios para una adecuada higiene personal y para desinfección en caso de heridas (botiquín, lavabos, etc.), eliminar adecuadamente los desechos, no dejar que se acumule la materia orgánica junto a los invernaderos, proporcionar asistencia médica a los trabajadores y facilitar la vacunación voluntaria frente al tétanos, controlar la calidad de las aguas de consumo agrícola y comprobar la potabilidad de las de consumo humano, utilizar la ropa y los equipos de protección individual necesarios, limpiar y mantener en buen estado los invernaderos, informar a los trabajadores de los riesgos y de las medidas preventivas que deben tomar.

## ANEXO XX

### MÉTODO DE LOS PUNTOS CRÍTICOS

- **Objetivo:**

Desarrollar procesos de capacitación con los diferentes actores de las cadenas productivas de alimentos de mayor importancia para el país, teniendo en cuenta todas las etapas de producción, distribución y comercialización, con un enfoque holístico integrado con el comercio nacional y de exportación.

Acompañar procesos de implementación para la adopción de sistemas de calidad específicos o de herramientas de los sistemas de calidad vigentes para el sector agroalimentario, necesarios para el posicionamiento exitoso de los negocios en los diferentes canales de comercialización a nivel nacional o de exportación.

- **Tiempo:**

El tiempo definido para los programas de formación depende de las necesidades de los grupos a los cuales se quiere formar, todos los temas propuestos en el apartado anterior se encuentran disponibles en módulos de capacitación con duración mínima de 16 horas (dos días de capacitación), sin embargo pueden aumentarse y complementarse entre sí dependiendo de los requerimientos expresados.

En cuanto a las asesorías, su duración depende de las necesidades de implementación dadas, entre otros se contemplan los siguientes factores: disponibilidad de personal responsable de la implementación, alcance esperado del sistema o de las herramientas que se van a implementar y apresuramiento con el que se espera tener el sistema o las herramientas implementadas.

- **Metodología:**

El tema de la calidad alimentaria se ha convertido en una prioridad para conseguir y mantener la competitividad, posicionamiento y un mayor acceso de los productos agrícolas en los diferentes mercados.

Los sistemas de calidad no sólo garantizan la calidad requerida por los clientes, sino que facilitan la organización interna de las empresas, la competitividad en los mercados a largo plazo, el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores y la rentabilidad para los productores. El objetivo principal de los sistemas de calidad es la optimización de las labores realizadas en cada una de las etapas del proceso para obtener productos de excelente calidad, asegurando la sostenibilidad ambiental y económica. En la actualidad el comercio mundial de alimentos se ve influenciado por una serie de factores, donde los más críticos de superar están relacionados con la calidad de los productos, entendida como la integración de todos sus componentes, presentación, inocuidad, valor nutricional y funcionalidad.

Por otra parte, surge el cambio en el enfoque de intervención de las autoridades sanitarias en el control de los productos alimentarios, en la medida en que las condiciones actuales de comercio y hábitos de consumo imponen la aplicación de nuevas herramientas, más eficientes y acordes con la realidad de la producción.

Para integrar esa complejidad de factores a nivel mundial a través de reconocidas organizaciones de normalización y agencias del estado que han trabajado permanentemente en el tema de control de alimentos, se han desarrollado una serie de herramientas en donde se destacan por ser particularmente útiles, el sistema de Análisis de Peligros y Control en Puntos Críticos, conocido como sistema HACCP por sus iniciales en inglés, las Buenas Prácticas Agrícolas BPA (con el protocolo europeo de mayor reconocimiento – EurepGAP) y de Manufactura BPM y los lineamientos de las normas de la serie ISO 9000 y 14000, Y OSHAS 18000 las que aplicadas de manera coherente y consistente, permiten al sector agrícola e industrial cumplir con todos los requisitos exigidos tanto por las autoridades sanitarias como por los consumidores.

- Actividades Relacionadas con el proceso de Capacitación

Las actividades que se realizarán en el tema de capacitación son:

- Identificación del grupo beneficiario, sus necesidades, requerimientos y nivel de sensibilización con el tema.

- Preparación del material de formación.
- Ejecución de los diferentes programas de formación, con metodologías validadas para la formación de adultos, haciendo uso de demostraciones de método y de resultados, talleres prácticos y con actividades complementarias entre trabajo de campo y charlas magistrales en aula.
- Elaboración de planes de acción para llevar a la práctica los conocimientos adquiridos.
- Evaluación de los programas de formación.

- Actividades Relacionadas con el servicio de asesoría:

La asesoría propuesta contempla la ejecución de las siguientes actividades:

- Selección del grupo objetivo y del tema o temas específicos en los que se requiere apoyo.
- Realización de un diagnóstico en campo, llevando a cabo una pre auditoría de cumplimiento según los requisitos específicos para las normas requeridas.
- Capacitación del personal responsable de la implementación en las empresas.
- Establecimiento de un plan de acción conjunto con el personal responsable de la implementación en las empresas.
- Seguimiento del cumplimiento de las actividades establecidas en el plan de acción.
- Establecimiento de acciones correctivas y actualización del plan de acción establecido.
- Auditoría final de cumplimiento de los requisitos exigidos según el sistema o las herramientas implementadas.