

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE**  
**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TEMA:**

"PRONTUARIO DE EXPORTACIÓN, LOGÍSTICA Y ESTRATEGIAS PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA MIEL DE ABEJA QUE  
PRODUCEN LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS APICULTORAS DE LA ZONA  
OCCIDENTAL DE EL SALVADOR"

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

LICENCIATURA EN MERCADEO INTERNACIONAL

**PRESENTADO POR:**

ELIZONDO TEJADA, CRISTINA CRISTABEL  
MORÁN URRUTIA, SOFÍA GABRIELA  
SOLÓRZANO MONROY, JEIMI IVETH  
QUINTANILLA FLORES, ZULEIMA DE LOS ÁNGELES

**DOCENTE DIRECTOR:**

LCDO. ORLANDO PERAZA

**AGOSTO 2015**

SANTA ANA EL SALVADOR CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES

RECTOR

INGENIERO MARIO ROBERTO NIETO LOVO

VICE-RECTOR ACADÉMICO

MAESTRA ANA MARÍA GLOWER DE ALVARADO

VICE-RECTOR ADMINISTRATIVO

MÁSTER ÓSCAR NOÉ NAVARRETE

SECRETARIO GENERAL

DOCTORA ANA LETICIA DE AMAYA

FISCAL GENERAL

LICENCIADO FRANCISCO CRUZ LETONA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE  
AUTORIDADES

DECANO

MÁSTER RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICE-DECANO

INGENIERO WILLIAN VIRGILIO ZAMORA

SECRETARIO DE FACULTAD

LICENCIADO VÍCTOR HUGO MERINO QUEZADA

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS

LICENCIADO WALDEMAR SANDOVAL

## AGRADECIMIENTOS

A través de las siguientes líneas, quisiera expresar los agradecimientos a todas personas importantes que han estado conmigo en este proceso:

**A DIOS TODO PODEROSO:** porque simplemente sin él no somos nada. Me da ha dado la inteligencia para aprovechar todas las oportunidades en mi vida y el valor para lograr vencer cada obstáculo que se ha presentado, de esta manera le doy gracias a él porque he podido alcanzar todas mis metas.

**A MI MADRE:** Ana Margarita Tejada por el gran amor y apoyo incondicional que siempre me ha dado, por tener la fortaleza de sacar adelante a sus hijos y enseñarnos a ser mejores personas no hay palabras para agradecerte mamá.

**A MI PADRE:** Cristóbal Roberto Elizondo, por haber estado allí siempre y preocuparse por las cosas que necesitaba en lo largo de mi carrera.

**A MI PADRASTRO:** Luis Alonso Gómez: por ser mi segundo padre, por estar allí siempre que he necesitado y apoyarme en todos mis proyectos y por sus consejos.

**A MIS HERMANOS:** Marvin y Silvia, por ser un apoyo muy importante a lo largo de mi vida, se les agradece por estar al pendiente de cada situación y necesidad.

**A MIS COMPAÑERAS DE TESIS:** Jeimi, Sofía y Zuleima: por ser excelentes compañeras de grupo y trabajar siempre de esa forma tan dinámica.

**A MIS AMIGAS:** Alicia, Brenda e Iris, por darme el ejemplo y enseñarme muchas cosas que me han servido a lo largo de mi carrera, las amo mucho y les deseo lo mejor en sus vidas.

**A MI ASESOR DE TESIS: Lcdo. Orlando Peraza,** quien ha sido un excelente docente asesor y por la ayuda en todo lo que estuvo a su alcance.

**ELIZONDO TEJADA, CRISTINA CRISTABEL**

En las siguientes líneas, quisiera agradecer a todas las personas importantes que han estado conmigo a lo largo de mi formación personal y académica:

**A DIOS:** Por brindarme la sabiduría, la protección y fuerzas para afrontar todas las adversidades, por darme el regalo de la vida, gracias Señor por todas las bendiciones que me has dado.

**A MI MADRE:** Marta Alicia Urrutia de Morán, le agradezco de todo corazón por el apoyo incondicional que me ha dado desde el día en que nací más que mi madre es mi amiga, mi consuelo, mi aliento y el regalo más hermoso que Dios me ha dado; gracias por todo mami.

**A MI PADRE:** Alex Fernando Morán Linares, por el apoyo que me ha brindado en todo momento para poder formarme y ser una persona de bien, le doy gracias por ser un hombre excepcional, responsable y único lo amo con todo mi corazón.

**A MI HIJO:** Christian Fernando Girón Morán, por ser el motor que impulsa mi vida por darme las fuerzas de levantarme cada día y seguir adelante, a ti mi niño te dedico cada triunfo en mi vida gracias mi amor por existir.

**A MIS COMPAÑERAS DE TESIS:** Jeimi Solórzano, Cristina Elizondo y Zuleima Quintanilla, gracias por la oportunidad de trabajar juntas, por trabajar sin dificultades, con cooperación y dedicación; además por ser más que compañeras mis amigas.

**A MI ASESOR DE TESIS:** Lcdo. Orlando Peraza, por compartir muchos de sus conocimientos como asesor y docente en las diferentes materias que nos impartió, porque nos enseñó de una manera dinámica y alegre; además nos enseñó para nuestra vida cotidiana que hay que sonreírle a la vida y encontrar el lado positivo de cada situación. Lo admiro mucho y espero que continúe enseñando muchísimos años más, pues es el don que Dios le regalado a su vida.

**MORÁN URRUTIA, SOFÍA GABRIELA**

En los siguientes párrafos, quiero expresar los agradecimientos a todas personas importantes que han estado conmigo en este proceso:

**A DIOS EL SUPREMO: EL TODO PODEROSO,** que me ha permitido un logro más para mi vida. Él es quien ha puesto sabiduría para que yo pueda adquirir nuevos conocimientos, ha estado conmigo en todo momento sin el este logro seria en vano gracias a él soy lo que soy, todo lo que tengo el me lo ha dado y puedo decir hasta aquí me ayudado JEHOVA.

**A MI MADRE: Elda del Carmen de Hernández,** una amiga, una madre ha estado conmigo apoyándome en las buenas y en las malas, siendo ejemplo para mi diciéndome que todo lo que me proponga con la ayuda de Dios se puede lograr, la amo y agradezco sus consejos y cada motivación que me ha dado en toda mi etapa de estudiante.

**A MI PADRE: Miguel Ángel Hernández,** quien desde el principio fue en primero en motivarme a seguir estudiando una carrera universitaria apoyándome tanto moral como económicamente, siempre estaba pendiente de mi estudio teniendo una frase que nunca desistiera que yo podía que me esforzara y al final lo lograría.

**A MIS TIAS:** Arely de Rojas, Gloria Elizabeth de Rodríguez y Dinora Flores, por el apoyo que me han brindado cuando más lo necesite, porque han sido mis amigas y siempre han estado ahí



ofreciéndome su apoyo incondicional y animándome a que no estoy sola mi familia está conmigo apoyándome.

**A UN AMIGO INCONDICIONAL:** Oscar Mármol, por creer en mí y ver una futura profesional con muchos triunfos y metas por cumplir, brindarme su amistad y motivarme a cumplir mis objetivos y por ofrecerme su apoyo incondicional.

**A MIS COMPAÑERAS DE TESIS:** Jeimi Solórzano, Cristina Elizondo y Sofía Moran, gracias por permitirme ser su compañera de tesis por enseñarme muchas cosas, comprenderme en muchas ocasiones difíciles, y por compartir momentos muy bonitos juntas realizando un trabajo en equipo las quiero mucho les deseo lo mejor en éxitos y bendiciones en todo lo que emprendan.

**A MI ASESOR DE TESIS:** Lcdo. Orlando Peraza, agradecerle por aceptar ser nuestro asesor de tesis por impartir sus conocimientos y por su enseñanza acerca de temas relevantes de nuestra carrera deseo bendiciones y éxitos.

**QUINTANILLA FLORES ZULEIMA DE LOS ÁNGELES**

**A DIOS:** por darme el regalo de la vida y por permitirme llegar a este momento especial de la vida, gracias por darme la sabiduría, fortaleza, paciencia y ayudarme a realizar mis metas. Gracias por Todas las bendiciones y por regalarme una hermosa familia y buenos amigos con los cuales disfruto cada etapa de mi vida. Por darme la oportunidad de crecer en mi vida profesional y la sabiduría necesaria para saber actuar en todos los momentos de mi vida; gracias.

**A MI MADRE:** Lucia Monroy Martínez, sé que no existe la forma de agradecerte todo lo que haces por mí, la lucha y sacrificio para que cada día sea una mejor persona, por su amor incondicional a lo largo de mi vida, sin su apoyo el logro de mis metas no hubieran sido posibles, por haber estado siempre conmigo en todo momento, gracias por la paciencia y creer en mí. Eres el tesoro más grande de mi vida; te amo.

**A MI PADRE:** Francisco Alcides Solórzano, por darme la vida y por guiar mis pasos. Aunque ya no estés conmigo este logro también te lo debo a ti, ya que eres una de las personas más importantes de mi vida. Por ser mi inspiración en momentos difíciles de mi vida, con todo mi amor; gracias.

**A MIS COMPAÑEROS DE TESIS:** Sofía, Zuleima y Cristabel por compartir esas noches de trabajo, diversión, por su amistad, comprensión y apoyo incondicional. Sin su apoyo no hubiera sido posible este triunfo.

**A MIS SOBRINOS:** Leny y Owen por su amor y regalarme momentos de alegría a mi vida; los amo mis niños.

**A MI ASESOR DE TESIS:** Lcdo. Orlando Peraza, por orientarnos para poder lograr este triunfo y tener deseos de salir adelante, por la paciencia y siempre mostrar una sonrisa, y ayudarnos en todo lo que estuvo a su alcance.

**SOLÓRZANO MONROY, JEIMI IVETH**

# CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....i

## **CAPITULO I "GENERALIDADES Y ANTECEDENTES DE LA MIEL DE ABEJA Y COOPERATIVAS APICULTORAS DE EL SALVADOR"**

1.1 RESEÑA HISTORIA DE LA MIEL DE ABEJA.....	2
1.2 COMPOSICIÓN DE LA MIEL DE ABEJA .....	4
1.3 CLASIFICACIÓN DE LA MIEL DE ABEJA .....	6
1.3.1 Según su Origen Botánico.....	6
1.3.2 Según el Procedimiento de Cosecha.....	6
1.3.3 Según su Presentación.....	7
1.4 BENEFICIOS DE LA MIEL DE ABEJA PARA EL SER HUMANO.....	8
1.5 USOS DE LA MIEL DE ABEJA PARA EL HOMBRE.....	9
1.6 PROCESO PRODUCTIVO .....	10
1.6.1 Instalación de núcleos.....	11
1.6.2 Preparación de colmenas.....	12
1.6.3 Mantenimiento de las abejas.....	13
1.6.4 Alimentación de las abejas.....	14
1.6.5 Extracción de miel.....	15
1.6.6 Envasado y almacenado de la miel.....	16
1.7 PRODUCCIÓN NACIONAL .....	17
1.8 REGIONES PRODUCTORAS DE EL SALVADOR.....	18
1.9 EXPORTACIÓN DE MIEL EN EL SALVADOR.....	19
1.10 PRECEDENTES DE LA INDUSTRIA APICULTORA EN EL MUNDO .....	23
1.10.1 Historia de la apicultura.....	23
1.10.2 Desarrollo de la apicultura de El Salvador.....	26
1.10.3 Ventajas y limitantes del sector apícola salvadoreño .....	28

1.11 FODA DE LA INDUSTRIA APÍCOLA EN EL SALVADOR .....	30
1.12 APORTE DE LA APICULTURA EN LA ECONOMÍA SALVADOREÑA .....	31
1.13 ASPECTOS LEGALES DE LA INDUSTRIA APÍCOLA DE EL SALVADOR.	32
1.14 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA INDUSTRIA APÍCOLA SALVADOREÑA.....	33
1.14.1 Ministerio de Ganadería y Agricultura (MAG) .....	34
1.14.2 Comisión Nacional Apícola de El Salvador (CONAPIS)	35
1.14.3 Cooperativas apícolas.....	36
1.14.4 Empresas exportadoras de miel de abeja.....	39
1.14.5 Empresas procesadoras de miel.....	40
1.14.6 Instituciones de apoyo del sector apicultor de El Salvador.....	43

**CAPITULO II "CONCEPTUALIZACIÓN Y REQUERIMIENTOS DE LOGÍSTICA,  
COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIAS QUE INVOLUCRAN LA EXPORTACIÓN"**

INTRODUCCIÓN.....	52
2.1 DEFINICIÓN DE PRONTUARIO .....	53
2.2 COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS .....	53
2.3 TIPOS DE COMERCIALIZACIÓN .....	54
2.4 FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN .....	55
2.5 COMPONENTES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS .....	56
2.6 COMERCIO INTERNACIONAL .....	57
2.7 DEFINICIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL .....	57
2.8 HISTORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.....	58
2.9 VENTAJAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL .....	60
2.10 ACUERDOS COMERCIALES ENTRE PAÍSES .....	61
2.10.1 Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles.....	62
2.10.2 La Organización Mundial de Comercio.....	62
2.11 ACUERDOS COMERCIALES PREFERENCIALES .....	63

2.11.1	Área de libre comercio .....	63
2.11.2	Unión aduanera .....	65
2.11.3	Mercado común .....	65
2.11.4	Unión económica .....	65
2.12	TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE CENTROAMERICA Y LA UNIÓN EUROPEA .....	66
2.13	OBJETIVOS DE LA NEGOCIACIÓN DEL ACUERDO DE ASOCIACIÓN CENTROAMÉRICA-UNIÓN EUROPEA .....	67
2.14	IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL ACUERDO .....	68
2.15	EXPORTACIÓN .....	70
2.15.1	Formas de exportar productos o servicios .....	71
2.15.2	Exportación directa .....	71
2.15.3	Exportación indirecta .....	72
2.15.4	Exportaciones mixtas .....	73
2.15.5	Ventajas de la exportación .....	73
2.15.6	Desventajas de la exportación .....	74
2.16	REQUISITOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MIEL DE ABEJA EN EL SALVADOR .....	75
2.16.1	Documentación requerida para exportación de miel de abeja a la Unión Europea .....	75
2.16.2	Regulaciones especiales para exportar miel de abeja .....	76
2.17	INCENTIVOS QUE BRINDA EL SALVADOR PARA EXPORTAR .....	78
2.18	ORGANIZACIONES QUE APOYAN LA EXPORTACIÓN EN EL SALVADOR .....	79
2.19	REGULACIÓN ARANCELARIA .....	79
2.19.1	La clasificación arancelaria .....	80
2.19.2	Clasificación arancelaria de El Salvador .....	81
2.19.3	Importancia de conocer el inciso arancelario de las mercancías .....	83
2.20	REGLAS DE ORIGEN .....	84
2.20.1	Certificados de origen .....	85
2.21	BARRERAS ARANCELARIAS .....	86

2.22 REGULACIONES NO ARANCELARIAS .....	86
2.23 LOGÍSTICA INTERNACIONAL .....	90
2.23.1 Definición de Logística Internacional .....	90
2.23.2 Importancia .....	91
2.23.3 Ventajas .....	91
2.23.4 Desventajas .....	92
2.24 TIPOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL .....	94
2.24.1 El transporte terrestre .....	95
2.24.2 El transporte marítimo .....	96
2.25 CANAL DE DISTRIBUCIÓN .....	97
2.25.1 Definición .....	97
2.25.2 Clasificación .....	97
2.25.3 Funciones de los canales de distribución .....	100
2.25.4 Factores a considerar a la elección del canal .....	101
2.26 LOS INCOTERMS .....	101
2.26.1 Principales costos y gastos en la compraventa internacional .....	102
2.26.2 Categorizaciones de los Incoterms .....	103
2.26.3 Objetivo fundamental de los Incoterms .....	107
2.26.4 Esquema jurídico de los Incoterms .....	108
2.27 MEDIOS DE PAGO INTERNACIONAL .....	110
2.27.1 Criterios para elegir un medio de pago .....	114
2.28 ESTRATEGIA DE PRODUCTO PARA LA EXPORTACIÓN .....	114
2.28.1 Definición de estrategia .....	115
2.28.2 Tipos de estrategia de los productos .....	115
2.29 DEFINICIÓN DE MARCA .....	116
2.29.1 Beneficios de crear una marca .....	116
2.29.2 Importancias de crear una marca .....	117
2.29.3 Técnicas para la creación de una marca .....	118
2.30 LOGOTIPO COMO UNA ESTRATEGIA DE PRODUCTO .....	119
2.30.1 Definición de logotipo .....	119
2.30.2 Beneficios de un logotipo .....	119

2.30.3 Técnicas para la creación de un logotipo.....	120
--	-----

**CAPITULO III "DIAGNÓSTICO DEL CONOCIMIENTO Y OTROS ASPECTOS  
IMPORTANTES QUE POSEEN LOS SOCIOS DE LAS COOPERATIVAS  
APICOLAS DE LA ZONA OCCIDENTAL DE EL SALVADOR CON RESPECTO A  
LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN"**

INTRODUCCIÓN.....	123
3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	124
3.1.1 Objetivos de la investigación.....	124
3.1.2 Alcances de la investigación.....	125
3.1.3 Tipo de investigación.....	126
3.1.4 Determinación de la población y muestra.....	127
3.1.5 Fuentes de información.....	129
3.1.6 Recolección de datos.....	130
3.1.7 Procedimiento para la recolección de datos.....	131
3.1.8 Análisis e interpretación de datos.....	131
3.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA COOPERATIVA ACOAPICHAPA DE R.L. .	153
3.3 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	156
3.4 CONCLUSIONES .....	156
3.5 RECOMENDACIONES .....	159

**CAPITULO IV "PRONTUARIO DE EXPORTACIÓN, LOGÍSTICA Y  
ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA  
MIEL DE ABEJA QUE PRODUCEN LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS  
APICULTORAS DE LA ZONA OCCIDENTAL DE EL SALVADOR"**

INTRODUCCIÓN.....	163
RESUMEN EJECUTIVO.....	164
OBJETIVO DEL PRONTUARIO.....	165



OBJETIVO GENERAL .....	165
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	165
4.1 MERCADO META .....	167
4.1.1 Entorno general.....	167
4.1.2 Factores económicos.....	168
4.1.3 Factores sociales culturales.....	169
4.1.4 Hábitos de consumo de miel de abeja.....	170
4.2 PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA "MIEL ABEJA DE ORO EN EL MERCADO SALVADOREÑO" .....	171
4.2.1 Estrategia de posicionamiento de marca.....	172
4.2.2 Propuestas para la identidad corporativa.....	173
4.2.3 Comunicación de la estrategia de posicionamiento..	174
4.3 GUIA DE TRÁMITES DE EXPORTACIÓN.....	176
4.3.1 Primer paso.....	176
4.3.2 Segundo paso.....	178
4.3.3 Tercer paso.....	178
4.3.4 Cuarto paso.....	178
4.3.5 Quinto paso.....	180
4.3.6 Sexto paso.....	180
4.3.7 Séptimo paso.....	181
4.3.8 Octavo paso.....	182
4.3.9 Noveno paso.....	183
4.4 PROCEDIMIENTO DE TRÁMITES ADUANEROS DE EXPORTACIÓN .....	186
4.4.1 Régimen Aduanero a utilizar.....	186
4.4.2 Procedimiento de trámites en aduana.....	188
4.5 SUGERENCIAS PARA PROCESO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN DE LA MIEL DE ABEJA .....	190
4.5.1 Canal de distribución.....	190
4.5.2 Empaque para exportación de miel.....	193
4.5.3 Embalaje.....	193
4.5.4 Almacenaje.....	194
4.5.5 Tipo de transporte.....	195

4.5.6 Empresa naviera a contratar.....	196
4.5.7 Ruta de el salvador hacia Alemania.....	197
4.5.8 Incoterms a utilizar.....	199
4.5.9 Medios de pago internacional.....	200
4.6 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN .....	201
GLOSARIO.....	203
ANEXOS.....	214
BIBLIOGRAFÍA.....	233

# INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la exportación cobra mayor importancia para las empresas, quienes deciden exportar como una necesidad de crecimiento y rentabilidad a largo plazo.

La actividad exportadora no es una actividad eventual o de corto plazo que responde a situaciones circunstanciales, por el contrario es una actividad que exige una visión de mediano plazo para la optimización de los recursos.

La exportación es un pilar muy importante y vital para las relaciones comerciales entre países, en El Salvador ha sido uno de las actividades principales que impulsa la economía nacional permitiendo el intercambio de mercancías entre las diferentes regiones y continentes.

Para las empresas que inician en el proceso de exportación, es de suma importancia conocer detalladamente cada paso a seguir para realizar dicha actividad con éxito, tener en cuenta los requerimientos legales para registrarse como un exportar, la logística que se lleva a cabo en cada etapa del proceso, la documentación requerida por el país de origen y de destino; además establecer estrategias efectivas que permitan el ingreso a mercados internacionales exitosamente.

En el presente trabajo de grado, se expondrá un prontuario de exportación, logística y estrategias para comercialización de la industria de miel de abeja que producen las sociedades cooperativas apicultoras de la zona occidental de El Salvador en el cual se detallarán herramientas teóricas y prácticas,



con el fin de lograr que cualquier asociación cooperativa pueda expandirse hacia otros mercados.

Se realizó una investigación en la zona occidental de El Salvador para conocer la situación actual de las sociedades cooperativas y poder brindar aportaciones, la investigación se efectuó a la cooperativa ACOAPICHAPA de R.L, debido a que es la cooperativa que se encuentra situada en la zona delimitada para el estudio.





# CAPITULO I

"GENERALIDADES Y  
ANTECEDENTES DE LA  
MIEL DE ABEJA Y  
APICULTURA DE EL  
SALVADOR"



## INTRODUCCIÓN

**E**n el capítulo se muestran aspectos generales relacionados con la miel de abeja, sector apicultor salvadoreño y exportación de miel.

Inicialmente se presenta los conceptos y una reseña histórica acerca de la miel de abeja, su composición, diversos usos y beneficios que contiene para el ser humano. Además se describe el proceso productivo que lleva a cabo la miel de abeja detallando todos los elementos que influyen directamente para la extracción.

Los temas detallados dentro del capítulo brindaran los conocimientos necesarios acerca de la miel de abeja que es producida en el país de El salvador por lo que se describe la producción nacional, y las exportaciones de miel en El Salvador.

Es importante tener claro que existen diferentes instituciones que apoyan el crecimiento del sector apicultor en El Salvador los cuales ayudan para que las micro empresas pueden desarrollarse y expandirse tanto a nivel nacional como internacional.



## 1.1 RESEÑA HISTORIA DE LA MIEL DE ABEJA

Antes de conocer la historia de la miel y sus generalidades, es necesario saber que es la miel; según el diccionario de castellano de consulta libre si se analiza etimológicamente la palabra miel viene del latín mel del griego meli derivándose de ellas la palabra miel.

La miel de abeja se define como "el producto alimenticio producido por las abejas melíferas a partir del néctar de las flores o de las secreciones procedentes de partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que quedan sobre partes vivas de las mismas, que las abejas recogen, transforman, almacenan y dejan madurar en los panales de la colmena.

A continuación se describen diferentes referencias históricas de la miel de abeja si bien no se conoce una historia general de ella, lo cierto es que es una sustancia que se encuentra presente desde la antigüedad entre las historias más conocidas del origen de la miel encontramos la historia que se origina de citas bíblicas, un ejemplo de ello son los antiguos egipcios o los griegos se referían a la miel como un producto sagrado, hasta llegar a servir como forma de pago de los impuestos.

También se encuentra la historia maya la cual es sumamente interesante ellos cortaban los troncos en donde existían panales, los transportaban al alero de su vivienda y los





cuidaban hasta el momento de la cosecha; los mayas utilizaron la miel como recurso en la fabricación del BALCHE, bebida que incluía además de la miel, corteza del bacheé y agua; era utilizada en los rituales religiosos.

La miel ha sido utilizada también como moneda y objeto de un intercambio en el comercio; esta práctica ha sido utilizada en numerosas culturas en el mundo.

Otra historia de la miel es originada por (Aristoteles, 1990) afirmó lo siguiente:

Las abejas primeramente elaboran el panal de miel, luego depositan en él la cría, sacándola por la boca, según discuten algunos, concretamente todos aquellos que afirman encontrar en otro sitio, y luego para sustento suyo la miel de verano y la de otoño.

Remontándonos en una historia general de la miel según (Zepeda N. , Economía de la ciencia, 2010) afirma que desde hace 6,000 años A.C. las civilizaciones antiguas como la egipcia, griega, italiana, palestina y otras del continente asiático, conocieron la apicultura, considerándola como una industria de altos ingresos; después de Cristo, la apicultura se difundió en la mayoría de los países Europeos, tomando mayor auge en los años 1800, en adelante.

En 1983, se descubrió que las abejas contribuyen en la polinización de las plantas; en tiempos remotos en el Medio Oriente, en zonas calurosas, secas y abiertas sin forestación, se desarrollaron las primeras colmenas en vasijas de barro donde casualmente se acomodaban algunos





enjambres los cuales se fabricaron durante todo el Período Neolítico; en el Antiguo Egipto y en regiones próximas se usaron colmenas de caños, entendiéndose éstos como tubos largos hechos de barro y otros materiales colocados en forma horizontal y apilados uno junto a otro.

Estas colmenas primitivas cumplieron ciertas funciones necesarias como proteger a las colmenas y a sus panales del viento, de la lluvia, de los calores y fríos extremos.

En Egipto se han encontrado registros históricos en mayor número que en otras partes del mundo. Muchas tumbas de los primeros faraones tienen figuras y gráficos de abejas, esto denota la antigüedad de la miel que diferentes épocas, culturas e historias que pueden compartirse.

## **1.2 COMPOSICIÓN DE LA MIEL DE ABEJA**

La miel de abeja por ser un producto de consumo alimenticio se compone, según su origen botánico, de diferentes azúcares, sobre todo de glucosa y fructosa. Además, contiene proteínas, aminoácidos, encinas, ácidos orgánicos, sustancias minerales, polen, así como también sacarosa, maltosa, melecitosa, dextrinas, trozos de hongos, algas, levaduras y otras partículas sólidas resultantes de la obtención de la miel. No se puede dar una formulación específica de la miel, ya que su composición varía de un lugar a otro en donde se produce, sin embargo la composición química que se da en la mayoría es la que se detalla a continuación:



**Tabla 1 "Componentes de la miel de abeja"**

Composición	Porcentaje
Agua	17.70
Lebulosa	40.50
Glucosa	34.02
Sacarosa	1.90
Dextrina y gomas	1.51
Cenizas	0.18
Otros	4.19

**Fuente:** (Gómez, 2007) "Consultoría tributaria de una cooperativa dedicada a la exportación miel de abeja" pag.3

**Tabla 2 "Valor nutricional de la miel de abeja"**

Componente	Cada 100 gramos de miel
Aporte calórico	302 kilocalorías
Proteínas	0.38 gramos
Hidratos de carbono	75.1 gramos
Vitamina B1	0.003 mg.
Vitamina B2	0.05 mg
Vitamina B6	0.16 mg
Vitamina C	2.4 mg
Calcio	5.9 mg
Sodio	2.4 mg
Ácido fólico	5 µg
Yodo	0.5 µg.
Potasio	45 mg
Fósforo	4.9 mg

**Fuente:** (Natural)



### 1.3 CLASIFICACIÓN DE LA MIEL DE ABEJA

La miel de abeja se puede clasificar de diferentes formas especificándose cada uno a continuación.

#### 1.3.1 Según su Origen Botánico

Por su origen botánico se habla de las especies de plantas que usaron las abejas para producir su miel; por su origen geográfico las mieles se clasifican de acuerdo a la región de donde provienen y a la flora de dicha región.



❖ **Miel de Flores:** Es la obtenida principalmente de los néctares de las flores y se distinguen: Mieles uniflorales o monoflorales y mieles Multiflorales, poliflorales, mil flores o cien flores.

❖ **Miel de Mielato:** Es la obtenida primordialmente a partir de secreciones de las partes vivas de las plantas o de excreciones de insectos succionadores de plantas que se encuentran sobre ellas.

#### 1.3.2 Según el Procedimiento de Cosecha

Las colmenas se preparan durante todo el año para la cosecha miel, el objetivo es obtener la mayor cantidad y calidad de miel para su comercialización.



- ❖ **Miel Escurrida:** Es la miel obtenida por escurrimiento de los panales desoperculados, sin larvas.
  
- ❖ **Miel Prensada:** Es la miel obtenida por prensado de los panales sin larvas.
  
- ❖ **Miel Centrifugada:** Es la miel obtenida por centrifugación de los panales desoperculados, sin larvas.
  
- ❖ **Miel Filtrada:** Es la que ha sido sometida a un proceso de filtración sin alterar su valor nutritivo.

### 1.3.3 Según su Presentación

Esta clasificación presenta la miel al momento de ser comercializada, puede variar la presentación de esta de la siguiente forma.

- ❖ **Miel:** Es la miel en estado líquido, cristalizado o una mezcla de ambas.
  
- ❖ **Miel en el panal o miel en secciones de panal:** Es la miel almacenada por las abejas en celdas operculadas de panales nuevos, construidos por ellas mismas que no contengan larvas y comercializada en panal entero o secciones de tales panales.



- ❖ **Miel con trozos de panal:** Es la miel que contiene uno o más trozos de panales con miel, exentos de larvas.
  
- ❖ **Miel cristalizada o granulada:** Es la miel que ha experimentado un proceso natural de solidificación como consecuencia de la cristalización de la glucosa.
  
- ❖ **Miel cremosa:** Es la miel que tiene una estructura cristalina fina y que puede haber sido sometida a un proceso físico que le confiera esa estructura y que la haga fácil de untar. (Guimenez)

#### 1.4 BENEFICIOS DE LA MIEL DE ABEJA PARA EL SER HUMANO

Las abejas recogen el néctar de las flores y de ahí elaboran la miel, podemos decir que las propiedades curativas de la miel de abejas son muchas y debemos aprovecharlas. Por las propiedades que posee es utilizada como un remedio curativo desde tiempos remotos, ya que desde hace mucho tiempo se la reconoce como antiséptica, dietética, edulcorante, tonificante, calmante, laxante y diurética.

La miel es una sustancia que contiene un gran nivel de proteínas y es muy curativa y esto es comprobado científicamente, es una gran fuente de energía aparte es muy eficaz en la lucha de enfermedades cardíacas y es depurativa del organismo.

El beneficio del consumo de la miel de abeja se relaciona directamente con el efecto de sus componentes nutritivos sobre el organismo. Los beneficios de la miel para la salud



han cosechado una gran cantidad de seguidores a tal punto que muchos ya que se han adoptado como un sustituto del azúcar. Es necesario ser prudente en el consumo de la miel de abeja si se tiene colesterol o triglicéridos altos, ya que como otros azúcares favorece la formación de grasas. En cambio, es excelente para tratamientos de belleza en la piel, de allí que resulte un componente habitual de mascarillas y otros trucos caseros y naturales, tanto para el cutis como para el cabello.

### **1.5 USOS DE LA MIEL DE ABEJA PARA EL HOMBRE**

Por muchos años el hombre ha usado la miel para diferentes áreas de la vida entre ellas las siguientes:

- ❖ En la gastronomía su mayor utilización es como endulzante natural mayor poder edulcorante que el azúcar, se hacen diversos tipos de caramelos de miel o con miel como ingrediente.
- ❖ Se utiliza como ingrediente para la preparación de otros alimentos, en la industria de la panadería y de pasteles se usa como humectante para su elevada capacidad de retener agua evitando que estos productos se resequen rápidamente. En bebidas alcohólicas a base de miel denominas como sidra, vino o cerveza de miel también se realiza vinagre.
- ❖ Es importante para la salud ya que a partir de la incorporación de la miel en cremas y ungüentos para la



piel se hace uso de sus propiedades cicatrizantes y humectantes. En casos de la tos la miel tiene un efecto expectorante y antitusígeno se le recomienda en casos de úlceras gástricas. Con el consumo de la miel se obtienen efectos positivos en el sistema cardíaco ya que favorece la producción de fosfatos orgánicos que regulan el ritmo cardíaco y estimula la irrigación coronaria. Por ser rica en minerales y oligoelementos influye positivamente sobre las enfermedades reumáticas, estimula el metabolismo hepático, por lo cual tiene un efecto desintoxicante en todo el organismo y es un extraordinario reconstituyente.

- ❖ La miel en la actualidad tiene muchos usos en cosmética y presenta en diferentes botes de cremas, shampoo, mascarillas, etc. Su uso generalmente está asociado a algunas de estas funciones: Para cutis seco, para cutis grasos, manchas en la piel, jabones para manos y cuerpo, jabones líquidos para el tratamiento del cabello. (Doc. Jose Armando, 2008).

## 1.6 PROCESO PRODUCTIVO

Consiste en cada una de las etapas o fases que se deben de llevar a cabo para la producción y comercialización de miel de abeja.

Para que las colmenas produzcan al máximo, requieren de la aplicación de labores cuidadosas, que tienen por objeto atender a las





colmenas desde su instalación hasta la extracción de la miel, todo esto apoyado por la experiencia que poseen los apicultores.

Básicamente, una colonia de abejas se compone de un enjambre de varios miles de obreras (hembras sexualmente inmaduras), una reina (una hembra sexualmente desarrollada), y según la población de la colonia, un número indeterminado de zánganos (machos sexualmente desarrollados). En el interior de una colmena están definidas claramente tres categorías de abejas, que son: Una reina, aproximadamente sesenta mil obreras y cuatrocientos zánganos. Las abejas además de producir miel, también son importantes en la agricultura, en virtud de que a través de ellas se logra la polinización de los cultivos y la preservación de la ecología. A continuación se describe el proceso de producción:

### **1.6.1 Instalación de núcleos**

En esta etapa se debe buscar el terreno adecuado, es decir donde existe suficiente néctar o floración, ya que esto estimula a las abejas para que se mantengan ocupadas en su ir y



venir de la colmena a las flores, pero si el flujo de néctar se interrumpe, las abejas obreras se encontrarán propensas al pillaje y al ataque.





### 1.6.2 Preparación de colmenas

La colmena está compuesta o hecha de madera, conformada con las siguientes partes:



- ❖ La cámara de cría está compuesta "por uno o dos cajones, con diez marcos cada uno, se juntan, se pegan y clavan en ambas direcciones, en todas las esquinas. Para su mejor preservación, puede tratarse previamente a su uso con una solución de pentaclorofenol.
- ❖ Existen diez marcos cuelgan de marcos, dentro de la cámara de cría y el alza de miel. Este tipo de marco mantiene separados los panales entre sí, impide aplastar abejas que se encuentran en el espacio de dos panales. Además permite la colonización de cuatro hilos de alambre galvanizado de calibre 28, que sirven de soporte a las láminas de cera estampada, ayuda a la formación de panales más resistentes y durables.
- ❖ El alza de miel es una de las partes más importantes de la colmena, sirve como depósito de miel y para lograr una mejor distribución de la población, evita que las abejas se amontonen en el área de cría. Tiene las mismas dimensiones de la cámara de cría, pero usa sólo nueve u ocho marcos.



- ❖ La entre-tapa generalmente se construye con un pliego de dura panel de  $\frac{1}{2}$ , calzado en un marco de una pulgada de grueso. En el centro tiene un agujero alargado, donde se puede insertar un escape de abejas.
  
- ❖ La tapadera está formado por una lámina y un marco de madera, que cubre la entretapa y parte del alza. Protege la colmena de los efectos de la lluvia y del sol.
  
- ❖ Excluidor de reinas es una rejilla construida generalmente con reglas de madera de  $\frac{3}{4}$ " y alambre de calibre 24. Los alambres van paralelos, con una distancia de 0.456 centímetros entre sí. Permiten el paso de las abejas obreras, pero no el de las reinas y zánganos; los excluidores se pueden construir también con malla de alambre número cinco, o con rejillas de madera".

### **1.6.3 Mantenimiento de las abejas**

Para obtener un mejor rendimiento en la producción de miel, se debe inspeccionar cada colmena, por lo menos cada quince días, en virtud que existen enfermedades que pueden afectar la reproducción, para lo cual deben aplicar tratamientos sanitarios preventivos, por ejemplo apistán, cal viva y otros.



#### 1.6.4. Alimentación de las abejas

Para el mantenimiento de apiarios en buenas condiciones existen dos formas de alimentación la cual se dividen en alimentación natural y artificial.

##### ❖ La Alimentación denominada natural:

Es producida y se encuentra en distintas piezas de la flor, generalmente en la base de los pétalos y de los órganos de reproducción. Por su localización estos néctares reciben el nombre de nupciales



los cuales segregan un líquido más o menos azucarado, el néctar que las abejas recogen con avidez para transformarlo en miel. A estas plantas se les llama plantas melíferas o nectaríferas. Dentro de las plantas melíferas que contienen el néctar se encuentra, el aguacate, conacaste, flor amarilla, encino, pino, ciprés, jocote, mango, eucalipto, anona, maíz, café y otros. Los insectos necesitan para subsistir ciertas sustancias, tales como azúcares, grasas, proteínas, minerales, vitaminas y agua. El néctar con sus azúcares le proporciona energía para desarrollar las actividades de la colonia. El polen por su riqueza proteínica, viene a completar la dieta con lo cual elaboran la jalea real, papilla que destinan a la alimentación de las larvas y de la reina.



### ❖ La alimentación artificial

En temporada de invierno los productores alimentan a las abejas con azúcar, por razones climáticas de nuestro país, no existen flores durante este lapso de tiempo. Para realizar esta



alimentación se utiliza un alimentador, existen de diferentes tipos, en los apiarios localizados en zonas ya invadidas por abejas, se necesita el uso de los alimentadores de tipo individual, es decir cada colmena con el suyo. Se coloca a un lado de la entrada y salida de las abejas, un frasco lleno de agua con azúcar, todo esto con la cantidad adecuada necesaria para cada colmena.

#### 1.6.5 Extracción de miel

Para poder extraer la miel de cada panal se necesita un extractor de miel, aparato que puede ser elaborado manualmente o de fábrica; ahumador llamado pico de pato, que funciona con el aire circulante, se cuelga del alza



de la colmena cubierta y expulsa el humo hacia abajo, produce gran cantidad de humo y se mantiene encendido por largo



tiempo; cepillo para poder limpiar los marcos y sus estampadores, con dichos instrumentos se extrae la miel y se traslada a toneles en los que se seguirá el proceso en el lugar indicado o bodega, se procede a realizar la filtración en depósito especial.

- ❖ **Traslado de la miel:** Es necesario transportar la miel del centro de producción hacia el lugar donde se almacena y filtra.
- ❖ **Filtrado de la miel:** Este proceso es con el fin de depurar la miel y cumplir con el control de calidad y para que la venta tenga aceptación.
- ❖ **Decantación de la miel:** Este es un proceso que debe realizarse y consiste en la purificación de la miel y éste se efectúa llevando la miel al depósito, dejándola un promedio de quince días para lograr que las impurezas que permanecen después del filtrado puedan quitarse.

#### **1.6.6 Envasado y almacenado de la miel**

Seguidamente se procede al envasado, en sus dos presentaciones (botella y tonel) y almacenarlo ya con sus respectivas etiquetas y empacados en cajas, en lo que respecta a botellas, y en toneles sellados para la venta. (Gómez, 2007)



## 1.7 PRODUCCIÓN NACIONAL

La apicultura en El Salvador es una actividad que produce importantes beneficios en la creación de empleos, generación de divisas, fuente de alimentos y de medicina natural popular. La apicultura en El Salvador en su mayoría son micros y pequeños apicultores, agrupados a través de cooperativas o asociaciones también operan algunos productores independientes. La Apicultura trae beneficios a la agricultura y al medio ambiente (recursos forestales) a través de la polinización.

(Gobierno, Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2013) Indica que se cuentan con 900 colmenas que producen alrededor de 26,970 botellas, las cuales se venden en el mercado local a \$3.00 la botella, mientras que en el mercado de exportación se cotiza a \$2.50 la botella.

En El Salvador, en la cosecha 2012/2013 se obtuvieron alrededor de 1,978 toneladas métricas de miel de abeja. De acuerdo con la Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT), el 80 por ciento de la miel producida en El Salvador se exporta a Europa. El Salvador ocupa el segundo lugar en la región en cuanto a producción de miel, después de Guatemala, que es el mayor productor a nivel centroamericano.

A continuación se presenta las estadísticas de la producción de la miel a nivel centroamericano.



**Tabla 3: Producción en toneladas de miel de abeja en países centroamericanos**

**Periodo: Año 2000-2010**

País/años	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Guatemala</b>	1,445	1,450	1,500	1,900	1,650	1,500	1,459	3,443	3,446	3,505	3,500
<b>El Salvador</b>	1,070	1,212	1,660	1,799	2,362	2,508	2,026	2,128	2,237	2,237	2,2500
<b>Costa Rica</b>	1,462	1,260	1,298	1,270	1,243	1,1176	1,300	1,162	1,139	1,149	1,100
<b>Nicaragua</b>	370	380	985	390	385	400	470	449	471	490	460
<b>Honduras</b>	167	170	120	119	118	117	120	118	115	122	130
<b>Belice</b>	78	43	47	53	38	31	49	48	29	59	60
<b>Panamá</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	4,592	4,515	5,010	5,531	5,796	5,732	5,424	7,348	7,343	7,562	7,450

**Fuente:** (Cerón, 2012)

Como se puede observar hasta el 2006 Guatemala se encontraba como el mayor productor de miel a nivel centroamericano, en el 2007 El Salvador se ubica como el mayor productor de miel con crecimiento constante.

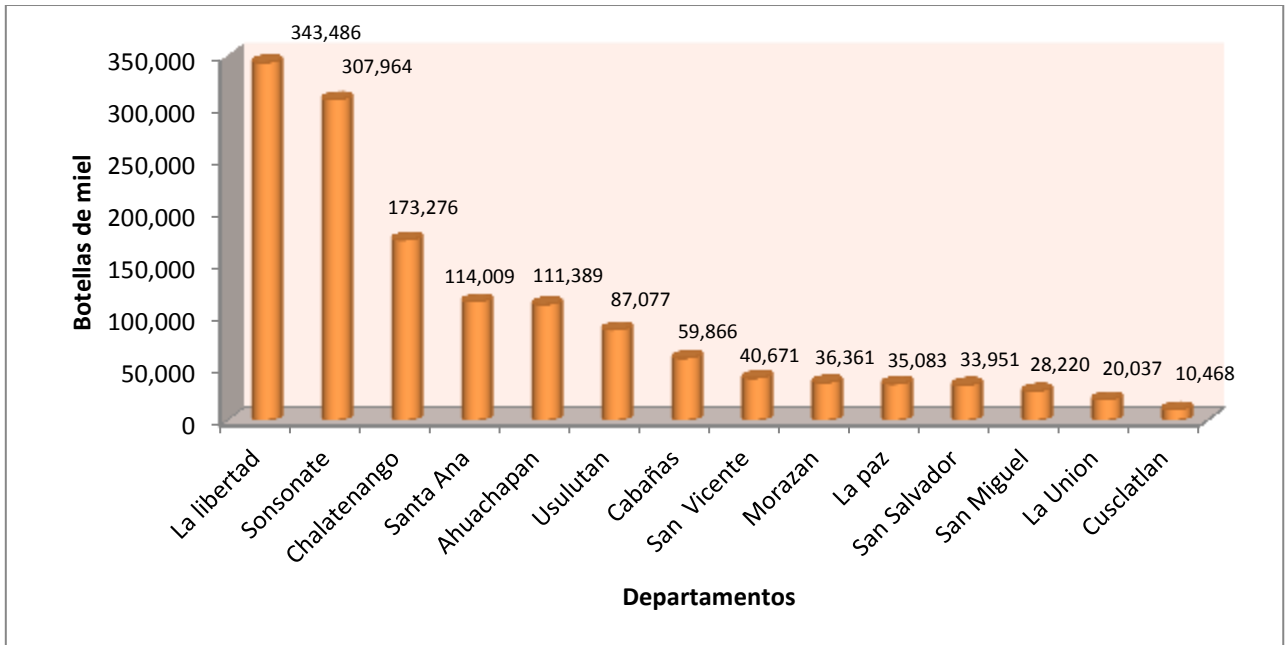
### 1.8 REGIONES PRODUCTORAS DE EL SALVADOR

El Salvador cuenta con una cantidad considerable de apiarios y colmenas distribuidos geográficamente en todo el territorio.

Según el IV censo agropecuario presentado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador los principales departamentos productores de miel de abeja son: La Libertad, Sonsonate, Chalatenango y Santa Ana en el siguiente gráfico se ilustra esta información.



**Gráfico 1: Producción de miel por departamento**



Fuente: (Gobierno, iv Censo agropecuario, 2007)

### 1.9 EXPORTACIÓN DE MIEL EN EL SALVADOR

La miel de abeja natural a granel se ha convertido en un producto importante en las exportaciones de El Salvador, colocándose la mayor parte (cerca del 90%), en Europa.

Según datos del Banco Central de Reserva en promedio desde el año 2009 al 2012, se han exportado 1,550 toneladas métricas, significando esto alrededor de 4.5 millones de dólares anuales en ingresos para el país, los países donde se comercializa este endulzante es Alemania, Inglaterra, Honduras y Costa Rica. Desde el 2013 y con la ratificación y puesta en marcha del Acuerdo con Europa, hasta el primer





semestre de este año, se exportó 2,065 toneladas métricas de miel natural, lo que significa un ingreso de 6.1 millones de dólares para el país.

En 2014 se dio un fuerte impulso, El Salvador exportó 2,237 toneladas métricas (TM) de miel de abeja, de las cuales se exportó 1,666 TM al mercado alemán específicamente.

Los volúmenes exportados de miel de abeja entre 2010-2014 presentan un comportamiento muy variable con alzas y baja pronunciada en el año 2011 - 2012, revelando inestabilidad en el mercado externo y problemas internos en la producción, en el 2013 - 2014 muestra un importante aumento, los productores esperan esta tendencia siga en crecimiento.

Los datos antes mencionados se muestran en las siguientes tablas de datos. (Gobierno, Ministerio de Agricultura y Ganadería)



**Tabla 4: Listado de países importadores de miel natural de El Salvador**

Importadores	2010	2011	2012	2013	2014
	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	1.790	1.491	1.710	2.065	2.237
Alemania	1.649	1.354	1.472	1.714	1.666
Bélgica	22	0	44	21	155
Costa Rica	83	64	107	64	128
Francia	0	67	0	44	88
Italia	0	0	0	0	44
Países Bajos (Holanda)	0	0	0	62	44
Suiza	0	0	0	0	44
España	0	0	61	44	39
Guatemala	0	0	0	0	21
Honduras	14	6	6	6	6
Armenia	0	0	21	0	0
Portugal	0	0	0	109	0
Reino Unido	22	0	0	0	0

**Fuente:** (Internacional)

El Salvador tiene la oportunidad de incrementar sus exportaciones de miel, para lograrlo debe prepararse para cumplir con los requisitos internacionales cada vez más exigentes.

En la siguiente tabla se muestra el porcentaje de exportaciones de miel.



**Tabla 5: Listado de mercados importadores para la miel natural exportada por El Salvador**

Importadores	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2010	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2011	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2012	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2013	Participación en valor en las exportaciones del país que reporta, % en 2014
Mundo	100	100	100	100	100
Alemania	92,5	91,1	85,9	81,9	74,2
Bélgica	1,3	0	2,6	1	6,9
Costa Rica	4,4	4	6,6	3	5,7
Francia	0	4,5	0	2,4	4,1
Suiza	0	0	0	0	2,2
Países Bajos (Holanda)	0	0	0	3,9	2,1
Italia	0	0	0	0	2
España	0	0	3,4	2,1	1,7
Guatemala	0	0	0	0	0,9
Honduras	0,6	0,4	0,3	0,3	0,2
Armenia	0	0	1,2	0	0
Portugal	0	0	0	5,4	0
Reino Unido	1,2	0	0	0	0

Fuente: (Internacional).



## 1.10 PRECEDENTES DE LA INDUSTRIA APICULTORA EN EL MUNDO

La apicultura es la ciencia y arte que estudia el cultivo y manejo de la abeja melífera del género *Apis*. No obstante, también se consideran otras especies de himenópteros con potencial de polinización y de producción de miel. La especie *Apis Mellifera* (sub-especies o ecotipos) es de interés especial por ser la más productiva y como consecuencia de esto, la más manejada en la apicultura a nivel mundial.

La palabra melífera significa que lleva o que tiene miel, reflejando el hecho que la planta genera el néctar, y la abeja lo recolecta y procesa en miel. Este insecto social utiliza néctar de las flores como su fuente de carbohidratos y el polen como su fuente de proteína, vitaminas, minerales y grasas.

### 1.10.1 Historia de la apicultura

Según (Carlos González, 2010), un beneficio indirecto de la actividad de pecoreo que realizan las abejas corresponde a la polinización que realizan estos insectos. El cultivo similar de otras abejas productoras de miel (melipónidos) se denomina meliponicultura. La vespicultura es la explotación de las escasas especies de avispa melíferas.

Hace más de 30 millones de años surgieron las primeras abeja que recolectaban néctar, lo condensaban y lo almacenaban en



panales en forma de miel, eran las precursoras de las abejas melíferas actuales.

Existen datos históricos que señalan la existencia de prácticas apícolas en el Periodo Predinástico de Egipto, trasladando sus colmenas en embarcaciones a lo largo del río Nilo.

Los griegos, que fundan Éfeso en el año 1100-1000 A. C. en el Asia menor en la Anatolia hoy Turquía, veneraron la apicultura dado que la diosa Artemisa (después Diana para los romanos) era representada en las monedas con el cuño de una abeja en los años 480 A. C. En la Tracia también fue muy común acuñar monedas con una abeja. Los romanos, también practicaron la apicultura y en general heredaron las prácticas helénicas e hicieron de ellas un objeto de culto. Los poetas geórgicos dedicaron obras a la descripción de los instintos, costumbres, inteligencia de las abejas y a la explotación racional de estos animales que nunca dejaron de sorprenderlos. En general, siempre en los relatos de las sociedades más avanzadas de todas las épocas, se han encontrado vestigios del conocimiento de las abejas y de la explotación racional de la miel y la cera.

La apicultura alcanzó su apogeo cuando el único elemento conocido para endulzar los alimentos era la miel. El descubrimiento de América y la plantación de caña de azúcar en las regiones tropicales de este continente, hizo decrecer sensiblemente la importancia de la apicultura.



La historia habla de la relación entre abejas y hombres desde que este fue capaz de representar escenas de su vida cotidiana. Al transformarse de cazador nómada en agricultor y pastor sedentario, se suministró de troncos de árboles, que ya ahuecados de forma natural o bien tras un laborioso trabajo de vaciado, se convertirían en un perfecto sucedáneo de las viviendas originales de las abejas. De poseer algunas colonias aisladas unas de otras a reunir las y formar con ellas un colmenar o apiarios solo había un paso, puesto que así se simplificaba mucho las labores de vigilancia de las mismas para protegerlas de sus enemigos (animales salvajes, otros hombres, etc.), proveerlas de protección contra los elementos naturales (vientos, excesivo calor o frío, incendios, etc.) o simplemente para facilitar la captura de nuevos enjambres para aumentar el número de colonias o reemplazar las que habían muerto o desaparecido por otras causas.

De esta forma el salto de recolector a cultivador, comienza una nueva etapa en la historia de la apicultura, con el desarrollo, invención o descubrimiento de nuevas técnicas de manejo, de observaciones sobre la biología de la abeja, y con un aumento de la producción de miel y cera, dos de los productos más valiosos y apreciados de los elaborados por estos insectos.

Uno de los pueblos de la antigüedad que con mayor detalle nos legaron sus técnicas apícolas fueron los egipcios. En sus bajorrelieves describen con detalle tanto el tipo de colmena utilizada como la forma de extracción de la miel y los



métodos de almacenamiento y conservación de esta. Otro de los pueblos que dedicaron más cuidados y estudios sobre la abeja fueron los griegos. Incluso entre sus vestigios arqueológicos se han encontrado restos de vasijas de cerámica que fueron usadas como habitáculos para las colonias de abejas, siendo prácticamente iguales a las utilizadas hoy en día por algunos apicultores griegos.

También los romanos tuvieron en gran estima a las abejas y a los productos de la colmena, como reflejaron en sus obras Columela, Plinio el Viejo, Varrón y otros escritores. En esos textos no solo se observa un profundo amor y admiración por las abejas y su mundo, sino que además indican ya un grado de conocimiento sobre enfermedades.

### ***1.10.2 Desarrollo de la apicultura de El Salvador***

La apicultura se inició en El Salvador en la época colonial con la introducción de las abejas melíferas conocidas como "extranjeritas", de "castilla", "negras " o "alemanas", cuyo nombre científico es *Apis mellifera*.

Posterior a la colonia, algunos apicultores importaron abejas de razas italiana y caucásica. La mansedumbre de estas razas permitió mantener colmenas en bancos colectivos y algunos casos hasta se colocaban en los patios de las viviendas rurales.

La apicultura salvadoreña creció en el siglo XIX y gran parte del siglo XX con una serie de limitantes: entre ellas la



carencia de leyes que regulen y controlen la producción, resistencia de algunos apicultores a la adquisición de nueva tecnología, la falta de uniformidad del material apícola y el inadecuado sistema de financiamiento.

En 1976, con el fin de impulsar el desarrollo apícola y otras especies, el gobierno (por medio del Ministerio de Agricultura y Ganadería) implementó un programa de especies menores. En 1980, éste programa se fortaleció con el proyecto "Fomento de la Apicultura", financiado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, mundialmente conocida como FAO (por sus siglas en inglés: Food and Agriculture Organization) por medio del cual se establecieron cinco centros apícolas para capacitación teórico-práctico para el manejo racional de apiarios. En 1984, el Banco Central de Reserva de El Salvador, abrió a través de bancos comerciales, una línea especial de créditos para la producción de miel. Estos créditos tenían bajos intereses y facilidades de pago para productores independientes o asociados, excluyendo los que se iniciaban en esta actividad, para quienes existía un fondo de desarrollo económico.

Ante la amenaza de la africanización de los apiarios, la FAO en 1985 favoreció a los apicultores con el proyecto "Apoyo al Plan de Emergencia Para el Control de Abeja Africanizada", que capacitó adecuadamente a técnicos y productores de manera que el impacto en la producción fue minimizado. Además se logró la adaptación de la mayoría de apicultores a las abejas africanizadas, ya que cambiaron la ubicación de los apiarios





y utilizaron la vestimenta protectora.

La miel producida en El Salvador es conocida internacionalmente como "la miel rubia", debido a su color, sabor y textura, características que la hacen muy apreciada en el mercado europeo. La miel salvadoreña es utilizada por los mayoristas para mezclarla con mieles de otros países, como China, y mejorar así el sabor y calidad de esta última. Actualmente la exportación de miel está dirigida en un alto porcentaje hacia el mercado de Alemania; esto se convierte en una situación poco favorable por la dependencia de un solo comprador y sobre todo porque se exporta a granel, sin mayor valor agregado. Alemania es considerada como un bróker a nivel europeo, que mezclan y envasan para distribuir a diferentes países. (Salud)

### ***1.10.3 Ventajas y limitantes del sector apícola salvadoreño***

La apicultura presenta beneficios y situaciones críticas o límites tanto para la personas que se dedican a esta actividad como para las personas que se benefician de ella con la obtención de miel, el sector apícola se pueden distinguir los siguientes ventajas y limitantes.

#### **a) *Ventajas:***

Los beneficios del sector apícola actualmente son:

- ❖ La inversión inicial es mínima.
- ❖ Las colmenas se instalan en lugares no aptas para la agricultura.



- ❖ Se puede realizar en cualquier momento.
- ❖ Pueden dedicarse a ella tanto hombres como mujeres.
- ❖ La miel de abeja puede almacenarse indefinidamente.
- ❖ Contribuye a la economía familiar.
- ❖ La polinización aumenta la producción agrícola.

**b) Limitantes:**

El clima y la deforestación han provocado que la producción de miel de abeja disminuya; en consecuencia ha bajado la exportación de miel.

Los factores climáticos como las lluvias y vientos, lavan y resecan el néctar de las flores de las que se alimentan las abejas. También la falta de bosques y espacios similares deja menos lugar para que se reproduzcan; esta es una actividad que depende en alto porcentaje de la naturaleza y hay zonas verdes que las están convirtiendo en urbanizaciones.

Las principales deficiencias del sector apícola son la tecnología y técnicas, que permitan una mayor productividad en los apiarios. Se requiere capacitar a un mayor número de apicultores y agremiados para que puedan tener acceso a asistencia técnica y así pasar de una producción de subsistencia hacia una oportunidad comercial en el mercado internacional.

Si bien es cierto que los empresarios sin mayor problema pueden comercializar la miel de abeja y sus derivados en la zona occidental de El Salvador y en el país entero, no es lo mismo a incursionar en mercados extranjeros pues estos exigen



altos estándares de calidad que frecuentemente desalientan a estos empresarios ya que no cuentan con la tecnología ni recursos necesarios para alcanzarlos he aquí el punto en el que quedan en desventaja y la mayoría opta por convertirse en proveedores de los grandes empresarios exportadores.

La anterior barrera se puede compensar con un financiamiento pero en muchas ocasiones también desconocen el proceso que deben seguir para exportar y terminan desperdiciando los recursos en un intento desordenado y sin estrategias.

Cuando un empresa desea expandir sus operaciones exportando se encuentra con dos tipos de barreras principales las cuales son las barreras arancelarias (impuesto a la importación), y las no arancelarias (cuotas de importación), esto debido a que en muchas ocasiones los países tienden a ponerse a la defensiva del producto extranjero. Las barreras arancelarias están claramente definidas en cada país. Los problemas más serios son en el campo de las barreras no arancelarias por las prácticas que discriminan el producto extranjero, controladas directa o indirectamente por el gobierno, y que tienden a restringir a alterar el volumen, la composición de los productos y el destino del comercio internacional.

### **1.11 FODA DE LA INDUSTRIA APÍCOLA EN EL SALVADOR**

El sector apícola en El Salvador cuenta con fortalezas que se han adquirido en el transcurso de los años y con muchas oportunidades de crecimiento, pero también presentan limitantes y amenazas que deber superar a continuación se



presenta el análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de la industria apícola salvadoreña.

**Ilustración 1: Análisis FODA de la industria apícola salvadoreña**



*Fuente: Contribución propia del equipo de trabajo.*

### 1.12 APOORTE DE LA APICULTURA EN LA ECONOMÍA SALVADOREÑA

La actividad apícola constituye una alternativa productiva económicamente viable que puede sustentarse en áreas de difícil solución agrícola, en terrenos accidentados como lo es El Salvador. Este tipo de producción genera ingresos a la economía familiar, produce empleo y además de ser un producto con bastante demanda extranjera.



La industria apícola es un sector importante para hacer crecer la economía, así como el ingreso económico de los apicultores, convirtiéndose en una fuente de empleo.

Con la generación de empleo que se produce en la industria apícola, al generarse este empleo contribuye a disminuir el índice delincriminal, ya que las personas tendrán una mejor alternativa para obtener mayores ingresos. Contribuye a que el país tenga una mejor imagen de estabilidad ante inversionistas internos y extranjeros por su índice de producción, de esa forma el Gobierno podrá promover mejor el país.

La industria apícola demuestra la cultura de trabajo de los salvadoreños y su afán por seguir adelante, la imaginación y el arte que el salvadoreño tiene en crear e innovar desde la materia prima hasta el producto terminado, con nuevas presentaciones y otras utilidades de los productos, con el propósito de desarrollo que tiene los salvadoreños.

La comercialización de la miel de abeja en El Salvador, además de generar empleo directo e indirecto, también contribuye a potenciar el desarrollo productivo en beneficio del crecimiento anual del Producto Interno Bruto (PIB).

### **1.13 ASPECTOS LEGALES DE LA INDUSTRIA APÍCOLA DE EL SALVADOR**

El 19 de septiembre de 2007, el Ministerio de Agricultura y Ganadería publicó en el Diario Oficial la Norma Salvadoreña Obligatoria para Miel de Abejas, la cual rige la calidad de la miel comercializada en El Salvador. Esto garantiza la



competitividad de los productos salvadoreños con el mercado internacional, ya que en esta norma se establecen todos los lineamientos y requisitos para que la miel conserve sus propiedades y sea totalmente saludable y libre de contaminantes.

Estos instrumentos jurídicos se ven reflejados en los progresos de inserción de nuestro país a la globalización mediante los diferentes tratados de libre comercio con los que se cuenta.

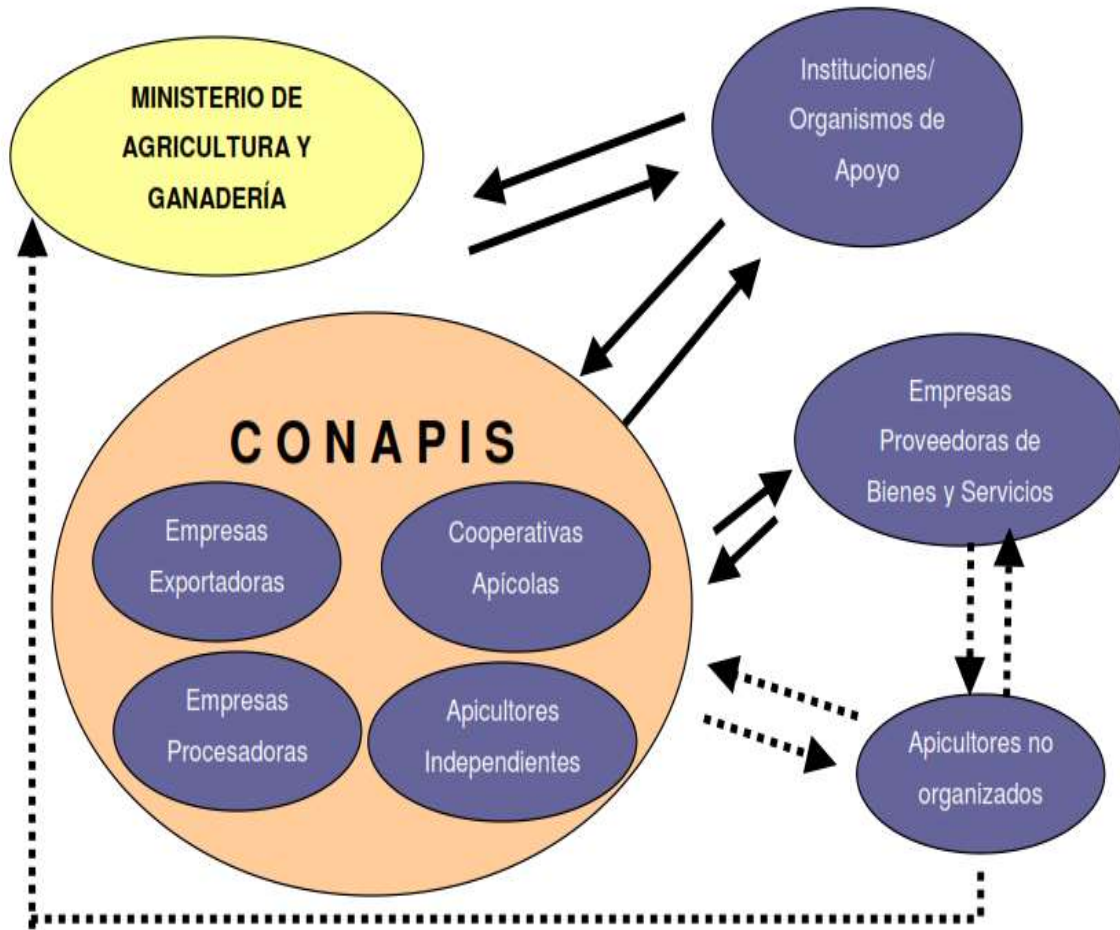
Ahora todos los empresarios salvadoreños tienen la oportunidad de expandir sus negocios al exterior, y el país está abierto para la inversión extranjera, todo gracias a ciertas leyes que apoyan y promueven las exportaciones. A continuación se detalla un resumen de ellas.

#### **1.14 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA INDUSTRIA APÍCOLA SALVADOREÑA**

Actualmente el sector apícola se encuentra organizado por las instituciones siguientes: Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Comisión Nacional de Apicultores de El Salvador (CONAPIS), cooperativas apícolas, empresas exportadoras, empresas procesadoras, apicultores independientes, instituciones y organismos de apoyo (Ministerio de Salud, Ministerio de Medio Ambiente, entre otros), empresas proveedoras de bienes y servicios. La relación que existe entre todas estas instituciones se visualizan en la siguiente figura:



**Ilustración 2: Organización de la industria apícola**



Fuente: (Avalos, 2008)

**1.14.1 Ministerio de Ganadería y Agricultura (MAG)**



El Ministerio de Agricultura y Ganadería a través de la Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal (DGSVA), impulsa la asesoría técnica respectiva en el manejo de las colmenas y la abeja, a parte que otras dependencias de dicha cartera estatal respaldan las gestiones



de cara a lograr el mejor posicionamiento de la miel natural y un buen precio en el mercado local y externo.

La comercialización de la miel con reglas claras desde su producción hasta su colocación en el mercado, propiciará un mejor desarrollo socioeconómico que se obtenga en beneficio de las sociedades de cada país. Para los apicultores, el conocer las técnicas modernas de manejo es un aliciente para continuar trabajando en su desarrollo no sólo en el manejo adecuado e inocuo de los apiarios Buenas Prácticas Apícolas (BPA), sino con la incorporación de tecnología de avanzada. El consumo de la miel a nivel mundial ha ido adquiriendo importancia debido a que constituye un producto natural más saludable que otros edulcorantes industriales.

#### **1.14.2 Comisión Nacional Apícola de El Salvador (CONAPIS)**



Fundada el 17 de abril de 1998, con la misión de promover, fomentar y proteger el sector apícola salvadoreño, mediante coordinación institucional a través de la suscripción de acuerdos y convenios, contribuyendo así al desarrollo integral de la apicultura.

Brinda servicios de facilitación a los productores en gestiones de compra de insumos, herramientas y equipos apícolas. Además de capacitación técnica especializada permanente a sus miembros.

Esta Comisión está integrada por ocho representantes de





apicultores independientes, dos representantes de empresas exportadoras de miel, un representante por cada asociación cooperativa, y dos miembros del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Los principales logros de esta comisión son: la coordinación en el uso de acaricidas para el control de la Varroasis y la elaboración de la normativa de la calidad de miel para El Salvador, por medio de un comité formado por representantes de CONAPIS, Ministerio de Economía, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Universidad de El Salvador y Universidad Centro Americana.

### **1.14.3 Cooperativas apícolas**

Según un listado de cooperativas legalmente registradas a nivel nacional se encuentran las siguientes:

❖ **Asociación Cooperativa de Comercialización Aprovechamiento Ahorro y Crédito Apicultores de Chalchuapa, de Responsabilidad Limitada (ACOAPICHAPA):** En el año 2004 nació la idea de crear la cooperativa en la mente del Sr. Profesor Santiago Hermógenes Solito, quien dio los primeros pasos de investigación para llevar a cabo el proyecto, sin embargo la idea fue retomada y llevada a la realidad por el Sr. Ing. Técnico Juan Orlando Salas.

La iniciativa del Ing. Técnico Salas y en compañía de un grupo de 22 personas, los llamados "Socios Fundadores" gracias a sus aportaciones monetarias, comienza la



cooperativa a operar, y es bautizada como ACOAPICHAPA de R.L. que significa: Asociación Cooperativa de Comercialización, Ahorro y Crédito de Apicultores de Chalchuapa de Responsabilidad Limitada nombre creado por los socios fundadores y fue el 12 de octubre del año 2006 cuando mediante un solemne acto protocolario realizado en las instalaciones de la cooperativa El Jícaro, en la jurisdicción de Atiquizaya, fue inscrita y legalizada la Cooperativa ACOAPICHAPA, donde se contó con la presencia de muchas personas, entre ellas el Sr. Profesor Humberto Avalos, dueño de la Exportadora " Mieles Joyas de Cerén" una persona destacada en el lado occidental del país. A la fecha la Cooperativa funciona un local ubicado en el by pass de Chalchuapa con una extensión de 11.32 mts. Por 13.05 de fondo y 20.00 de largo.

**VISIÓN:** Caminar a través de los obstáculos y desafíos para ser reconocidos como una cooperativa apícola líder, de éxito mediante la honestidad y la integridad en la producción de miel de excelente calidad y otros como institución de ahorro y préstamos, aprovisionamiento y comercialización de productos derivados de las colmenas, para hacer de esta actividad algo competitivo en nuestro país El Salvador y fuera de sus fronteras, de estas era estaríamos contribuyendo a la urgente necesidad de preservación de la flora del país entre ellos los cada vez más valiosos cafetales, por la polinización que la abeja ejecuta, ir a su vez trae beneficio para la fauna y así mismo se refuerza al desarrollo económico y nutricional.



**MISIÓN:** Que nuestros miembros y no miembros satisfagan sus necesidades, mediante soluciones óptimas, integrales e innovadoras a través de suministro de productos de alta calidad para sus colmenas, asistencia técnica, tecnológica o monetaria, además de capacitaciones, para alcanzar el máximo desarrollo en sus diferentes actividades apícolas, y de esta manera obtener el mayor crecimiento en rentabilidad posible en todo lo concerniente al ramo y sus derivados. Estimulando así esta actividad tan noble y productiva como lo es la apicultura, dando como resultado una sociedad de apicultores motivados, exitosos y productivos, con una mejor calidad de vida.

❖ **Asociación Cooperativa de Comercialización Aprovechamiento Ahorro y Crédito de Apicultores La Libertad, de Responsabilidad Limitada (ACAPILL de R. L.)**

El 18 de Julio de 1987 se organizó la Asociación Cooperativa de comercialización, provechamiento, ahorro y Crédito de Apicultores "La Libertad" de R. L. (ACAPILL) El Presidente actual es el señor Benito Saúl Girola y el encargado de comercialización es Oscar Armando Castro. Dicha cooperativa está formada por 20 apicultores activos (todos los socios recolectan el mismo producto y lo





venden a granel a través de la cooperativa) ACAPILL se dedica a la producción y venta de miel de abeja. Actualmente se encuentran produciendo un aproximado de 400 barriles por cosecha. ACAPILL con sede en el municipio de Ciudad Arce, departamento de La Libertad, ha sido clasificada como miel con grado "A" la máxima calificación en miel. (Iraheta, 2006).

❖ **Asociación Cooperativa de Comercialización, Producción Ahorro y Crédito de Apicultores de Chalatenango de Responsabilidad Limitada (ACOPIDECHA DE R.L.**

Es una asociación cooperativa de apicultores-productores de miel de la zona norte de El Salvador, (Chalatenango). Su misión es producir y ofrecer al consumidor nacional e internacional la miel de abejas de mejor calidad y pureza, cumpliendo con los requisitos de calidad, con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores. Poseen aprobación de los laboratorios Alemanes, lo que certifica la calidad de la miel que procesan. (ACOPIDECHA)

#### **1.14.4 Empresas exportadoras de miel de abeja**

Según el sitio web "El Salvador Trade" en su directorio de exportadores para el producto miel natural de abejas se encuentran los principales comercializadores del producto.

❖ HUMBERTO AVALOS

❖ MEJIA HERNANDEZ BENJAMIN ELIEZER



- ❖ SOCIEDAD COOPERATIVA DE APICULTORES DE EL SALVADOR, DE R.L.
- ❖ VAPE, S.A. DE C.V.
- ❖ HEALTHCO PRODUCTS, S.A. DE C.V.
- ❖ MOLAC, S.A. DE C.V.
- ❖ Asociación de Comercialización Aprovechamiento Ahorro y Crédito de Apicultores La Libertad, de Responsabilidad Limitada (ACAPILL de R. L.). (Trade, 2011).

#### 1.14.5 Empresas procesadoras de miel

La evolución de la apicultura y el apoyo de las instituciones permiten condiciones favorables para el desarrollo de las empresas procesadoras, generando beneficios para el país.

##### ❖ **Sociedad Cooperativa de Apicultores de El Salvador**

(SCAES). La sociedad Cooperativa de Apicultores de El Salvador (SCAES), Nació el 25 de septiembre de 1980, con 17



fundadores. El motivo que los indujo a agruparse fue esencialmente los precios que los exportadores querían imponer y optaron por exportar su producción. El trabajo ha sido arduo la sociedad ha venido luchando para mejorar la situación económica del sector apícola y la imagen a nivel internacional. Actualmente se cuenta con 25 miembros activos. Actualmente se cuenta con oficinas propias, plantas procesadora, montada en acero inoxidable



y al mismo tiempo su máquina envasadora. Dicha planta es considerada como la mejor a nivel regional. Las principales actividades de SCAES son la producción y comercialización de miel a granel. Adicionalmente, comercializan otros productos derivados como el polen, jalea real, cera y propóleos. El segmento de mercado que atiende a la empresa está constituida a nivel internacional, por empresas importadoras de miel a granel y a nivel nacional por empresas que distribuyen la miel envasada a supermercados, tiendas.

❖ **VAPE S.A DE C.V.** Desde 1981, se dedican al procesamiento de miel de alta calidad para su comercialización en el mercado nacional e internacional. Para ello, cuentan con una planta industrial que cumple con todos los estándares de control de calidad requeridos por clientes de diferentes países de Centroamérica, Norteamérica, Europa y el resto del mundo.



Son una empresa comprometida con la calidad, la inocuidad de los productos que sirven brindando un excelente servicio al cliente. Por ello, trabajan bajo un riguroso "Sistema de Trazabilidad, Buenas Prácticas de Manejo y Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control" por sus siglas en inglés (HACCP) es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, lo cual les permite saber de dónde proviene cada lote de



miel para identificar sus propias características y estándares de calidad de acuerdo a las especificaciones requeridas por cada uno de los distintos mercados a los que llevan su producto. Vape se encuentran ubicada en el edificio Eben - Ezer Boulevard Sur, Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador. (Miel).

❖ **Mieles de Joya de Cerén.** Mieles de Joya de Cerén Se encuentra situada en el caserío Arenera Km. 27 ½ Autopista San Andrés, San Juan Opico. Departamento de La Libertad. El Salvador. C.A. El nombre de la empresa es en honor al Sitio Arqueológico llamado así, "Joya de Cerén", el cual está situado a corta distancia de la planta; como se observa, el logo de la empresa es una muestra de las pirámides indígenas.



Este sitio tiene mucha importancia nacionalmente por los vestigios encontrados allí, tanto así que ha sido declarado como "Patrimonio de la Humanidad".

"Mieles Joya de Cerén" nace como empresa productora de miel de abeja, ya hace más de 20 años, comercializando su producto sólo en el mercado local; pero en la temporada



de cosecha 1998-1999, como iniciativa de su fundador y Gerente General, Don Humberto Avalos Ramírez se abre paso en el mercado internacional y se constituye como productora y exportadora de miel de abeja, abasteciendo el mercado europeo principalmente. Poseen membrecías en COEXPORT (Corporación de Exportadores de El Salvador), CONAPIS (Comisión Nacional Apícola de El Salvador), Programa AFIS, Cámara de Comercio de El Salvador y Coordinación Cadena de la Miel de El Salvador. (Mieles Joya de Ceren).

#### **1.14.6 Instituciones de apoyo del sector apicultor de El Salvador**

Los empresarios que poseen una visión de expandirse hacia mercados internacionales cuentan con asesoría de instituciones gubernamentales y no gubernamentales que les brindan el apoyo necesario para iniciar el proceso entre ellas están:

##### **❖ Agencia Nacional de promoción de inversiones (PROESA).**

Es la institución gubernamental que brinda a los inversionistas extranjeros asesoría profesional respecto al entorno empresarial y oportunidades de negocio en el país. Su objetivo primordial es atraer la inversión extranjera y asesorar a los interesados en invertir en El Salvador. PROESA asiste a







los inversionistas con:

- Información exhaustiva sobre las oportunidades de negocio en El Salvador.
- Apoyo para coordinar programas de visitas y encontrar los lugares idóneos para instalarse en El Salvador.
- Información personalizada y consejos prácticos sobre cómo establecer una empresa, etc.
- En el sitio web de PROESA [www.proesa.com.sv](http://www.proesa.com.sv), se encuentra información de interés como: Oportunidades de inversión y legislación.
- Datos sobre fuerza laboral, salarios, etc.
- Por qué invertir en El salvador.
- Infraestructura, Zonas francas y mucho más.

❖ **Ministerio De Economía.** Uno de los objetivos del Ministerio de Economía de El Salvador es promover el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos.



En la página web del Ministerio [www.minec.gob.sv](http://www.minec.gob.sv) encontrará abundante información sobre: Estadísticas y censos, comercio e inversión (incentivos fiscales, zonas francas, información comercial), obligaciones mercantiles (sistemas contables, etc.), política comercial (TLCS, aranceles, integración centroamericana, origen mercancías, etc.), hidrocarburos y minas y administración



de tratados comerciales.

La Oficina Nacional de Inversiones es la ventanilla única que facilita la realización de todos los trámites que competen a los inversionistas nacionales y extranjeros.

El Fondo de Fomento a las Exportaciones (FOEX) creado para fomentar el desarrollo de las exportaciones en la Pequeña y Mediana Empresa (PYME) salvadoreña, a través del cofinanciamiento no reembolsable del 50% de actividades elegibles dentro de un proyecto exportado.

❖ **Exporta.** Es la Agencia Oficial de Promoción de Exportaciones de El Salvador, que facilita y promueve de manera ágil, oportuna y eficaz, el acceso de las empresas a los servicios, mecanismos de apoyo y programas tanto públicos como privados, que les permitan insertarse eficaz y sostenidamente en los mercados internacionales claves, para incrementar las exportaciones.



En su página web [www.exporta.gob.sv](http://www.exporta.gob.sv) se encuentra información como la siguiente: Información de mercados, internacionalización, promoción comercial y links de instituciones relacionadas con las exportaciones salvadoreñas.



❖ **Expro.** Es un Programa de la Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID) y del Gobierno de El Salvador para apoyar y promover las exportaciones de las micro, pequeñas y medianas empresas a los Estados Unidos y otros mercados internacionales; ayudándolas a aprovechar las oportunidades que se abren con la liberalización del comercio internacional.

La implementación del programa se efectúa mediante colaboraciones institucionales con el Ministerio de Economía, otros Ministerios y otras entidades interesadas en promover las exportaciones del país. La Asistencia Técnica y Financiera que EXPRO brinda a las empresas operan bajo un esquema de costos compartidos. El acceso a este esquema es gratuito y no requiere del pago de comisiones o tarifas para aplicar a ella.

❖ **Cámara de Comercio e industria de El Salvador.** Es la institución dedicada a promover y defender el sistema de libre empresa, promoviendo el desarrollo empresarial y ejecutando acciones que fomenten la competitividad en El Salvador.



En la página web: [www.camarasal.com](http://www.camarasal.com) encontrará información sobre: Clima de inversión, exportaciones, haciendo negocios con El Salvador, centro de mediación y arbitraje, las pymes en El Salvador, directorio de asociados, noticias empresariales, links de interés y mucho más.



❖ **Coexport.** La Corporación de Exportadores de El Salvador, es una institución al servicio del sector exportador. Fue creada por un grupo de Exportadores identificados por un objetivo común: "Crear más y mejores oportunidades de trabajo para salvadoreños mediante el fomento, establecimiento y ampliación de industrias para la exportación".



❖ **Asociación Nacional De La Empresa Privada (ANEP).** La Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP) fue fundada en Septiembre de 1966. Su objetivo es contribuir al desarrollo económico, social, y cultural de El Salvador, promoviendo el fortalecimiento del sector empresarial y El Estado Democrático de Derecho. La Asociación está integrada por las Asociaciones o Entidades de los sectores representativos de la iniciativa privada. Actualmente cuenta con 43 gremiales miembros y con el apoyo de 153 empresas.



En su web: [www.anep.org,sv](http://www.anep.org,sv), encontrará la siguiente información: Acciones de la gremial, proyectos, listado de las asociaciones y empresas miembros, indicadores, foros, etc.



### ❖ Asociación Salvadoreña De Industriales.

La Asociación Salvadoreña de Industriales, ASI, fue fundada el 12 de junio de 1958, con el propósito de fomentar, conservar y defender la industria del país, con base en los principios de la libre empresa.



Así representa los intereses de más de 500 asociados que se dedican a actividades industriales, así como las conexas o complementarias. En la página web de esta Asociación: [www.asi.com.sv](http://www.asi.com.sv) encontrará, entre otra información, la siguiente:

- Base de datos de sus asociados.
- Sectores industriales.
- Relación de gremiales relacionadas con el sector industrial.
- Enlaces de interés, etc.



❖ **CIEX El Salvador.** El objetivo del Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones El Salvador (CIEX) es: Centralizar, agilizar, simplificar y autorizar los documentos de importación y exportación de productos, para contribuir a la competitividad de las empresas salvadoreñas en los mercados internacionales.

Para cumplir con este objetivo, CIEX El Salvador ha puesto a disposición de los exportadores, el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX), que está basado



en el concepto de gobierno electrónico y que interconecta a los exportadores, instituciones del estado vinculadas al comercio exterior y al Centro de Trámites mismo, para dar un servicio vía internet, las 24 horas al día, los 365 días del año, limitando el tiempo de respuesta a solamente minutos.

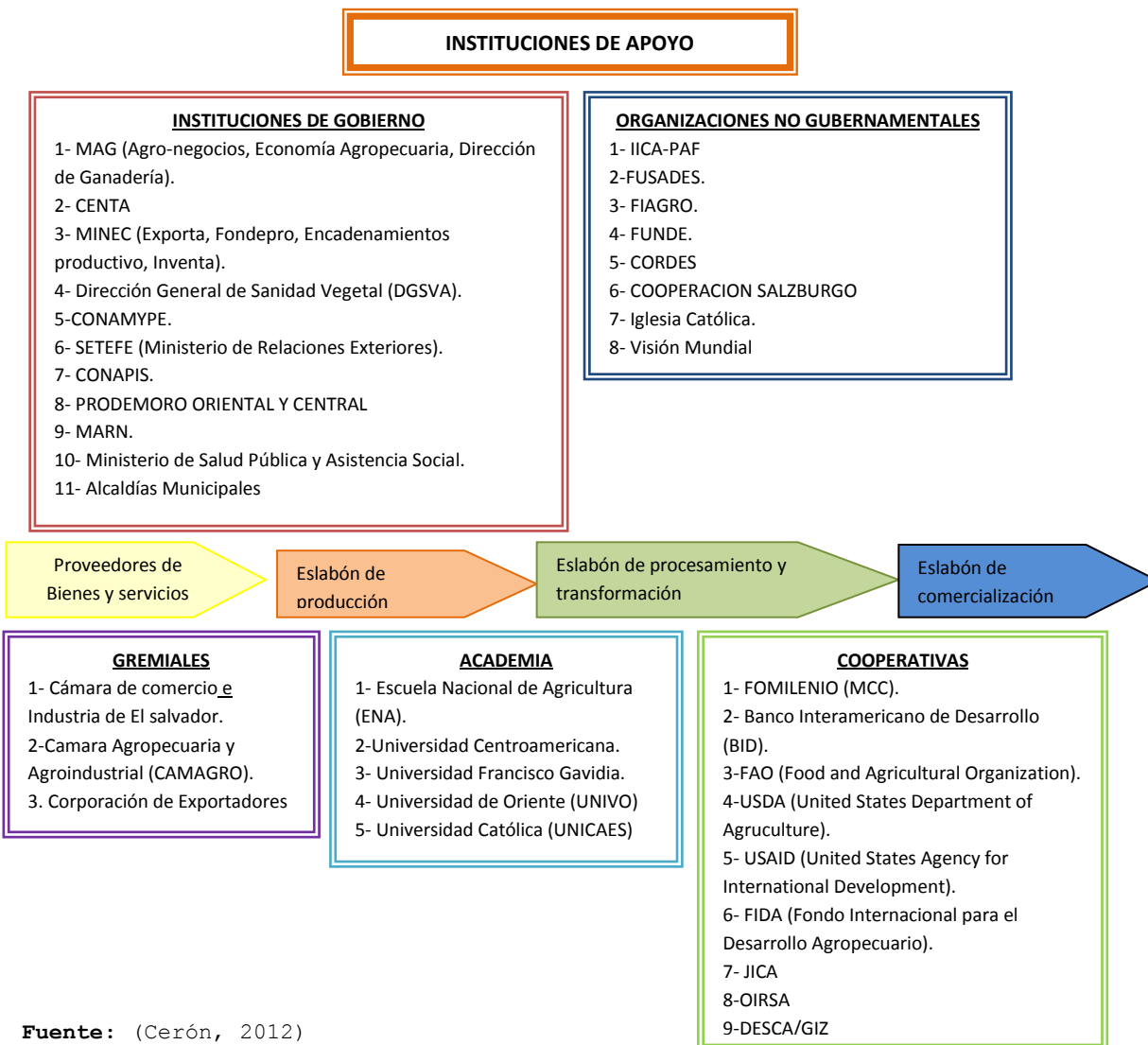
Por otra parte, para facilitar los servicios de trámites de autorizaciones a los importadores, ha centralizado en un sólo lugar, en una sola ventanilla, la entrega de documentos para obtener todas las autorizaciones del comercio exterior, permitiendo que el importador realice sus trámites en un punto único.

El 80% de los exportadores también son importadores de insumos u otros productos, por lo que se les facilitará hacer los trámites en un solo lugar. La agilidad para obtener las autorizaciones tanto de las exportaciones como de las importaciones les permitirá ser más eficientes y competitivos.

En el siguiente cuadro engloba en su mayoría las instituciones de apoyo a la industria apícola en El Salvador.



### Ilustración 3: Instituciones de apoyo del sector apícola salvadoreños



# CAPITULO II



CONCEPTUALIZACIÓN Y REQUERIMIENTOS  
DE LOGÍSTICA, COMERCIALIZACIÓN Y  
ESTRATEGIAS QUE INVOLUCRA LA  
EXPORTACIÓN



## INTRODUCCIÓN

**E**n el capítulo se muestran aspectos generales relacionados con la conceptualización de temas importantes para la investigación, como la definición de prontuario, comercio internacional este último con mucha importancia ya que permite conocer acerca de las características, ventajas y desventajas que implica las transacciones comerciales internacionales.

Posteriormente, los Tratados de Libre Comercio vigentes en el país, que permiten realizar compra - ventas de productos y servicios, haciendo del conocimiento y ayuda para todas aquellas empresas que inician sus operaciones fuera de las fronteras salvadoreñas. Como también la importancia de conocer las diferentes formas de realizar un proceso de exportación, conociendo las ventajas de realizar dicha actividad permitiendo hacer más competitivas a las empresas. También es necesario conocer acerca de la documentación requerida y las instituciones autorizadas para llevar a cabo las transacciones internacionales.

Hoy en día es importante tener claro que existen diferentes maneras de llevar a cabo el proceso de compra - venta por lo tanto, se detalla brevemente la logística internacional requerida para llevar a cabo dichas actividades. A continuación se presentan generalidades de los medios de pago, de la marca y aspectos claves para las empresas que deseen realizar estrategias para el producto.



## 2.1 DEFINICIÓN DE PRONTUARIO

La palabra prontuario, es un resumen de reglas básicas de una actividad, prontuario proviene del latín Promptuarium siendo una guía básica para designar el lugar donde están las cosas, los pasos a seguir, caracterizado también como una anotación o resumen de un registro personal o una publicación que recoge los aspectos principales de un tema.

## 2.2. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

La comercialización comienza con el consumidor no con el producto y determina que productos deben ser producidos, a que precios deben ser cargados, los lugares donde deben estar disponibles así como la venta y su publicidad, es una necesidad para cualquier negocio.

Según (Méndez, 2004) Significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes, existiendo tres ideas fundamentales: la orientación hacia el mercado, el esfuerzo total de la empresa y la ganancia como objetivo. Considerando que es conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambios, llevando a cabo un proceso social que permite anticipar o ampliar y satisfacer la estructura de la demanda de artículos y servicios económicos mediante su concepción, promoción, intercambio y distribución física, siendo una actividad empresarial que dirige el flujo de mercaderías y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario con la



finalidad de satisfacer a los clientes y cumplir los objetivos de la empresa. (Barbagallo, 2005)

### 2.3 TIPOS DE COMERCIALIZACIÓN

La distribución de la comercialización contribuye al aumento de la base de clientes y la venta de productos.

- ❖ **Internet:** Se cuenta con un amplio poder de comercialización por internet debido a que es opción económica si se utiliza, un sitio web debe tener visiblemente todo lo que los clientes necesiten para que realicen la compra, toda información sobre el producto tiene que estar disponible para cualquier persona que vea el sitio en internet se debe de aprovechar todas las cuentas actuales y con presencia de personas para que las personas conozcan de la empresa y del producto.
- ❖ **Directa:** La creación de una marca es la publicidad impresa todo desde las tarjetas de negocios hasta las tarjetas postales.
- ❖ **Boca en boca:** Cuando ya se tiene creada una reputación, los clientes divulgarán una buena o mala impresión del producto esta es un arma de doble filo que funciona para mantener clientes actuales y llegar a clientes potenciales o para dar a conocer la mala calidad y que los productos salgan del mercado.



- ❖ **Relaciones públicas:** son un método de comunicación utilizado por las empresas para transmitir una imagen positiva a un determinado grupo de personas y al público en general.

## 2.4 FUNCIONES DE LA COMERCIALIZACIÓN

Las funciones son procesos de intercambios de mercancías, finanzas, información, compras, ventas, transportar, almacenar, estandarizar, clasificar, financiar y lograr información del mercado.

A continuación se presentan las funciones de la comercialización:

- ❖ **De compra:** significa buscar, evaluar bienes y servicios, y la función de venta requiere promover el producto.
- ❖ **De transporte:** se refiere fundamentalmente al traslado de la mercancía.
- ❖ **Almacenamiento:** implica guardar y proteger los productos de acuerdo con el tamaño y calidad en un espacio que posibilite el abastecimiento hacia las tiendas de forma ágil y segura.
- ❖ **Estandarizar y clasificar:** incluyen el ordenamiento de los productos de acuerdo con el tamaño y calidad de los mismos otorgando un lugar de prioridad de acuerdo a la demanda de los clientes y a su rotación en la venta.



❖ **La financiación:** provee el efectivo y crédito necesarios para la comercialización.

❖ **La información:** se refiere a la retroalimentación que se logra entre la entidad y el cliente para conocer sus expectativas, necesidades, preferencias y satisfacción, lo cual permite introducir acciones de mejora a las funciones anteriores.

Estas funciones las realizan específicamente los productores, los especialistas en comercialización, los vendedores en tiendas y los consumidores. (Apaza)

## 2.5 COMPONENTES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

Es un conjunto de elementos relacionados con la producción, acopio, procesamiento, distribución y consumo de un producto en particular.

❖ **El target:** grupo de consumidores que reaccionan de manera similar frente a determinados estímulos que son generados por la estrategia de comercialización.



❖ **El producto:** es todo aquello que puede ofrecerse a toda consideración del mercado para su adquisición, uso o consumo que pueda satisfacer un deseo o una necesidad.



- ❖ **Precio:** expresión monetaria del valor, reflejada en la cantidad del dinero que se cobra por un bien o un servicio o la suma de valores que un consumidor intercambia por el beneficio de contar con un determinado producto o servicio.
  
- ❖ **Canal de distribución:** es la forma en la que llegan los productos desde el fabricante hasta el consumidor final, y pueden ser canales directos, indirectos o alternativas cooperadas de distribución.
  
- ❖ **Servicio al cliente:** satisfacer de la mejor manera las necesidades de los clientes, conociendo las demandas, percepciones, expectativas y la fidelidad de los clientes.

## 2.6 COMERCIO INTERNACIONAL

La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial, político o cultural ha alcanzado a nivel mundial un profundo significado; en la actualidad no solamente se conoce el comercio internacional como intercambio de bienes como productos y servicios entre países alrededor del mundo sino debe acompañarse de una estrategia y un programa integral por cada país involucrado.

## 2.7 DEFINICIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL

De acuerdo a (Caballero, 2010) el comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los



habitantes de dos o más naciones, de tal manera que se de origen a salidas de mercancías de un país (exportaciones) y entrada de mercancía procedentes de otros países (importaciones).

## 2.8 HISTORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

La historia del comercio internacional se puede describir de la siguiente manera:

Durante la Edad Media, inicia un incipiente desarrollo comercial en los países europeos. Inicialmente, los productos agrícolas no eran frecuentemente vendidos, sino se entregados al señor feudal. Éste era el dueño tácito de todos los bienes producidos en su comarca, a cambio de protección militar a sus vasallos.

La Revolución Industrial se da en la segunda mitad del siglo XVIII una expansión económica importantísima a nivel de todo el globo terráqueo. El invento de la máquina de vapor fué el impulsor de la industria y el



transporte hasta la producción agrícola mecanizada. Nacen los grandes telares, las locomotoras y los barcos transoceánicos impulsados por motores a vapor; las cantidades de producto se incrementan vertiginosamente al igual que la facilidad de trasportar las mercancías.

En el inicio del siglo XIX las transacciones internacionales tuvieron poca trascendencia, tanto cuantitativa como



cualitativa, al enfrentarse a unos costes de transporte muy elevados y a importantes limitaciones de carácter institucional. Estos obstáculos sólo eran compatibles con el intercambio de mercancías concretas, como las especies, los metales preciosos o la seda, con un precio muy elevado en relación con su peso y prácticamente sin competencia en los mercados nacionales.

El comercio internacional sólo abandonó esa dinámica en el siglo XIX, especialmente a partir de su segunda mitad, desde ese momento contó con condiciones favorables para su desarrollo, lo que hizo posible que su valor aumentara de forma muy significativa y que se intercambiara una gama mucho mayor de productos. A partir de la segunda década del siglo XIX el comercio internacional adquirió una dimensión mucho mayor de la que había alcanzado hasta entonces e incrementó su influencia sobre la actividad económica interna de cada país de forma muy significativa.

Entre los factores que se encuentran en el origen de esta importante transformación destaca el espectacular aumento del potencial industrial de algunos países europeos. La industrialización y, en un sentido más general, los cambios asociados al crecimiento económico moderno provocaron la ruptura definitiva con realidades económicas abrumadoramente dominadas por las actividades agrícolas y ganaderas.

El protagonismo de ese tipo de actividades justificaba su gran autosuficiencia y como consecuencia de ello, la escasez de oportunidades para llevar a cabo intercambios internacionales.





A medida que pasaron los años, en algunos países de Europa Occidental (y de un modo especial, en Gran Bretaña) la dinámica económica desplazó a una parte de la población de actividades tradicionales a otras más propias de la nueva situación que se estaba gestando. Sector de la población adquirió un grado de especialización que le permitió aumentar considerablemente su productividad, aunque, al mismo tiempo, le planteó problemas para cubrir sus necesidades recurriendo a sus propios recursos y habilidades, obligándole a acudir cada vez con más asiduidad al mercado, de este proceso de cambio en la producción de mercancías y la especialización que cada país obtuvo un producto terminado, naciendo el comercio internacional entre los países para abastecer las necesidad de los pueblos generando el intercambio entre naciones.

## **2.9 VENTAJAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

Según (Caballero, 2010) en su libro Comercio Internacional una visión general de los instrumentos operativos del comercio exterior El comercio internacional brinda muchas ventajas a las naciones y sus habitantes entre las principales se pueden mencionar las siguientes:

- ❖ Oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados (exportaciones).
- ❖ Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor los recursos productivos elevando el nivel de vida de los trabajadores.



- ❖ Los precios tienden a ser más estables.
- ❖ Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.
- ❖ Equilibrio entre la escasez y el exceso.
- ❖ Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.
- ❖ La balanza de pago informa sobre qué tipos de transacciones internacionales han llevado a cabo los residentes de una nación en un período dado.

## 2.10 ACUERDOS COMERCIALES ENTRE PAÍSES

Los involucrados adoptan una posición común sobre determinados asuntos. La parte comercial de los acuerdos se refiere a la actividad socioeconómica que implica la compra y venta de bienes,



tanto para su uso como para su reventa o para su transformación. Por lo tanto un acuerdo comercial, es un convenio o trato referente a la actividad de comercio que tiene el propósito de otorgar beneficios y rebajas en los aranceles y tasas aduaneras para los países firmantes, con el fin de facilitar el flujo del comercio entre las partes.



### **2.10.1 Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles**

Al nacer el intercambio entre países surgió la necesidad de fijar un conjunto de pautas de alcance comercial y concesiones arancelarias; esto da origen al GATT es la sigla que corresponde a General Agreement Tariffs and Trade en español, conocido como Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles. Se trata de un convenio que fué ideado en el marco de la Conferencia de La Habana que se llevó a cabo en el año 1947 y que fué firmado un año después por 23 países inicialmente.

El GATT es una de las iniciativas que se impulsaron al término de la Segunda Guerra Mundial con el propósito de regular la economía global; el fin en que los negociadores lograran liberalizar en el comercio mundial de mercancías. El GATT por sí mismo no tenía autoridad para hacer cumplir las resoluciones y el proceso de resolución de disputas podía tardar años. Por lo tanto no era de extrañar que algunos críticos se refirieran al GATT como «General Agreement to Talk and Talk (Acuerdo General para Hablar y Hablar).

La creación del GATT tuvo dos objetivos claros: elevar el nivel de bienestar en todo el mundo, controlar que se optimizaran aprovechando adecuadamente los recursos productivos y liberar el comercio internacional. (InLog Logistics Solutions, 2015)

### **2.10.2 La Organización Mundial de Comercio**

La Organización Mundial de Comercio (OMC) sucesora del GATT se fundó el 1 de enero de 1995 desde su sede en Ginebra



proporciona un foro para las negociaciones relacionadas con el comercio entre sus 150 miembros. La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, exportadores e importadores para realizar las actividades. El grupo neutral de expertos en comercio de la OMC también sirven como mediadores en las disputas comerciales globales. Los secretarios de comercio que representan a las naciones miembros se reúnen anualmente para mejorar el comercio mundial.

## **2.11 ACUERDOS COMERCIALES PREFERENCIALES**

Un acuerdo comercial preferencial es un mecanismo que confiere un trato especial a socios comerciales selectos con frecuencia, estos acuerdos favorecen a ciertos países pero discriminan a otros. Por esta razón, se acostumbra que los países notifiquen a la Organización Mundial del Comercio (OMC) cuando participen en acuerdos comerciales. Entre estos se encuentran los siguientes:

### **2.11.1 Área de libre comercio**

Esta se forma cuando dos o más países acuerdan eliminar aranceles y otras barreras arancelarias que limitan el comercio. Cuando los socios comerciales negocian con éxito un Tratado de Libre Comercio (TLC), cuya meta principal es eliminar por completo los impuestos sobre los bienes que



atraviesan las fronteras entre los socios, se crea un área de libre comercio. Los países pueden mantener políticas comerciales independientes con respecto a terceros países.

### ❖ ***Ventajas de los Tratados de Libre Comercio***

Representan múltiples beneficios que tienen que ver no solamente con aspectos de tipo comercial, sino con implicaciones positivas para la economía en su conjunto. Entre los beneficios potenciales se detalla:

- Un aumento en la tasa de crecimiento económico y, por tanto, en el nivel de ingreso per cápita, así como en el nivel de bienestar de la población.
- Una expansión significativa de las exportaciones, en particular de las no tradicionales.
- Un aumento de la competitividad de las empresas, gracias a que es posible disponer de materias primas y bienes de capital (maquinaria) a menores costos.
- La creación de empleos derivados de una mayor actividad exportadora y del incremento de la competitividad.
- Una mayor diversificación en la composición sectorial del comercio exterior.
- Un flujo significativo de nueva inversión extranjera, con repercusiones favorables en el volumen de exportaciones, la generación de empleo y la transferencia de tecnología.

Es importante recordar que los Tratados de Libre Comercio (TLC) no generan cambios por sí mismos. Simplemente abren



oportunidades que los países pueden o no aprovechar es necesario acompañar los acuerdos con políticas internas de desarrollo y adecuación logística y normativa que permitan maximizar los beneficios que traen los tratados.

### **2.11.2 Unión aduanera**

Esta representa la evolución lógica de un área de libre comercio. Además de eliminar las barreras internas del comercio, los miembros de una unión aduanera acuerdan el establecimiento de Aranceles Externos Comunes (ACE).

### **2.11.3 Mercado común**

Un mercado común es el siguiente nivel de integración económica. Además de la eliminación de las barreras internas al comercio y el establecimiento de aranceles externos comunes, el mercado común permite el desplazamiento libre de los factores de producción, incluyendo la mano de obra y el capital.

### **2.11.4 Unión económica**

Se basa en la eliminación de las barreras arancelarias internas, el establecimiento de barreras externas comunes y el libre flujo de factores. Trata de coordinar y unificar la política económica y social dentro de la unión para facilitar el libre flujo de capital, mano de obra y servicios de un país a otro. Una unión económica es un mercado común no solo

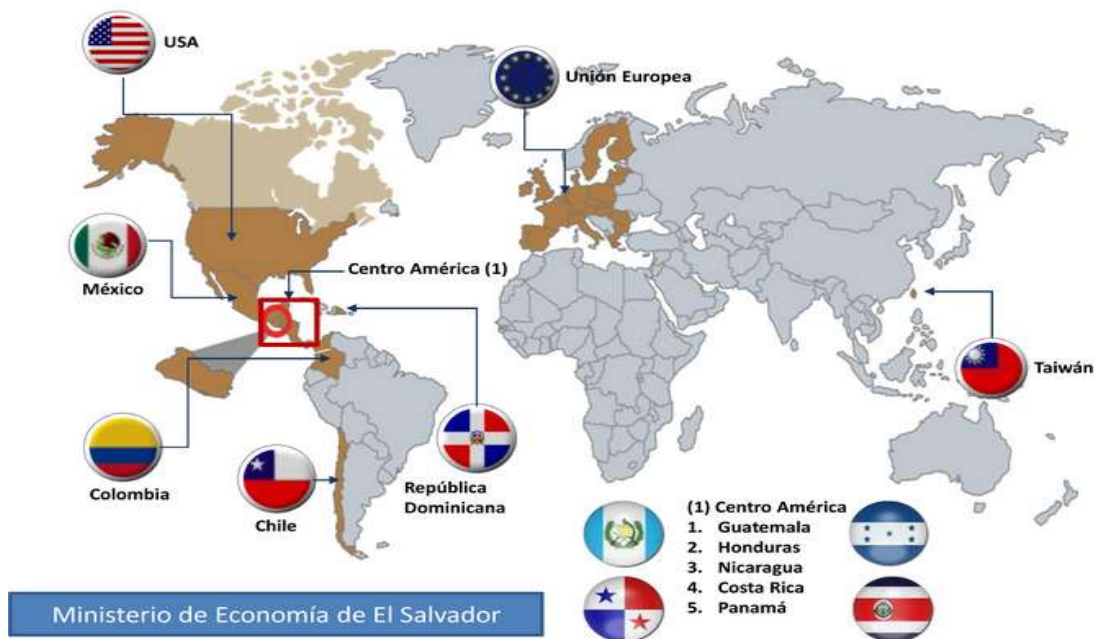


de bienes, sino también de servicios y capital. Una verdadera unión económica requiere de una amplia unidad política, que lo hace similar a una nación.

## 2.12 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE CENTROAMERICA Y LA UNIÓN EUROPEA

Centroamérica y la Unión Europea (UE) iniciaron en octubre de 2007 a negociar un Acuerdo de Asociación (ADA). El Acuerdo de Asociación entre Centroamérica, Panamá y la Unión Europea, posteriormente fué ratificado por los Congresos de cada país centroamericano. Fué suscrito el 29 de junio del año 2012 y entró en vigencia el 1 de agosto de 2013 para Honduras, Nicaragua y Panamá, el 1 de octubre para Costa Rica y El Salvador y el 1 de diciembre de ese mismo año para Guatemala.

**Ilustración 4: Tratados de Libre Comercio Vigentes**



Fuente: (Gobierno, Ministerio de Economía)



El Acuerdo de Asociación constituye una evolución de fondo en las relaciones entre ambas regiones, y está estructurado en tres pilares que abarcan el diálogo político, las acciones de cooperación y las relaciones comerciales. Es decir que este acuerdo va más allá que un Tratado de Libre Comercio.

Desde la perspectiva de acceso a mercados, el Acuerdo mejora las condiciones de acceso para los bienes y servicios del istmo al mercado de la Unión Europea, consolida y mejora las preferencias unilaterales otorgadas por la Unión Europea a través del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y abre nuevas oportunidades de ingreso al mercado europeo para otros productos. El Acuerdo tiene la particularidad de ser un acuerdo negociado región a región, cuyo contenido promueve el proceso de integración económica de los países centroamericanos.

### **2.13 OBJETIVOS DE LA NEGOCIACIÓN DEL ACUERDO DE ASOCIACIÓN CENTROAMÉRICA-UNIÓN EUROPEA**

Para que la negociación del acuerdo se lleve a cabo de manera exitosa es necesario el cumplimiento de diversos objetivos:

- ❖ Consolidar las relaciones comerciales, políticas y de cooperación existente entre ambas regiones.
- ❖ Desarrollar una relación política basada en el respeto por los derechos humanos, la democracia, el buen gobierno y la defensa de valores comunes.
- ❖ Fortalecer los alcances democráticos en Centroamérica,





promoviendo mayores lazos intrarregionales y resaltando el dialogo político y de cooperación birregional.

- ❖ Promover la cooperación birregional para reforzar la estabilidad política, económica y social de Centroamérica, promover mayor integración regional intracentroamericana para reducir la pobreza, promover el trabajo decente y lograr un acceso equitativo a servicios sociales, así como asegurar el balance entre los componentes económicos, sociales y de medio ambiente en el contexto de un desarrollo sostenible.
- ❖ Establecer gradualmente un área de libre comercio intrarregional y desarrollar el intercambio comercial tanto intrarregional como birregional.
- ❖ Promover nuevo impulso al proceso de integración regional en Centroamérica.
- ❖ Promover mejores relaciones entre los países de Centroamérica y los principales de resolución pacífica de disputas.

#### **2.14 IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL ACUERDO**

El Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea es integral, construido por compromisos mutuos en los ámbitos de diálogo político, cooperación y comercio, que posibilitarán el establecimiento de un marco normativo e institucional renovado para el desarrollo de las relaciones birregionales entre ambas Partes. En el plano político, el acuerdo constituye un instrumento que fortalece relaciones a



través del establecimiento de canales que posibilitan la discusión intercambio de información sobre temas regionales de interés común, así con adopción de posiciones conjuntas, regionales o internacionales sobre temas de tendencia internacional y la cooperación en política exterior y de seguridad.

En el ámbito de la cooperación, el Acuerdo amplía los sectores beneficiados áreas de cobertura y perfecciona los mecanismos de cooperación entre ambas partes, lo cual se vuelve fundamental para garantizar los esfuerzos a favor del desarrollo y del bienestar de la región centroamericana.

En el plano comercial, el Acuerdo tiene como objetivo principal asegurar y mejorar las preferencias arancelarias que son obtenidas a través del Sistema Generalizado de Preferencia (SGP) que la Unión Europea concede a países en desarrollo como El Salvador y el resto de naciones de Centroamérica. Por lo tanto, con el acuerdo se busca brindar mayor certeza jurídica a las empresas que actualmente exportan haciendo uso de este beneficio, debido a que este sistema tiene carácter temporal, renovable cada tres años y condicionado a una serie de requisitos definidos por la Unión Europea.

La negociación del acuerdo se desarrolló sobre la base de dos grandes objetivos estratégicos: la diversificación de los mercados de destino para las exportaciones salvadoreñas y aumentar la inversión extranjera directa (IED). A continuación se presenta una tabla de tratamientos arancelarios.



**Tabla 4: Resumen de tratamientos arancelarios para algunos productos agrícolas y agroindustriales otorgados por la Unión Europea a Centroamérica**

Acceso inmediato (libre a la entrada en vigor del Acuerdo)
Animales vivos ( excepto bovinos y aves), miel , plantas, flores y follajes , cebollas y chalotes, coles, coliflores, lechugas y achicorias, alcachofas congeladas, espárragos, berenjenas, apio, zanahorias, pepinos, yuca y camote, hortalizas de vaina, arvejas y garbanzos, piña, cocos, dátiles, aguacate, toronjas, limones, mandarinas, fresas, frambuesas, zarzamoras, moras, café y té, pimienta, vainilla, nuez moscada, bambú, aceite de palma, de coco y de girasol, cacao en grano, manteca de cacao, pan de especias, tomates conservados o preservados, agua mineras y gaseada, cerveza de malta, etanol, vinagre y sucedáneos de vinagre, tabaco y sucedáneos de tabaco, entre otros.
Desgravación a 3 años
Maíz dulce fresco, preparaciones a base de carne, ron, entre otros.
Desgravación a 5 años
Jamones y tocino entreverado salados, secos, ahumados o en salmuera; preparaciones homogeneizadas de carne, entre otros.
Desgravación a 7 años
Animales vivos de la especie bovina; leche y nata sin concentrar, sin adición de azúcar ni otro edulcorante; aves vivas, carne de cerdo, tocino y grasa de cerdo, lactosuero y quesos, aceitunas provisionalmente preservadas; gelatinas y preparados análogos, incluso azucarados; caña de azúcar, entre otros.

**Fuente:** Contribución del equipo de trabajo

## 2.15 EXPORTACIÓN

Es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra la definición



de comercio internacional. (Márquez, 2010)

### **2.15.1 Formas de exportar productos o servicios**

La estrategia que adopte una empresa debe estar guiada por sus necesidades así como por su infraestructura, organización, producto y recursos disponibles (financieros y humanos), el exportador debe tener en cuenta los costos y riesgos que la empresa está en condiciones de asumir al embarcarse en una experiencia internacional.

### **2.15.2 Exportación directa**

Esta forma de acceder a los mercados está caracterizada por uno mayor control del proceso de penetración en los mercados internacionales. Produce mayor nivel de compromiso de recursos pero también al mismo tiempo reporta un mayor control sobre las actividades de exportación, el riesgo es mayor pero también lo es la capacidad para obtener beneficios.

**a) Agente o representante de ventas:** es una empresa o individuo que actúa en nombre de otro. Esta es una de las principales formas de representación en el extranjero. La forma más común de agencia es aquella en la que los agentes actúan como operadores independientes y reciben pedidos en nombre del exportador con base en una comisión, en tanto que el exportador actúa como directivo. Los agentes también trabajan en nombre de los compradores y algunos se especializan en ciertas áreas como transporte y distribución, publicidad y estudios de mercado.



**b) Venta directa:** suele realizarse en un mercado donde el número de clientes potenciales sea limitado y este concentrado con una competencia poco activa y contando con que no es muy necesario un servicio post-venta.

**c) Subsidiarias comerciales:** Es una organización de venta o fabricación. Una subsidiaria de venta suele sustituir a los agentes y distribuidores con personal permanente de la compañía.

### **2.15.3 Exportación indirecta**

Según (Simón, 2010) es también conocida como venta subcontratada permite a la empresa exportar sus productos a través de un intermediario, localizado en su propio país de origen, quien se hace cargo de todos los trámites del proceso de exportación.

**a) Agentes de compra:** Aquellos que radicados en el país del exportador y a cambio de una comisión se dedican a la compra de productos para empresas importadoras extranjeras para la empresa que produce un bien se asimila a una venta doméstica.

**b) Trading:** Es una empresa de servicios, especialista en comercio exterior, encargadas de la búsqueda de compradores externos para los productos que una empresa fabrica. Generalmente son usadas por empresas que no tienen la infraestructura para dedicarse a la actividad exportadora por sí mismas.



#### 2.15.4 Exportaciones mixtas

Las formas de operación mixtas están caracterizados por una amplia variedad de formas como licencias y franquicias, donde el nivel de compromiso de recursos y de riesgo es más elevado a cambio de poder tener un mayor control sobre las actividades que realiza la empresa.

- a) **Licencia:** es una subcontratación de fabricación y venta en el mercado comprador siendo una estrategia alternativa de penetración y expansión en mercados internacionales con un carácter atractivo.
  
- b) **Joint Venture:** es una sociedad en co-propiedad, considerándose la forma más perfeccionada de asociación entre dos empresas. Está formada por un número reducido de empresas que se asocian sin perder su identidad jurídica individual y participando del capital de la nueva sociedad.
  
- c) **Piggyback:** consiste en la red de distribución de una empresa, la canalizadora situada en mercados exteriores donde el canalizador aporta su experiencia exportadora y de conocimiento de los mercados, lo cual se transforma en seguridad para la empresa suministradora, al colocar sus productos sobre una red de distribución ya establecida.

#### 2.15.5 Ventajas de la exportación

Expandirse en mercados internacionales, es una medida eficaz



para lograr el crecimiento del negocio a nivel global, ya que se ofrecen productos o servicios en una mayor dimensión respecto al mercado interno, por lo tanto se presentan las siguientes:

- ❖ Acceso a mercados con amplia demanda por el producto.
- ❖ Permite la obtención de economías a escala, al tener una producción centralizada que posteriormente es enviada a otros mercados locales.
- ❖ Crecimiento de la empresa al generarse mayor dinamismo en ventas e ingresos.
- ❖ Mayor estabilidad en los negocios de la empresa al no depender sólo del mercado interno.
- ❖ Rentabilidad al generarse mayores ingresos.
- ❖ Aprovechamiento de capacidad instalada ociosa.
- ❖ Actualización tecnológica mejorando competitividad de la empresa y la calidad de los productos.
- ❖ Imagen empresarial y generación de empleos y divisas.
- ❖ Tener una ventaja competitiva en mercados internacionales lo que hará que el producto sea reconocido mundialmente.
- ❖ La calidad de los productos se mejora considerablemente cuando éste se adapta a los estándares internacionales.

#### **2.15.6 Desventajas de la exportación**

Se describen las diversas desventajas que tiene la exportación:

- ❖ Riesgos de que los compradores no sean personas confiables.



- ❖ Analizar la forma de pago de los compradores evitando así que sean personas morosas.
  - ❖ Poseer un nivel bajo de financiamiento para competir a nivel internacional.
  - ❖ Riesgos por disposiciones políticas o económicas.
  - ❖ Riesgos posibles de fuerza mayor, como por ejemplo siniestros en el cual no pueda llegar la mercancía a tiempo.
  - ❖ Existencia de elevados costes de transporte, que pueden encarecer la exportación.
  - ❖ Existencia de barreras arancelarias, que también pueden hacerla cara y arriesgada.
  - ❖ Problemas con agentes locales a los que se haya delegado actividades de marketing y que pueden perseguir sus propios intereses.
  - ❖ Variedad de idiomas de otros países.
  - ❖ Distintas culturas las cuales se deben tener presentes.
- (Edición, 2011)

## **2.16 REQUISITOS PARA LA EXPORTACIÓN DE MIEL DE ABEJA EN EL SALVADOR**

Para que una empresa pueda exportar debe cumplir con ciertas obligaciones y sobre todo estar preparada para enfrentar el nuevo reto, a continuación se describen cada uno de los requisitos que debe cumplir para lograr el objetivo.

### ***2.16.1 Documentación requerida para exportación de miel de abeja a la Unión Europea***

Para que una empresa pueda realizar el proceso de exportación y así vender sus productos a clientes extranjeros





debe realizar la siguiente documentación:

- ❖ Declaración de mercancía extendida (transmisión electrónica de la declaración).
- ❖ Certificado de Origen formato A.
- ❖ Certificado zoosanitario de exportación.
- ❖ Factura comercial de exportación.
- ❖ Documentos de transporte: Conocimiento de embarque, carta de porte o guía área.
- ❖ Manifiesto de carga.
- ❖ Documento Único Administrativo (DUA). (Cooperación Alemana GIZ, 2015)

### **2.16.2 Regulaciones especiales para exportar miel de abeja**

Para el caso de la miel se debe presentar el Acta de muestreo de la Unidad Apícola, Inocuidad de Alimentos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Los productos controlados por instituciones gubernamentales para su exportación los requieren autorizaciones especiales para ser exportados.

En el siguiente cuadro se puede observar que para el caso de la miel de abeja se requiere autorización del Ministerio de Agricultura y Ganadería.



**Tabla 6: Productos controlados para la exportación**

PRODUCTO	INSTITUCIÓN RESPONSABLE Y AUTORIZACIÓN QUE REQUIERE
Azúcar de caña	CONSEJO SALVADOREÑO DE LA AGROINDUSTRIA AZUCARERA Resolución del Consejo Salvadoreño de la Agroindustria Azucarera
Agroquímicos, biológicos, medicinas y alimentos para uso veterinario	MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA (MAG) Registro de la Dirección de Registro y Fiscalización
Flora y Fauna Silvestre	Autoridad Administrativa CITES El Salvador de la Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal del MAG Certificado CITES
Granos básicos, loroco fresco y papaya hawaiana (cuando el país importador requiera de información adicional)	Dirección General de Sanidad Vegetal (Cuarentena Agropecuaria) Inspección del Producto a exportar
Productos lácteos (1)	Laboratorios Calificados para realizar análisis (1) Examen de Calidad
Carne	Registrarse y obtener autorización de Inspección de Productos de Origen Animal
Frijol rojo	Autorización de la Dirección Gral. de Sanidad Vegetal y Animal
Miel de Abejas	Original y copia del Acta de muestreo de la Unidad Apícola, Inocuidad de Alimentos del MAG.
Productos pesqueros	Registrarse y obtener carné de la Dirección General de la Pesca y Acuicultura (CENDEPESCA)
Productos alimenticios manufacturados para consumo humano	MINISTERIO DE SALUD Registro del Departamento de Saneamiento Ambiental



Café (incluso tostado o molido)	CONSEJO SALVADOREÑO DEL CAFÉ Permiso del Consejo Salvadoreño del Café
Desperdicios y desechos ferrosos y no ferrosos	MINISTERIO DE HACIENDA Registro de Exportador en la Dirección General de Aduanas
Armas y Explosivos	Ministerio de la Defensa Nacional Dirección de Logística
Maquinaria	MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL Resolución de Titulares Resolución de la Dirección General de Aduanas
Bienes del Patrimonio Cultural	Secretaria de Cultura de El Salvador (SECULTURA) Resolución de SECULTURA

Fuente: (Salvador E. )

## 2.17 INCENTIVOS QUE BRINDA EL SALVADOR PARA EXPORTAR

Los incentivos son beneficios económicos que el Gobierno entrega y permite financiar proyectos e iniciativas que busquen mejorar los procesos internos y aumentar la productividad del negocio.

A continuación se presenta una Ley salvadoreña para incentivar al sector exportador nacional.

### ❖ Ley de Reactivación a las Exportaciones

Es la primera Ley de Fomento a las Exportaciones en EL Salvador surgió en el año de 1970, la cual fue sustituida por una segunda Ley promulgada en 1974 y finalmente en el año 1990 fue decretada la Ley de Reactivación de las exportaciones, con modificaciones hechas en el año 1998. Esta última tiene como objetivo la exportación de bienes



y servicios, pero de manera particular, la ley abarca y beneficia a los exportadores que tienen como destino los mercados fuera del área centroamericana, estableciendo como excepción tres productos considerados tradicionales: el azúcar, el café y el algodón, así como productos minerales metálicos y no metálicos provenientes de la explotación del subsuelo.

- Devolución del 6% del valor FOB de las exportaciones fuera del área centroamericana.
- Exoneración de los impuestos por la importación de materias primas y bienes intermedios para operaciones de maquila.
- Cero por ciento de tasa de impuestos al valor agregado (IVA) a las exportaciones.
- Dedución y reintegro del crédito fiscal.

## **2.18 ORGANIZACIONES QUE APOYAN LA EXPORTACIÓN EN EL SALVADOR**

Existe en El Salvador diferentes instituciones que apoyan a los exportadores por lo cual existe un listado de instituciones a las cuales todo empresario comercializador de miel de abeja del país puede acudir cuando desee comercializar sus productos en el mercado extranjero. (Ver anexo 1)

## **2.19 REGULACIÓN ARANCELARIA**

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



### **2.19.1 La clasificación arancelaria**

Es una herramienta utilizada a nivel mundial por los países con fines de comercio internacional para importaciones y exportaciones de los productos que se desean distribuir fuera del país.

De esta clasificación se derivan los impuestos a pagar de las mercancías a importar o a exportar, así como las normas impuestas por distintas dependencias del gobierno de cada país, con el fin de regular las operaciones de comercio en la que se vieran involucradas.

La Organización Mundial de Aduana (OMA) ha establecido una clasificación estándar a nivel internacional de productos llamado Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías o Sistema Armonizado. Dicha clasificación surge de la necesidad de estandarizar criterios a nivel mundial y evitar confusiones al momento de querer enviar los productos a otras naciones, debido a esta necesidad se crea el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías. Este sistema fue aprobado por la Organización Mundial de Aduana (OMA) en 1983 después de varios intentos como lo fue la Nomenclatura del Consejo de Cooperación Aduanera (NCCA) y la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI).

Este sistema tiene fundamentalmente dos significados: El primero, como se le llama o como se le conoce al sistema de clasificación de mercancías que son objeto de comercio internacional; el segundo, es como se le llama al código



utilizado en todas las operaciones de importación o de exportación, mediante el que las autoridades asignan y los usuarios conocen los impuestos a pagar, derechos a cumplir, así como también regulaciones no arancelarias, que son los permisos de distintas dependencia en cada país.

### **2.19.2 Clasificación arancelaria de El Salvador**

Todas las mercancías tienen un código que las identifica para efectos aduaneros, comúnmente denominado "Código Arancelario", el cual a su vez está basado en los parámetros que se establecen en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de las Mercancías (SA).

El Sistema Armonizado, es la guía universal que utilizan las autoridades aduaneras de todos los países del mundo para realizar la clasificación arancelaria de las mercancías, por lo que en cierta medida, la clasificación arancelaria es idéntica en todos los países; sin embargo, varía a medida que una mercancía se desglosa a un nivel de mayor especificidad, es decir, a mayor nivel de detalle la clasificación arancelaria varía de un país a otro.

En materia de clasificación arancelaria, los países de la región centroamericana utilizan el denominado "Sistema Arancelario Centroamericano" (SAC). Contiene las bases legales para la determinación y demás procedimientos relacionados con el origen de las mercancías; así como las obligaciones de los importadores y exportadores para certificar origen a las mercancías de los cinco países del área centroamericana. Para certificar que una mercancía es originaria de alguno de los países fuera del área centroamericana, en los cuales El Salvador ha suscrito



Tratados de Libre Comercio, deberá someterse a lo regulado en los mismos.

Sin embargo, aun cuando se denomine en forma distinta entre países la estructura de los sistemas armonizados es esencialmente la misma, pues esta se organiza mediante secciones, capítulos, subcapítulos, partidas, subpartidas e incisos arancelarios; este último específico la clasificación del producto.

La clasificación arancelaria consiste en ubicar una determinada mercancía en la fracción arancelaria que le corresponde, de conformidad al Sistema Arancelario Centroamericano (SAC). Si con ello aún no es suficiente para clasificar el producto, deberá auxiliarse con información complementaria en la que sobresalen las Notas Explicativas y el conocimiento de los expertos relacionados con el producto que se va a exportar.

En el mundo se utiliza una clasificación arancelaria conocida como Sistema Armonizado la cual consta de 6 dígitos, en El Salvador el código numérico del S.A.C. está representado por ocho dígitos que identifican: los dos primeros, al Capítulo; los dos siguientes, a la partida; el tercer par, a la sub-partida; y los dos últimos, a los incisos o sub-partidas. (Salvador D. G.)



### **2.19.3 Importancia de conocer el inciso arancelario de las mercancías**

En la actualidad es muy común que al momento de exportar, los exportadores e importadores se preocupen por conocer información sobre los impuestos que deberán pagar sus mercancías en los mercados de destino, las preferencias a las que pueden acceder bajo los Esquemas Preferenciales, Tratados de Libre Comercio o aspectos relacionados con la logística de sus productos; por ello se vuelve trascendental conocer la clasificación arancelaria, pues es mediante este código que cada país y/o región establece los derechos arancelarios a pagar, impuestos específicos, beneficios, normas, controles, etc., lo cual está íntimamente relacionado con el producto a importar/exportar.

Sin embargo, en muy pocas ocasiones las empresas buscan informarse sobre los requisitos técnicos y su clasificación arancelaria que influyen en sus exportaciones y que pueden determinar si sus productos logran ingresar bajo condiciones preferenciales al mercado al cual se dirigen.

Contar con la correcta clasificación arancelaria de una mercancía es de vital importancia ya que permite conocer entre otros aspectos, lo siguiente:

- ❖ Los derechos arancelarios aplicables a la importación.
- ❖ La regla de origen a la cual está sujeta la mercancía.
- ❖ Las preferencias arancelarias consignadas en los TLC y acuerdos preferenciales.
- ❖ Los mecanismos de restricción, cuota o permiso de importación que debe cumplir la mercancía, normas de





etiquetado y derechos del consumidor.

## 2.20 REGLAS DE ORIGEN

Este aspecto es central al firmar un Tratado de Libre Comercio en contraste con el caso de la formación de una unión aduanera. En un Tratado de Libre Comercio los países firmantes reducen las barreras al comercio entre ellos pero no coordinan su política comercial con respecto a terceros países. Es importante definir qué bienes van a ser considerados importaciones originadas en el país socio del tratado y a cuales se les seguirá dando el trato otorgado a los terceros países. Las reglas de origen definen qué bienes van a ser considerados como originarios del país exportador.

En casos en que parte de la materia prima o insumos intermedios que se usan en la producción no hayan sido originados en el país exportador, se deben aplicar criterios que definan si los insumos importados han sido sometidos, con el territorio de ese país, a un proceso productivo suficientemente significativo como para que el bien final sea considerado originario del país exportador y reciba el trato arancelario preferencial. En general, las reglas para conceder origen en tratados bilaterales se basan en tres procedimientos que a menudo son complementarios:

- ❖ **Proporción mínima de componente nacional:** se determina el porcentaje mínimo del costo o valor del producto que debe tener componente nacional.
- ❖ **Reclasificación arancelaria:** exige que el bien exportado tenga una clasificación arancelaria distinta a la de



los insumos importados.

- ❖ **Proceso productivo:** se definen los procesos productivos que convertirían las materias primas o insumos intermedios importados en bienes originados en el país exportador.

Además se encuentran exigencias en cuanto al transporte de mercancía. En la mayoría de los acuerdos éste debe ser directo desde el país exportador al país importador permitiendo sólo transbordo en terceros países.

### **2.20.1 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 años, después de la certificación de las mismas, todos los registros contables y documentos que amparen estrictamente el origen de las mercancías.

Estos documentos son necesarios para gozar de trato preferencial o beneficiarse de un Tratado de Libre Comercio, en los países con los que El Salvador ha suscrito acuerdos, convenios o tratados. (trade)



## 2.21 BARRERAS ARANCELARIAS

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

- ❖ **Ad-valorem:** Un arancel que se impone en términos de porcentaje sobre el valor de la mercancía. Por ejemplo, 5% de arancel, significa que el arancel de importación es 5% del valor de la mercancía en cuestión.
  
- ❖ **Arancel específico.** Arancel que se impone en términos de cargas o cobros monetarios específicos por unidad o cantidad de mercancía importada. Por ejemplo, \$100 por tonelada métrica de la mercancía.
  
- ❖ **Arancel mixto:** Un arancel que combina aranceles Ad-valorem y específicos.

## 2.22 REGULACIONES NO ARANCELARIAS

Las regulaciones no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales o para preservar los bienes de cada país, en lo que respecta a medio ambiente, proteger la salud, sanidad animal y vegetal, o para asegurar a los consumidores la buena calidad de las mercancías que están adquiriendo, o darles a conocer las características de las mismas. Por su naturaleza, estas



regulaciones resultan más difíciles de conocer, interpretar y cumplir, lo que ocasiona que en muchos casos no sean tan transparentes, ya que se originan en varias fuentes y, al igual que los aranceles, pueden ser modificadas en tiempos relativamente cortos.

Entre las regulaciones arancelarias más comunes entre los países se encuentran:

**a) Regulaciones no arancelarias cuantitativas:** Se aplican a cantidades de productos que se permiten importar a un país o establecer contribuciones cuantificables a las que se sujetan esas mercancías distintas del arancel. Dentro de las regulaciones no arancelarias cuantitativas se encuentran: los permisos de exportación e importación, cupos y medidas contra prácticas desleales de comercio internacional (discriminación de precios y subvención), las cuales se describen a continuación:

❖ **Permisos de exportación e importación:** Los permisos previos tienen la finalidad de restringir la importación o la exportación de ciertas mercancías, por razones de seguridad nacional, sanitarias o protección de la planta productiva, entre otras.

❖ **Cupos:** Son montos de determinadas mercancías que pueden ser importadas o exportadas. Cada país puede fijar las cantidades, volúmenes o valores de mercancías que pueden ser ingresadas a su territorio, así como su vigencia y la tasa arancelaria que debe cubrir las mercancías sujetas a cupo, con el fin de proteger el



consumo de consumo de productos nacionales.

❖ **Medidas contra prácticas desleales de comercio internacional (discriminación de precios y subvención):**

Las medidas contra prácticas desleales de comercio internacional están destinadas a contrarrestar los posibles daños a la planta productiva nacional atribuibles a los precios bajos con que ingresan las mercancías a un país.

**b) Regulaciones no arancelarias cualitativas.** Tienen que ver con el producto en sí mismo y/o sus accesorios (envase, embalaje, entre otros) sin importar la cantidad; estas medidas se aplican a todos los productos que se deseen introducir a un país y no a una cierta cantidad de ellos. Dentro de las regulaciones arancelarias no cualitativas se encuentran las siguientes:

❖ **Regulaciones de etiquetado:** Las normas de etiquetado se encuentran entre las principales regulaciones no arancelarias, ya que inciden en la mayoría de las mercancías que se exportan o se importan; en algunos países se requiere que este requisito sea cumplido por los fabricantes o exportadores en el país de origen, para que la mercancía esté debidamente etiquetada al momento de ingresar a la aduana del país importador.

❖ **Regulaciones de envases y embalaje:** Los envases y los embalajes tiene como finalidad principal proteger los productos en las etapas de transportación y almacenaje,



para que lleguen en óptimas condiciones al consumidor final. Se entiende por envase al envoltorio que se utiliza para proteger el producto y para presentarlo al consumidor, tales como cajas, frascos, sobres, latas, etc.

- ❖ **Mercado de país de origen:** A fin de identificar el país de origen de las mercancías que se importan, los países importadores emiten reglas de mercado de país de origen. Estas reglas se traducen en la utilización de marcas físicas que deben sustentar las mercancías en el momento de su importación tales como marbetes, etiquetado, etc., mismas que deberán estar visibles, legibles e indicar el país de origen.
  
- ❖ **Regulaciones sanitarias:** Otra regulación no arancelaria que ha cobrado gran importancia en el comercio exterior de mercancías, son las regulaciones sanitarias, aplicables a productos agropecuarios, procesados o no. Estas regulaciones forman parte de las medidas que la mayoría de los países han establecido a fin de proteger la vida, salud humana, animal, vegetal, frente a riesgos como: (la introducción, propagación de plagas, enfermedades en animales y plantas; la presencia, en alimentos y forrajes, de aditivos contaminantes, toxinas y organismos causantes de enfermedades en su territorio).
  
- ❖ **Normas técnicas:** Las normas técnicas establecidas en cada país especifican las características y propiedades técnicas, así, como, en ciertos casos, métodos de



manufactura, que debe cumplir una mercancía para un mercado específico.

- ❖ **Regulaciones de toxicidad:** Las regulaciones de toxicidad se establecen para aquellos productos en cuya elaboración se incorporan insumos peligrosos o dañinos para la salud humana.
  
- ❖ **Normas de calidad:** Además de las regulaciones no arancelarias relativas al etiquetado, sanitarias y técnicas, el exportador puede verse obligado a cumplir con normas de calidad, dependiendo del producto que vaya a exportar. (Gobierno, CAUCA, Código Arancelario Uniforme Centroamericano)

## 2.23 LOGÍSTICA INTERNACIONAL

La gestión de cadenas de suministros eficientes y flexibles, que se adapten a los cambios en el mercado, mediante la coordinación entre sus miembros acoplándose a los requerimientos de los mercados de destino. La competencia en los mercados internacionales se libra entre cadenas logísticas y cada empresa debe integrarse en estas formas de modo que el producto se presente en el mercado de destino en condiciones competitivas.

### 2.23.1 Definición de Logística Internacional

Es el diseño y planeación de las operaciones de comercio exterior, donde se contemplan todos los elementos que la integran para lograr la eficiencia total y así ofrecer un



flujo de materiales, productos e información a nivel mundial de calidad.

### **2.23.2 Importancia**

La logística busca gerenciar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos, el control de inventarios, la información que se transmite entre las organizaciones y los canales de distribución se encauzan de tal modo que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de costos y efectividad, además coordina de forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar correcto y el tiempo correcto.

### **2.23.3 Ventajas**

La logística internacional se ha convertido en uno de los sectores claves en el actual entorno económico mundial y presenta muchas ventajas, de las cuales se pueden mencionar las siguientes:

- ❖ Reduciendo el ciclo pedido - entrega.
- ❖ Entrega en días y horarios preestablecidos.
- ❖ Incrementando la confiabilidad en los plazos de entrega, inventario y calidad.
- ❖ Mejora la preparación y transporte de bienes así como los aspectos administrativos conducentes al ciclo de orden-entrega.
- ❖ Utilizando y mejorando la información compartida.
- ❖ Incrementando la comunicación con el cliente.





- ❖ Estableciendo procedimientos adecuados para atender y resolver quejas y problemas de la operación.
- ❖ Mejorando y/o estableciendo garantías o servicio postventa, incluyendo la devolución de mercancías.
- ❖ Mejorando la localización de mercancías en tránsito y en almacén.

#### **2.23.4 Desventajas**

La logística internacional tiene una gran complejidad para el desarrollo de los mercados internacionales ya que se ve afectada por múltiples factores:

- ❖ Desconfianza entre las partes e inseguridad jurídica, nacidas de las diferencias en los marcos regulatorios de los contratos generados en el desarrollo de las operaciones (compraventa, transporte, etc.), otras posibles diferencias existentes entre exportador e importador como idioma, cultura, costumbres y prácticas comerciales, desconocimiento mutuo de las características de sus respectivas empresas y mercados.
- ❖ Influencia de las normas propias de cada mercado. Esto puede obligar a adaptar el producto (características, requisitos de fabricación, criterios de normalización, estándares de calidad, funcionamiento, envase y embalaje, etc.) a la normativa que exija el mercado de destino (tanto desde el punto de vista aduanero como comercial).
- ❖ Necesidad de adaptación del producto a los gustos y



tendencias de los consumidores en cada mercado. Lo que implica analizar el mercado e introducir aquellas modificaciones o adaptaciones que se impongan por aspectos culturales.

- ❖ Transportes internacionales más largos, complejos y costosos. Esto obligará a gestionar estas operaciones de forma que el coste de la cadena logística a repercutir en el producto sea el menor posible, haciéndolo así más competitivo, pero garantizando que las entregas se lleven a cabo de acuerdo con la demanda del mercado y sus requisitos (disponibilidad, cantidad, urgencia, etc.).
- ❖ Influencia de las relaciones políticas internacionales y de los procesos de integración comercial entre países (lo que tiene efectos directos en la política comercial y en la mayor o menor complejidad de los trámites aduaneros).
- ❖ Dificultades para determinar la ubicación óptima de plantas de producción y almacenes; influencia que sobre dicha ubicación pueda tener la evolución de las relaciones internacionales, de la economía de determinados países, etc. A largo plazo, ello puede dar lugar a procesos como la deslocalización de plantas de fabricación, persiguiendo fomentar la competitividad (mediante la reducción de costes, aprovechando las ventajas que en este sentido ofrecen los distintos mercados) e incrementar la rentabilidad (exportando a los mercados cuya demanda ofrezca mejores precios y perspectivas de crecimiento).



- ❖ Realización de gestiones aduaneras de exportación e importación (en el mercado de destino), sus efectos a distintos niveles, procedimiento de despacho aduanero, restricciones (limitación de las cantidades importables, y hasta prohibición), requisitos documentales; inspecciones; impuestos (en función de la clasificación arancelaria de la mercancía, su origen y valor) posibilidad de acogerse a distintos regímenes económicos.  
(Molins)

## 2.24 TIPOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

El transporte de mercancías es parte de la logística de comercio internacional, juega un papel fundamental en el comercio exterior cuando se disponga de mecanismos más eficientes de transporte y de una infraestructura adecuada para este, se agilizará las actividades comerciales de carácter internacional, su producto y relaciones con socios internacionales aumentarán.

El transporte aéreo es un modo rápido y seguro, apto para mercaderías que deben llegar en el día o al día siguiente a destino y para mercaderías de valor. La tarifa aérea se calcula según el peso de la mercadería, es un transporte que tiene un precio elevado pero justificado en ciertas circunstancias por el plazo de entrega de las mercaderías, por la necesidad de que las mismas arriben en óptimas condiciones y por el valor de las mercaderías transportadas. Las mercancías que se transportan por vía aérea suelen cumplir algunos de estos requisitos: ser de gran valor,



requerirse de forma urgente, no sobrepasar determinados tamaños y pesos, y ser productos terminados.

### **2.24.1 El transporte terrestre**

Este medio de transporte se caracteriza por su independencia (es decir, su capacidad de ofrecer un servicio puerta a puerta), su simplicidad, versatilidad y flexibilidad, ya que permite el transporte de cualquier tipo de mercancía sin ruptura de carga (transbordo de la mercancía a otro vehículo) de forma rápida y relativamente económica. Es el medio de transporte con mayor cuota de mercado en los intercambios intracomunitarios a pesar de sus problemas (atomización y exceso de oferta, dependencia del gasóleo, contaminante, etc).

El transporte terrestre es un modo rápido, es un modo oneroso para trasladar grandes pesos más allá de los 500 km. Impacta notablemente sobre el flete el aumento del combustible y distintas obligaciones que debe asumir el transportista carretero con sus camiones que aparejan costos que luego son trasladados al flete.



### 2.24.2 El transporte marítimo

Es el servicio de trasladar de un lugar a otros pasajeros o cargamento, mediante la utilización de buques, es el modo más utilizado para el comercio internacional, es el que soporta mayor movimiento de mercancías, tanto en contenedor, como gráneles secos o líquidos. Posee ventajas como: gran capacidad: se pueden transportar grandes masas a granel en contenedores, los grandes petroleros tienen una capacidad de más de 500.000 toneladas.

❖ **Ventajas del transporte marítimo:** El transporte marítimo cuenta con diferentes ventajas para las personas que deciden utilizar este medio para trasportar las mercancías.

- **Ámbito internacional:** es el mejor medio para trasladar grandes volúmenes de mercancía entre dos puntos alejados geográficamente. Además, el desarrollo de las autopistas y del transporte marítimo de corta distancia permite la combinación del transporte marítimo con otros medios de transporte.
- **Flexibilidad y versatilidad:** se han construido buques de diversos tamaños y adaptados a todo tipo de cargas, y bajos costos: comparativamente, es uno de los más económicos. Pero también tiene desventajas, la lentitud y menos accesibilidad ya que no tiene la misma practicidad que el transporte aéreo y terrestre. (InLog Logistics Solutions, 2015)



## 2.25 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución son conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente, económica de sus productos y servicios de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en lugar que lo solicite

### 2.25.1 Definición

Según (Editores, 2008):

Los canales de distribución son los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en el lugar que los solicite.

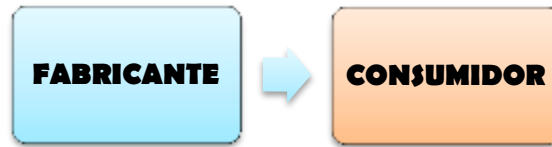
### 2.25.2 Clasificación

En el mercado existen diferentes tipos de productos con necesidades logísticas diferentes, es por eso que existen diferentes tipos de canales de distribución. A continuación se explican, según el número de niveles de canal que intervienen en él.

❖ **Canal Directo o nivel 0** (del Productor o Fabricante a los Consumidores): Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de



mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.



- ❖ **Canal Detallista o nivel 1** (del Productor o Fabricante a minorista o detallista y de éstos a los Consumidores): Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas. En estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos.



- ❖ **Canal Mayorista o nivel 2** (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios: los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para



revenderlos) y los detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final). Este canal se utiliza para distribuir productos que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor ni a todos los detallistas.



❖ **Canal Agente/Intermediario o nivel 3** (del Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios, de éstos a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Este canal contiene tres niveles de intermediarios: El Agente Intermediario (que por lo general, son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales; no tienen actividad de fabricación ni tienen la titularidad de los productos que ofrecen), los mayoristas y los detallistas.



Este canal suele utilizarse en mercados con muchos pequeños fabricantes y muchos comerciantes detallistas que carecen de recursos para encontrarse unos a otros.

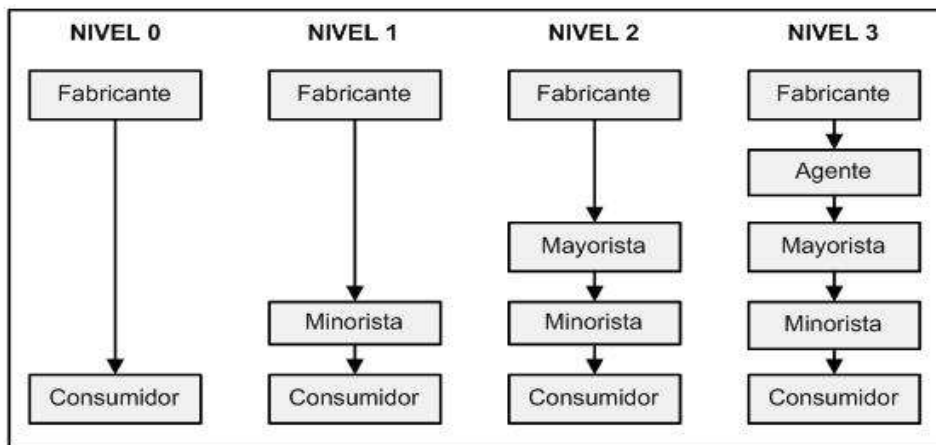




En este tipo de canal casi todas las funciones de marketing pueden pasarse a los intermediarios, reduciéndose así a un mínimo los requerimientos de capital del fabricante para propósitos de marketing. Es importante mencionar que al momento de elegir o diseñar los tipos de canales de distribución que la empresa utilizará para hacer llegar sus productos y/o servicios al consumidor final.

En el siguiente cuadro se muestran los diferentes niveles del canal de distribución:

**Tabla 7: Niveles del canal de distribución**



**Fuente:** Contribución del equipo de trabajo

### 2.25.3 Funciones de los canales de distribución

❖ **La compraventa:** los canales de distribución son los medios que usa el fabricante para hacer la transferencia de la propiedad de sus productos en favor del consumidor, valiéndose para ello de los que más le convengan para la minimización de sus costos.



- ❖ **El transporte:** los intermediarios sirven al exportador para hacer llegar su producto al cliente.
- ❖ **El almacenaje:** cuando se requiere hacer una planificación técnica de ventas, es importante saber el número y la localización de almacenes desde donde se distribuirá.
- ❖ **La búsqueda de mercados:** buscar nuevos clientes que permitan al exportador adueñarse de un porcentaje mayor del mercado.

#### **2.25.4 Factores a considerar a la elección del canal**

- ❖ Las características propias de la empresa.
- ❖ Las características del mercado objetivo.
- ❖ Las características del producto.

#### **2.26 LOS INCOTERMS**

Según (Segundo, 2015) Los Incoterms (International Commercial Terms, "términos internacionales de comercio") son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterms influye sobre el costo del contrato.



### **2.26.1 Principales costos y gastos en la compraventa internacional**

Para concretar una operación de compraventa internacional se deben tomar en cuenta diversos desafíos, uno de ellos es determinar que parte debe asumir diversos costos y gastos de la operación, los cuales se mencionan a continuación:

- ❖ Manipulación y embalaje de las mercancías (País de origen).
- ❖ Carga a camión, furgón o contenedor en el local del vendedor (País de origen).
- ❖ Pago de tasas de exportación (País de origen).
- ❖ Transporte interno del local del vendedor al puerto de exportación (País de origen).
- ❖ Descarga del camión en el puerto de exportación (País de origen).
- ❖ Cargos por embarque en el puerto de exportación (País de origen).
- ❖ Transporte al puerto de importación (Transporte principal).
- ❖ Cargos por desembarque en el puerto de importación (País de destino).
- ❖ Carga en camiones desde el puerto de importación (País de destino).
- ❖ Transporte al destino (País de destino).
- ❖ Seguros.
- ❖ Trámites y Paso de aduanas (País de destino).
- ❖ Impuesto de importación (País de destino).



### 2.26.2 Categorizaciones de los Incoterms

Son 11 términos Incoterms establecidos por la CCI en el 2010, versión que se encuentran en vigencia según las obligaciones del exportador en cada termino Incoterms, según el uso del medio de transporte.

#### a) Transporte Polivalente:

- ❖ **EXW (En Fábrica):** El exportador reduce al mínimo su riesgo. Debe encargarse de tener las mercancías disponibles en su fábrica o lugar de negocio siguiendo las instrucciones marcadas por el importador en la fecha o dentro del plazo indicado. El importador se hará cargo de todos los costes una vez la mercancía se haya colocado a las afueras de la fábrica.
  
- ❖ **FCA (Franco Transportista):** El exportador entrega las mercancías, despachadas en la aduana para la exportación y en el lugar acordado, al transportista propuesto por el importador. Dicho lugar de entrega influye en las obligaciones de carga y descarga de las mercancías: el exportador sólo será responsable de la carga si ésta es entregada en sus locales.
  
- ❖ **CPT (Transporte Pagado Hasta):** El exportador contrata y paga el flete de transporte de la mercancía hasta el lugar de destino convenido. El riesgo de pérdida o daño se transfiere del vendedor al importador cuando la mercancía ha sido entregada a la custodia del primer



transportista designado por el exportador, caso de existir varios; el despacho en aduana de exportación lo realiza el exportador.

- ❖ **CIP (Transporte y Seguro Pagados Hasta):** Este término obliga al exportador de igual forma que el CPT y además debe contratar el seguro y pagar la prima correspondiente, para cubrir la pérdida o daño de la mercancía durante el transporte, si bien, solo está obligado a contratar un seguro con cobertura mínima.
  
- ❖ **DAT (Entregado en Terminal):** El exportador realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del importador en la terminal, puerto o aeropuerto convenido en el país de destino (sin despachar de aduana para la importación). Asimismo, el exportador asume todos los costos y riesgos hasta dejar la mercancía en la terminal de transporte designada o convenida (luego de descargar la misma). El seguro del transporte principal está a cargo del exportador, aunque su contratación no es obligatoria. Los tributos aduaneros de importación están a cargo del importador.
  
- ❖ **DAP (Entregado en un Lugar):** El exportador realiza la entrega de la mercancía al importador a su llegada al lugar de destino convenido, no corriendo con los costos de despacho de aduana para la importación y de descarga de la mercancía. Cuando este punto de entrega de la mercancía es una terminal de transporte, el DAT es el término apropiado a aplicar. Además, el exportador



soporta todos los costes y riesgos hasta dejar la mercancía en el punto designado en el país de destino. Los gastos de demora que se producen al despachar la mercancía de importación, son asumidos por el exportador.

❖ **DDP (Entregado Con Pago de Derechos)**: En este término el exportador realiza la entrega de la mercancía al importador, despachada para la importación y no descargada de los medios de transporte a su llegada al lugar convenido del país de la importación. El exportador asume todos los gastos y riesgos, incluidos derechos, impuestos y otras cargas por llevar la mercancía hasta aquel lugar, una vez despachada en aduana para la importación.

**b) Transporte marítimo y fluvial:**

❖ **FAS (Al Costado del Buque)**: El exportador se encarga de transportar la mercancía desde su establecimiento de negocios hasta el costado de buque en el puerto de embarque convenido para la exportación. Allí se transfiere la propiedad al importador.

❖ **FOB (A Bordo del Buque)**: El exportador se encarga de enviar la mercancía desde su punto de negocio hasta el puerto de embarque convenido y cargarla en el buque. Tan pronto como la mercancía se posiciona en la borda del barco, los riesgos y costes por la pérdida o daño de las mercancías se transfieren al importador.



❖ **CFR (Coste y Flete)**: El exportador paga los gastos de transporte y otros necesarios para que la mercancía llegue al puerto convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmite de vendedor a comprador una vez haya sido entregada está a bordo del buque en el puerto de embarque y haya traspasado la borda del mismo. También exige que el vendedor despache de exportación de la mercancía. El seguro es a cargo del importador.

❖ **CIF (Coste, Seguro y Flete)**: El exportador tiene las mismas obligaciones que bajo CFR, si bien, además, ha de contratar y pagar la prima del seguro marítimo de cobertura de la pérdida o daño de la mercancía durante el transporte, ocupándose además, del despacho de la mercancía en aduana para la exportación.

Los Incoterms se aplican únicamente en las compraventas internacionales de mercancías, no en las de servicios ya que éstos son intangibles en los que no se utiliza la logística. El propósito de los INCOTERMS es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el comercio internacional.



Ilustración 5: Resumen de Incoterms

	Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos de manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos de manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFI Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CF Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional (CCI)

■ Vendedor ■ Comprador ■ Vendedor / Comprador

Fuente: (Segundo, 2015)

### 2.26.3 Objetivo fundamental de los Incoterms

Actualmente están en vigor los INCOTERMS 2010 (desde el 1 de enero de 2011). El objetivo fundamental de los INCOTERMS consiste en establecer criterios definidos sobre la distribución de los gastos y la transmisión de los riesgos entre la parte compradora y la parte vendedora en un contrato de compraventa internacional, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías. De esta manera, podrán evitarse las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones de dichos términos en países diferentes o al menos, se pueden reducir en gran medida.





Los Incoterms determinan:

- ❖ El alcance del precio.
- ❖ En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- ❖ El lugar de entrega de la mercadería.
- ❖ Quién contrata y paga el transporte.
- ❖ Quién contrata y paga el seguro.
- ❖ Qué documentos tramita cada parte y su costo.

#### **2.26.4 Esquema jurídico de los Incoterms**

Los Incoterms son de aceptación voluntaria por las partes, o sea, no son un esquema jurídico obligatorio. Su principal ventaja consiste en haber simplificado mediante 11 denominaciones normalizadas un cúmulo de condiciones que tienen que cumplir las dos partes contratantes. Gracias a esta armonización o estandarización, la parte compradora y la parte vendedora saben perfectamente sus obligaciones.

Los INCOTERMS regulan cuatro aspectos básicos del contrato de compraventa internacional:

- a) La entrega de las mercancías:** Es la primera de las obligaciones del vendedor. La entrega puede ser directa, cuando el Incoterms define que la mercancía se entregue al comprador, son los términos "E" y los términos "D"; o indirecta, cuando la mercancía se entrega a un intermediario del comprador, un transportista o un transitorio, son los términos "F" y los términos "C". sólo enviará la mercancía cuando haya recibido el pago o



transferencia de fondos. Sin embargo, en los mercados competitivos su uso es limitado, pues requiere de una extrema confianza del importador en el exportador.

**b) La transmisión de los riesgos:** Es un aspecto esencial de los Incoterms y no se debe confundir con la transmisión de la propiedad, que queda regulada por la ley que rige.

**c) Pago a la vista, también llamado pago al contado/contra documentos:** Se denomina así a todo pago que recibe el exportador una vez efectuado el embarque, y contra la presentación al importador de los documentos representativos de la mercadería y/o servicios.

**d) Pago a plazo:** Se denomina así a todo pago que recibe el exportador después de haber entregado los documentos de embarque al importador. Este plazo será convenido entre importador y exportador y normalmente estará en función a la fecha de embarque, fecha de factura, fecha de presentación de documentos.

**e) Cuenta abierta:** Mediante esta forma de pago, el exportador envía la mercancía, la factura y los documentos de embarque al importador y espera el pago; es decir, el importador "compra ahora y paga después", siendo por lo tanto, la forma de cobranza más riesgosa para el exportador. Esta forma de pago es muy común cuando se vende en el mercado local, pero no lo es tanto en el comercio internacional, debido al incremento de riesgo que presenta para el vendedor.



**f) Pago posterior a la entrega:** Es la opción más habitual en comercio internacional, en especial con los medios de pago simples. El importador recibe la mercancía y ordena al banco que realice el pago. En este caso, debe existir una confianza en el exportador, ya que se desprende de la mercancía antes de recibir el pago.

## 2.27 MEDIOS DE PAGO INTERNACIONAL

Según (Cantos, 2012) los medios de pago internacional son mecanismos para perfeccionar la forma de pago acordada entre exportador e importador considerando los riesgos a los que se enfrentan compradores y vendedores, se establecen medios de pagos internacionales aceptados.

**a) Transferencia / orden de pago.** Pago que realiza el importador al exportador por intermedio de los bancos. Este medio se usa frecuentemente en la forma de pago de cuenta abierta, es la forma más riesgosa para el exportador.

**b) Pago anticipado.** Consiste en que el importador, antes del embarque, sitúa en la plaza del exportador el importe de la compra venta. Esta forma de pago representa muchos riesgos para el comprador; debido a que si existiere mala intención o actuación del vendedor quien eventualmente y hasta deliberadamente puede demorar indebidamente el envío de las mercancías o simplemente en el peor de los casos no hacerlo. El uso de esta modalidad es excepcional, por ejemplo el vendedor domina el mercado por ser el único proveedor del producto.



**c) Pago directo:** Se constituye cuando el importador efectúa el pago directamente al exportador y/o utiliza a una entidad para que se efectúe este pago sin mayor compromiso por parte de esa entidad. Los medios de pago más comunes para pagos directos son el cheque, la orden de pago, el giro o la transferencia. Los medios de pago directos son utilizados normalmente cuando las condiciones de pago son al contado, en cuenta corriente o a consignación. El pago directo representa una cierta forma de anticipación con la variante de que quien recibe toda la ventaja es el comprador, quedando el vendedor en absoluta inferioridad, pues debe enviar las mercancías y esperar el pago hasta que estas hayan llegado a destino. En esta modalidad no existen garantías, la intervención de un banco queda limitada a facilitar un giro bajo instrucciones del cliente. El cliente paga en efectivo o mediante cheque. Cuando se otorgan plazos para pagar, implica altos riesgos para el exportador puesto que el pago se basa en la confianza mutua y la buena fe de ambas partes. En El Salvador, el pago puede efectuarse por adelantado, antes de enviar la mercancía, o bien aplazarse a 30, 60 días después de haberla recibido.

**d) Cuenta abierta.** En comercio internacional, una transacción de cuenta abierta es una venta en la cual los bienes se envían y entregan antes del vencimiento del pago que usualmente ocurre a los 30, 60 o 90 días. Obviamente, esta opción es ventajosa para el importador en términos de flujo de efectivo y costo pero, consecuentemente, es una opción riesgosa para el



exportador. Debido a la intensa competencia en los mercados de exportación, los compradores extranjeros a menudo presionan a los exportadores para obtener condiciones de cuenta abierta. Características de una transacción de cuenta abierta:

❖ **Aplicabilidad:** Su uso se recomienda en mercados o relaciones comerciales de bajo riesgo y mercados competitivos a los efectos de ganar clientes con el uso de una o más técnicas adecuadas de financiamiento para operaciones de comercio internacional.

❖ **Riesgo:** Existe riesgo sustancial para el exportador debido a que el comprador puede no cumplir con su obligación de pago luego de que los bienes han sido enviados.

**e) Carta de crédito.** Es un instrumento de pago, sujeto a regulaciones internacionales, mediante el cual un banco (Banco Emisor) obrando por solicitud y conformidad con las instrucciones de un cliente (ordenante) debe hacer un pago a un tercero (beneficiario) contra la entrega de los documentos exigidos, siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones de crédito.

Es una orden de pago formulada por el banco emisor por cuenta del comprador, donde pone a disposición del vendedor una suma convenida de dinero que podrá cobrar mediante la presentación de los documentos que corresponden estricta y literalmente a los términos y condiciones estipulados en el crédito. Es considerada la



forma más segura para el vendedor.

En El Salvador se trabaja habitualmente con cartas de crédito a la importación y a la exportación, lo que supone una mayor seguridad documentaria para el comprador, que se asegura en recibir la mercancía ordenada de acuerdo a calidad y cantidad establecida. Por su parte, el vendedor obtiene un pago asegurado por el banco y reduce los retrasos en el pago por problemas políticos o cambiarios del comprador.

❖ **Beneficios de la carta crédito**

- Confiere a ambas partes un alto grado de seguridad, de que las condiciones previstas serán cumplidas.
- El pago se efectúa contra los documentos que representan las mercancías y por consiguiente, que posibilitan la transmisión de derechos sobre dichas mercancías.

**f) Cobranza documentaria.** Es un medio de pago donde el banco del exportador ayuda a canalizar los documentos con los que se podrá retirar su mercadería en aduana, sirve también para las importaciones que puede ser:

❖ **A la vista:** Pago contra documentos de exportación o importación.

❖ **A plazo:** Firma de letra de cambio firmada.

Su uso es bastante generalizado entre los bancos salvadoreños ya que implica menores costos financieros y



de comisiones operativas por lo que muchas veces es preferido por los operadores de comercio exterior, aunque esto implica también mayores riesgos.

### **2.27.1 Criterios para elegir un medio de pago**

Se debe distinguir entre quien puede elegir el medio de pago a utilizar en la venta internacional que se realiza en la fase de negociación del contrato, y quien debe iniciar y controlar el momento del pago en una etapa posterior.

La elección de uno u otro medio puede ser propuesta indistintamente por cualquiera de las partes, aunque normalmente lo decide la parte más fuerte en la negociación. Respecto a quien debe iniciar el proceso de pago y decidir el momento del mismo, dependerá del medio elegido, en unos es potestad del importador y en otros en manos del exportador.

## **2.28 ESTRATEGIA DE PRODUCTO PARA LA EXPORTACIÓN**

Según (Philip Kotler, 2012), el desarrollo de una estrategia de exportación ayuda a definir los objetivos de exportación y combinar recursos con esos fines además ayudará a administrar los sectores de mercado que sean identificados como actividad principal. Al definir el producto como una estrategia para exportar ayudará a hacer frente a una amplia gama de proveedores dentro del mercado que se pretende ingresar además se le destacará como una empresa que está bien sustentada, tiene metas realistas y que cuenta con programas diseñados para alcanzarlas.



### **2.28.1 Definición de estrategia**

Se puede definir como conjunto de líneas maestras para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una organización.

Plan de juego de una empresa para lograr sus objetivos.

### **2.28.2 Tipos de estrategia de los productos**

Estrategias para los productos globales el desarrollo de estrategias para productos globales demanda conocer qué tipos de productos o servicios pueden estandarizarse fácilmente, y cuáles estrategias de adaptación son las adecuadas.

- a) Estandarización de los productos.** Algunos productos cruzan las fronteras sin adaptación alguna, pero otros exigen diversos ajustes.

Los productos de alta calidad también se ven beneficiados por la estandarización, porque la calidad y el prestigio a menudo pueden comercializarse de manera similar en todos los países por ejemplo: los vendedores de alimentos y bebidas les resulta más difícil la estandarización, debido a que los gustos y los hábitos culturales son más variados. Los factores culturales y la riqueza influyen en la rapidez con que un nuevo producto se aceptará en un país, a pesar de que los índices de adopción y difusión cada vez se parecen más en todas las naciones. Las empresas pueden destacar sus productos de manera





diferente en cada mercado.

**b) Estrategias de adaptación de producto.** Esta alternativa es tentadora, ya que no requiere un mayor gasto en investigación y desarrollo o en el uso de nuevas herramientas de fabricación ni la modificación de la promoción. La adaptación del producto supone alterarlo para satisfacer las condiciones o preferencias locales. La fabricación flexible permite que sea más fácil hacerlo en varios niveles.

La invención de productos consiste en crear algo nuevo, y puede adoptar dos formas: la invención hacia el pasado reintroduce formas anteriores de un producto, que se pueden adaptar y La invención hacia adelante consiste en crear un producto nuevo para satisfacer una necesidad en otro país.

## **2.29 DEFINICIÓN DE MARCA**

La marca es un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o combinación de ellos que pretende identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de la competencia.

### **2.29.1 Beneficios de crear una marca**

Una marca tiene tres propósitos principales: la identificación del producto, las ventas reiteradas, y las ventas de nuevos productos.

La creación de marca permite a las empresas diferenciar sus



productos de todos los demás. Muchos nombres de marca son conocidos para los consumidores y he indican calidad.

El término Brand Equity (capital de marca) se refiere al valor de la empresa y de los nombres de sus marcas. Una marca que ha creado una alta conciencia, calidad percibida y lealtad entre sus clientes tiene un alto Brand Equity; una marca con sólido Brand Equity es un activo muy valioso.

Una marca global se refiere a una marca que obtiene por lo menos una tercera parte de sus ganancias fuera de su país de origen y es reconocible fuera de su base de clientes nacional. Los mejores generadores de ventas reiteradas son los clientes satisfechos. La marca ayuda a los consumidores a identificar los productos que desean volver a comprar y evitar aquellos que no. La lealtad de marca, la consistente preferencia sobre todas las demás, es muy alta en algunas categorías de productos. La identidad de la marca es la esencial para desarrollar la lealtad a la marca.

### ***2.29.2 Importancias de crear una marca***

A continuación tres motivos por los cuales es importante una marca.

- ❖ **Diferenciación:** En un mercado competido donde el consumidor percibe una empresa igual a la otra, la marca y lo que representa hacen la diferencia.
  
- ❖ **Apalancamiento:** Una marca sólida y bien posicionada permite el desarrollo de nuevos productos o servicios.



Las extensiones de marca llegan más rápido a los mercados porque parten de una marca preestablecida.

- ❖ **Agrado:** Una buena marca genera aprecio, cercanía e identificación. Siendo en muchos casos el primer estímulo que recibe un cliente potencial sobre la empresa.

Una marca es un gran activo que conlleva una enorme responsabilidad, bien desarrollada y comunicada consistentemente, hará la diferencia entre competidores, commodities y su compañía.

### ***2.29.3 Técnicas para la creación de una marca***

Se describen las técnicas a utilizar para la creación de una marca.

- a) **Reconocimiento del autor:** los diseñadores ponen su sello personal (como nombre propio).
- b) **Funcionalidad:** Que al escuchar, la marca se identifique para que se utiliza.
- c) **Analogía:** en alusión directa a ó con alusión a, hacen alusión a elementos existentes o no.
- d) **Por abreviatura o sigla:** la marca se le puede dar al producto, a la empresa o a una línea de producto.
- e) **Disociado:** Aquellas marcas que no significan nada.



**f) Sistema mixto:** Es el que combina dos o más métodos anteriores.

## **2.30 LOGOTIPO COMO UNA ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

Utilizada para ubicar el producto o servicio en la mente del consumidor es el efecto visual que representa la verdadera idea de la marca del producto con el que se va a identificar en cualquier lugar.

### **2.30.1 Definición de logotipo**

Un logotipo es un diseño gráfico utilizado como una continuación del símbolo por una compañía, organización o marca, la forma de adaptación del nombre de la compañía o de la marca, es un símbolo que utiliza normalmente una empresa o una marca para que la identifiquen con más facilidad.

### **2.30.2 Beneficios de un logotipo**

El logotipo es un integrador de los esfuerzos de marketing de la marca, un reflejo de estos, y el icono de lo que la marca significa para los consumidores. A corto plazo puede lograr ser un sintetizador de una marca al ser rápidamente usado por los consumidores para su identificación, diferenciación y asociaciones positivas. Un buen logotipo ayuda a establecer una buena conexión entre la marca y el consumidor.



### 2.30.3 Técnicas para la creación de un logotipo

Un logo debe ser simple sin complicaciones para poder ser fácilmente incorporado por el subconsciente de los consumidores. Logotipos complejos combinados con 10 diferentes colores son atractivos algunas veces, pero no es nada práctico. Muchas veces el logo va acompañado de un eslogan. Si este va siempre incluido en el logotipo o en la misma forma gráfica, este puede ser considerado parte del logo, ambos llevan un fin respaldar la identidad de la marca.

- a) **Practico:** el logo debe ser apropiado para ser utilizado en todo tipo de medios: tv, impresos, informes, etc.
- b) **Un reflejo:** debe reflejar valores y objetivos de la empresa, si la compañía representa calidad, entonces los colores, estilos y fotografías deben reflejar esto también, el logo no es tan complicado ya que muchas veces muestra un elemento del ser humano.
- c) **Adaptable:** facilidad de adaptabilidad al mercado meta.
- d) **Nombre o signos de la compañía o producto.**
- e) **Tipografía especial.**
- f) **Imagen o dibujo referente a la marca o al producto.**
- g) **Colores especiales.**



Para la creación de un logotipo se necesitan un sistema de fijación entre los cuales se puede utilizar los siguientes:

- a) **Funcionabilidad:** Con solo observar el logo se reconoce el producto o la marca y para que fue creado.
- b) **Analogía:** Una representación con alusión algo existente o no.
- c) **Abreviatura:** Es una letra o letras que se visualizan y se diferencian de las demás por medio de su logotipo.
- d) **Disociado:** Representación que no está relacionado con el producto ni es conocido por las personas.
- e) **Mixto:** combina los sistemas anteriores mencionados.

# CAPITULO III



DIAGNÓSTICO DEL CONOCIMIENTO  
Y OTROS ASPECTOS IMPORTANTES  
QUE POSEEN LOS SOCIOS DE LAS  
COOPERATIVAS APÍCOLAS DE LA  
ZONA OCCIDENTAL DE EL  
SALVADOR CON RESPECTO A LOS  
PROCESOS DE EXPORTACIÓN

## INTRODUCCIÓN

**E**n el capítulo se muestra el análisis detallado de los conocimientos actuales que poseen los socios de la Cooperativa ACOAPICHAPA de R.L con respecto a procesos y tramites de exportación, elección de un mercado meta, requisitos legales, condiciones que debe cumplir la miel de abeja para la exportación, tratados de libre comercio suscritos por El Salvador, así como también las principales limitaciones que han sido obstáculo para la internacionalización de dicha Cooperativa. Las exportaciones hacia cualquier destino representan una gran oportunidad de crecimiento tanto para los empresarios como para el país exportador; los empresarios apícolas Salvadoreños son personas visionarias con deseos de incursionar en mercados internacionales.

Es de suma importancia el diagnostico obtenido de la investigación realizada con el objetivo de identificar las limitaciones ya que de esta manera se podrá realizar y proporcionar un prontuario de exportación que permita a la Cooperativa adquirir los conocimientos necesarios sobre procesos , aspectos importantes sobre logística para la exportación de la miel de abeja de manera directa y efectiva. De esta manera motivar al sector apícola salvadoreño para que sean visionarios, que identifiquen los beneficios que se obtendrían si se toma la decisión de expandirse hacia un mercado internacional.





### 3.1. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de investigación comprende la descripción de los conocimientos, que se llevó a cabo con el fin de conocer la situación actual de las cooperativas apícolas de la zona occidental de El Salvador; para la elaboración de un prontuario que provea los conocimientos, procedimientos, requisitos legales y técnicos necesarios para realizar el proceso de exportación de sus productos todo esto basado en los siguientes elementos:

- ❖ Objetivos de la investigación
- ❖ Alcances y limitaciones
- ❖ Tipo de investigación
- ❖ Universo de estudio
- ❖ Fuentes de información
- ❖ Recolección de datos
- ❖ Procedimiento para la recolección de datos
- ❖ Tabulación e interpretación de los datos

#### 3.1.1 *Objetivos de la investigación*

Para la realización de la investigación es necesario plantear objetivos que faciliten para obtener los resultados esperados.



### **Objetivo general**

Recolectar la información necesaria para conocer la situación actual en la que se encuentran las sociedades cooperativas apícolas de la zona occidental de El Salvador en cuanto a conocimientos acerca de procesos, logística y estrategias para incursionar en un mercado internacional.

### **Objetivos específicos**

- ❖ Identificar el mercado adecuado para exportar la miel de abeja salvadoreña.
- ❖ Conocer los aspectos legales necesarios para realizar un proceso de exportación.
- ❖ Instruir sobre los pasos logísticos que incluye un proceso de exportación.

### **3.1.2 Alcances de la investigación**

Beneficiar al sector apícola salvadoreño con conocimientos y procesos prácticos que puedan implementar a mediano plazo para expandir su producto a mercados internacionales.



### 3.1.3 Tipo de investigación

Elegir el tipo de investigación adecuado a la investigación determina los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo.

- ❖ **Investigación descriptiva:** los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere.
  
- ❖ **Investigación propositiva:** es aquella que conduce a la creación de nuevas estructuras de investigación, mediante la relación entre los problemas de la realidad y sus alternativas de solución. Se caracteriza porque evalúa fallas de los sistemas o normas, con el fin de proponer o aportar posibles soluciones. La investigación propositiva se caracteriza por generar conocimiento, a partir de la labor de cada uno de los integrantes de los grupos de investigación. Parten de un supuesto, elaboran un diagnóstico terminan con una propuesta específica para mejorar o solucionar el problema planteado. (Sampieri, 2005).



❖ **Investigación descriptiva propositiva:** El tipo de investigación es descriptiva propositiva porque se trabaja sobre la realidad de los hechos, comprende la descripción, registro, análisis, características e interpretación de datos del objeto de estudio ya que el objetivo de la investigación no se limita a la recolección de datos de manera individual sino también a la identificación de la situación actual de las sociedades cooperativas para brindar sugerencias que pueden ser puestas en práctica en el futuro.

#### **3.1.4 Determinación de la población y muestra**

La determinación adecuada de la población y la muestra es fundamental para el éxito de la recolección de datos de una investigación.

❖ **Población:** Para efectos de la investigación la población objetivo está constituida por las cooperativas apícolas inscritas legalmente Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo INSAFOCOOP las cuales son las siguientes: Asociación Cooperativa de Comercialización Aprovechamiento Ahorro y Crédito de apicultores la libertad, de responsabilidad limitada (ACAPIL), Asociación Cooperativa de Comercialización, Producción Ahorro y Crédito de apicultores de Chalatenango de responsabilidad limitada (ACOPIDECHA DE R.L) y Asociación Cooperativa de Comercialización Aprovechamiento Ahorro y Crédito apicultores de



Chalchuapa, de responsabilidad limitada (ACOAPICHAPA), siendo la única legalmente inscrita en la zona occidental de El Salvador siendo este el lugar geográfico en el cual se delimita la investigación.

- ❖ **Muestra:** Para la investigación el tipo de muestreo a utilizar es el no Probabilístico por conveniencia esta técnica según (Sampieri, 2005) las muestras no probabilísticas o dirigidas son de gran valor, pues logran obtener los casos (personas, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos. La muestra para la siguiente investigación está conformada por la única Asociación cooperativa de miel en la zona Occidental de El Salvador legalmente inscrita en el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo INSAFOCOOP "Cooperativa de Apicultores de Chalchuapa (ACOAPICHAPA) formada por 32 socios quienes se estima facilitarán la información necesaria para el estudio.

La selección de la muestra se estableció siguiendo criterios específicos de conveniencia a la investigación, siendo estos los siguientes: es la única Asociación Cooperativa en la zona occidental de El Salvador territorio delimitado para la investigación, accesibilidad geográfica por la cercanía en la que se encuentra ubicada para el grupo investigador la muestra



se encuentra fácilmente disponible esto se implica facilidad operativa y costos bajos de muestreo.

### **3.1.5 Fuentes de información**

Para llevar a cabo la investigación se recurrió a los siguientes tipos de información:

- ❖ **Información primaria:** es la que el investigador crea expresamente para un estudio concreto. Esta información no existe en el momento en que se plantea la necesidad de utilizarla.
- ❖ **Información secundaria:** es la que puede haber sido creada en el pasado por los investigadores o puede haber sido generada por terceros.

Según (Grande- Esteban, 2013). A continuación se detalla cada tipo de información que fue requerida así como la fuente a la que se recurrió para su obtención.

- **Fuente primaria:** se utilizaron los conocimientos acerca de los requisitos y procedimientos de exportación que poseen los socios de la cooperativa; esta información se obtuvo directamente de los socios que conforman la Asociación Cooperativa Apícola de



Chalchuapa de Responsabilidad limitada que se abrevia por sus siglas ACOAPICHAPA de R.l.

- **Fuente secundaria:** Se utilizó el Directorio de cooperativas del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo INSAFOCOOP; el directorio se encuentra en el sitio web oficial del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo INSAFOCOOP en el cual se detalla el listado de cooperativas a nivel nacional de El Salvador identificando la cooperativa ACOAPICHAPA de R.L. en la zona occidental de El Salvador.

### 3.1.6 Recolección de datos

Para la recolección de los datos de la investigación de campo se utilizaron las siguientes técnicas: encuesta y la entrevista.

- a) **Encuesta:** Para la realización de la encuesta se utilizó el cuestionario en el cual se formularon preguntas abiertas y cerradas con categorías múltiples para el criterio o situación de cada encuestado. Mediante este instrumento se logró conocer información por parte de los socios. (Ver anexo 2)



- b) **Entrevista:** Se utilizó la entrevista semi-estructurada en la cual se realizaron preguntas abiertas de temas específicos en la cual el entrevistado dio a conocer su



opinión sobre el tema propuesto por el entrevistador.  
(Ver anexo 3)

### **3.1.7 Procedimiento para la recolección de datos**

A continuación se presentan puntos importantes para la recolección de datos.

- ❖ Estructura de preguntas para la entrevista.
- ❖ Coordinación de visita a la cooperativa donde se obtuvo la información.
- ❖ Recolección de datos por medio de la encuesta.
- ❖ Análisis de la información recopilada en el cuestionario.
- ❖ Procesamiento de los datos obtenidos en la encuesta.
- ❖ Análisis e interpretación de los datos.

### **3.1.8 Análisis e interpretación de datos**

A continuación se presentan los datos obtenidos de la encuesta realizada a los socios el día 12 de Mayo del presente año; mediante el cual se presenta un análisis de todos los datos recolectados.

#### **a) Tabulación y análisis de datos**

A continuación se detalla la información recolectada y se representan gráficamente con un análisis profundo y concreto para el objetivo de la investigación.





PREGUNTA 1		
¿EXPORTA SU PRODUCTO A OTROS PAÍSES?		
Opciones de respuestas	# de respuestas	%
Si	0	0
No	32	100
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>



**ANÁLISIS:** Según los datos recolectados, se puede determinar que el 100% de los encuestados respondió que no, debido a que no exportan directamente pero el producto está siendo comprado y exportado por medio de una empresa comercializadora de miel de abeja de El Salvador.



PREGUNTA 2		
¿LE INTERESARÍA EXPORTAR?		
Opciones de respuestas	# de respuestas	%
Si	32	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>



**ANÁLISIS:** El gráfico anterior muestra los resultados sobre el interés que poseen los socios para exportar su producto. El 100% de los socios afirma estar interesado en el tema de exportación debido a que poseen una visión de crecimiento en el futuro y así tener participación en el mercado internacional.

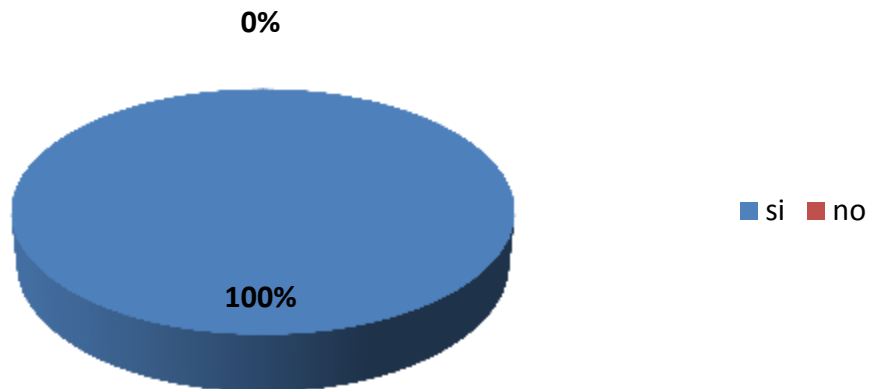


**PREGUNTA 3**

**¿CONOCE USTED UN MERCADO INTERNACIONAL QUE ESTE CONSUMIENDO SU PRODUCTO ACTUALMENTE?**

Opciones de respuestas	# de respuesta	%
Si	32	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**¿CONOCE USTED UN MERCADO INTERNACIONAL QUE ESTE CONSUMIENDO SU PRODUCTO ACTUALMENTE?**



**ANÁLISIS:** El gráfico anterior muestra resultados positivos ya que el 100% de los encuestados tiene el conocimiento hacia donde es dirigido su producto. El mercado que está siendo abastecido con la miel de abeja es el mercado Europeo específicamente Alemania.

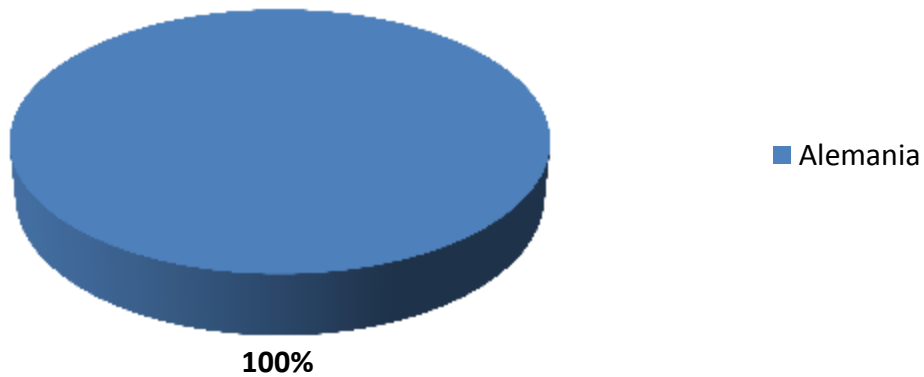


**PREGUNTA 4**

**¿CUÁL ES EL MERCADO QUE CONSIDERA ADECUADO PARA EXPORTAR SU PRODUCTO?**

Opciones de respuestas	# respuestas	%
Alemania	32	100
TOTAL	32	100

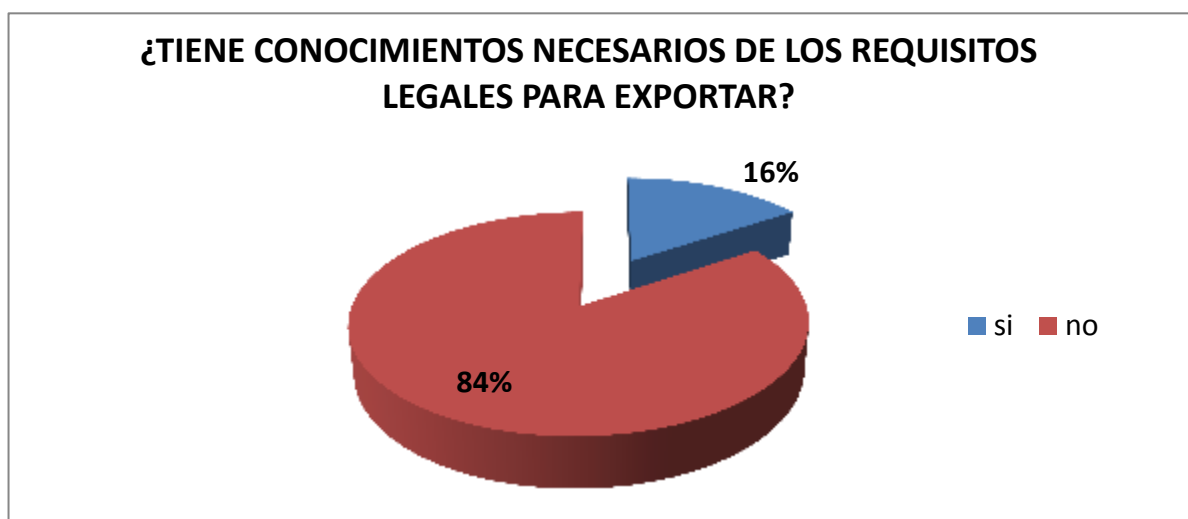
**¿CUÁL ES EL MERCADO QUE CONSIDERA ADECUADO PARA EXPORTAR SU PRODUCTO?**



**ANÁLISIS:** El gráfico anterior muestra el resultado de la opinión que poseen considerando que el mercado adecuado para exportar su producto es Alemania, debido a que es uno de los países en Europa que consumen en grandes cantidades la miel de abeja y que consideran que es producto beneficioso para la salud por lo tanto demandan grandes cantidades de este producto.



PREGUNTA 5		
¿TIENE CONOCIMIENTOS NECESARIOS DE LOS REQUISITOS LEGALES PARA EXPORTAR?		
Opciones de respuestas	# de respuesta	%
Si	5	16
No	27	84
TOTAL	32	100



**ANÁLISIS:** El gráfico anterior muestra que los socios no poseen conocimientos acerca de los requisitos legales que debe de cumplir la miel para ingresar en un mercado internacional. El 84% de los encuestados coincidieron que desconocen del tema pero que están dispuestos a adquirir el conocimiento necesario para exportar su producto, mientras que el 8% dijo tener algún conocimiento sobre el tema.

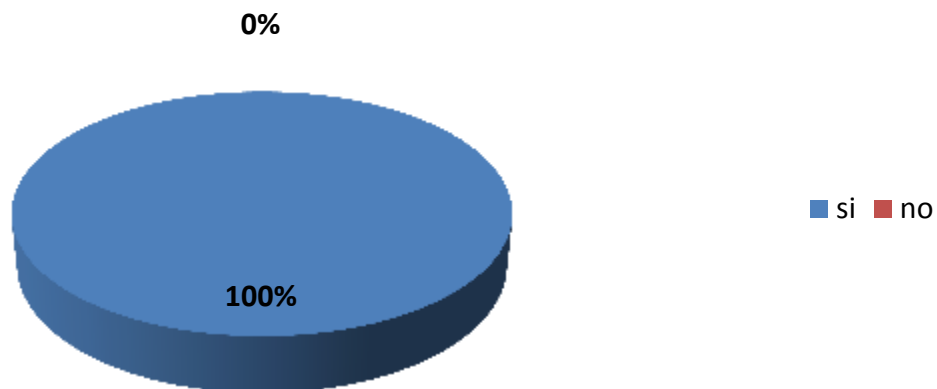


**PREGUNTA 6**

**¿CONOCE LAS CONDICIONES ADECUADAS QUE DEBE CUMPLIR LA MIEL DE ABEJA PARA SER EXPORTADA?**

Opciones de respuestas	# de Respuestas	%
Si	32	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

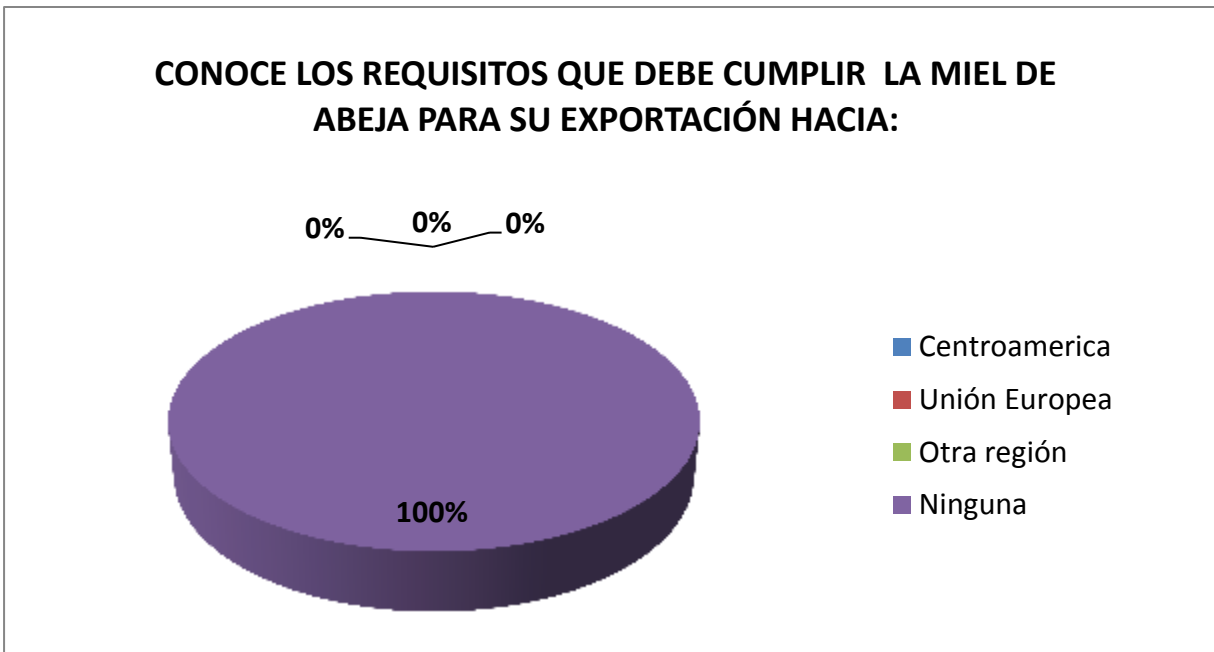
**¿CONOCE LAS CONDICIONES ADECUADAS QUE DEBE CUMPLIR LA MIEL DE ABEJA PARA SER EXPORTADA?**



**ANÁLISIS:** El gráfico anterior muestra que tienen el conocimiento acerca de las condiciones que debe de cumplir la miel para su exportación. El 100% de los encuestados indicaron que si conocen sobre el tema debido a la empresa que compra su producto les exige cumplir con los estándares de exportación para aceptar la miel.



PREGUNTA 7		
CONOCE LOS REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR LA MIEL DE ABEJA PARA SU EXPORTACIÓN HACIA:		
Opciones de respuestas	# respuestas	%
Centroamérica	0	0
Unión Europea	0	0
Otra región	0	0
ninguna	32	100
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>



**ANÁLISIS:** El grafico anterior muestra que el 100% desconocen acerca de los requisitos y requerimientos legales que debe cumplir la miel para la exportación hacia cualquier país o región del mundo.

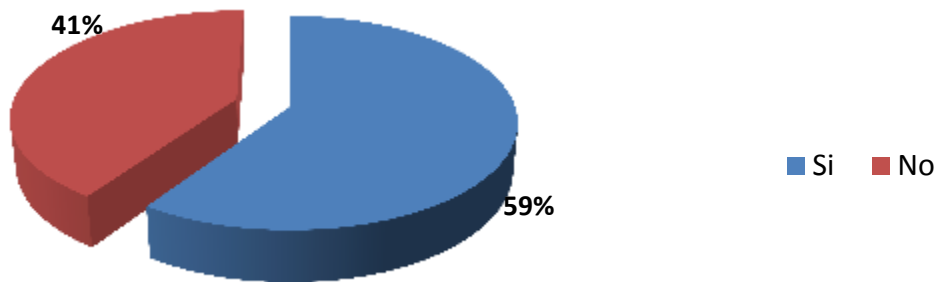


**PREGUNTA 8**

**¿CONOCE LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO QUE EL SALVADOR HA SUSCRITO?**

Opciones de respuestas	# de Respuestas	%
Si	19	59
No	13	41
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**¿CONOCE LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO QUE EL SALVADOR HA SUSCRITO?**



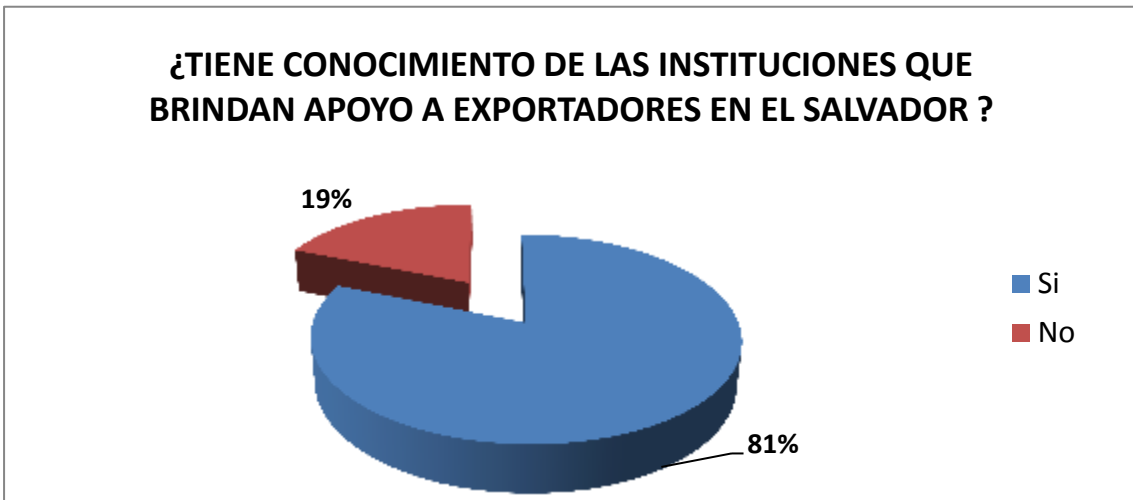
**ANÁLISIS:** Los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada permiten identificar que la mayoría conocen acerca de tratados de libre comercio que El Salvador ha suscrito en los últimos años. El 59% de los encuestados afirmaron conocer acerca algunos de los tratados de libre comercio con los que El Salvador cuenta actualmente; entre los conocidos se encuentran: Estados Unidos y Unión Europea; manifestaron que desconocen a profundidad los beneficios ya que solo saben de su existencia; por otra parte el 41% de los encuestados





indico no tener conocimiento alguno de los tratados de libre comercio con los cuales se encuentra suscrito el país.

PREGUNTA 9 ¿TIENE CONOCIMIENTO DE LAS INSTITUCIONES QUE BRINDAN APOYO A EXPORTADORES EN EL SALVADOR?		
Opciones de respuestas	# de respuestas	%
Si	26	81
No	6	19
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>



**ANÁLISIS:** De los resultados recopilados con la investigación realizada se refleja que poseen conocimientos de instituciones que brindan apoyo a exportadores en el país. El 81% de los encuestados afirmaron conocer acerca algunas de las instituciones de apoyo a exportadores entre las que conocen se encuentran: Ministerio de Agricultura (MAG) a



través del “Departamento de Inspección o de Productos de Origen Animal” (DIPOA); por otra parte el 19% de los encuestados indico no tener conocimiento alguno de las instituciones que brindan apoyo en el país.

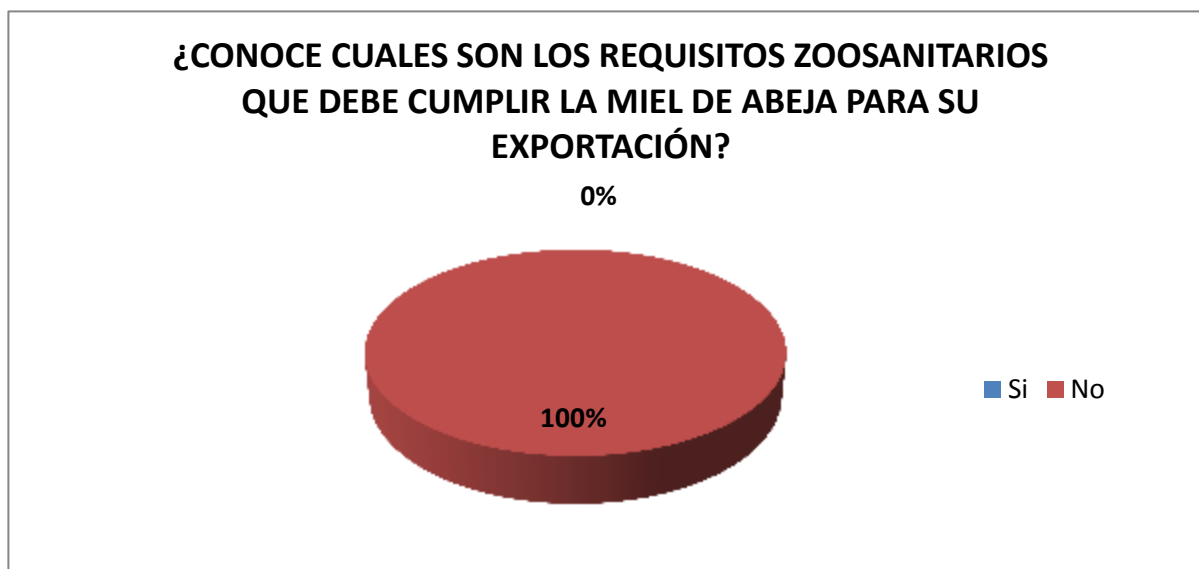
<b>PREGUNTA 10</b>		
<b>¿CONOCE LOS SERVICIOS QUE EL CENTRO DE TRÁMITES DE EXPORTACIÓN (CIEX) OFRECE A LOS EMPRESARIOS QUE DESEAN EXPORTAR Y LOS PASOS A SEGUIR PARA PODER INSCRIBIRSE A ESA INSTITUCIÓN?</b>		
<b>Opciones de respuestas</b>	<b># de respuestas</b>	<b>%</b>
Si	0	0
No	32	100
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>





**ANÁLISIS:** De los resultados recopilados se puede verificar que el 100% de los encuestados desconoce de los trámites y procesos que debe realizar un exportador en el Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX).

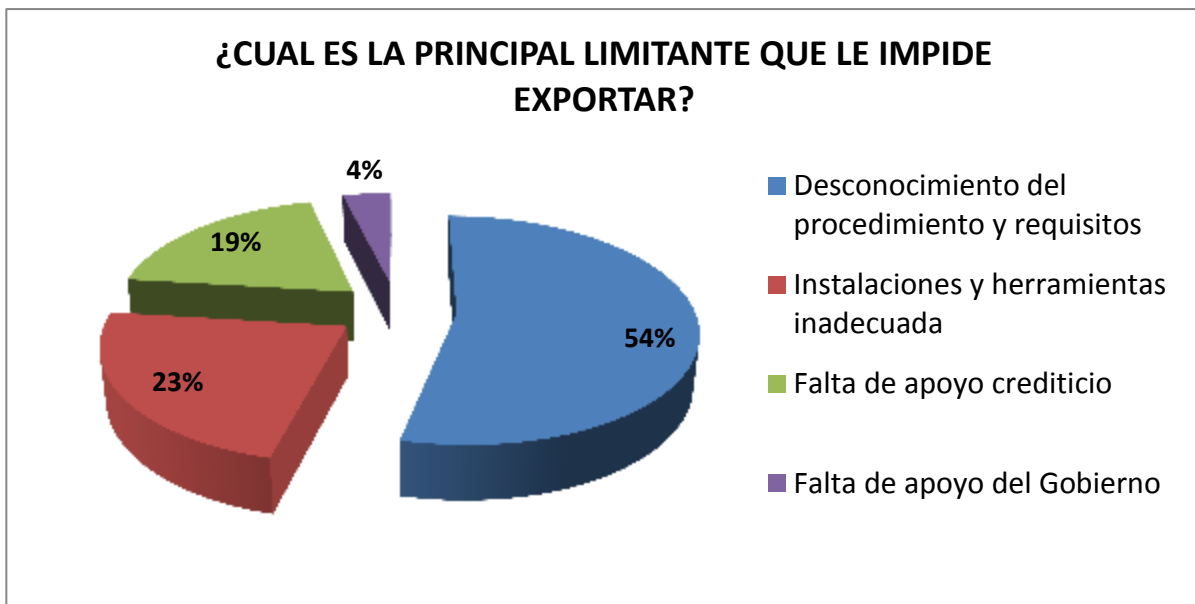
PREGUNTA 11		
¿CONOCE CUÁLES SON LOS REQUISITOS ZOOSANITARIOS QUE DEBE CUMPLIR LA MIEL DE ABEJA PARA SU EXPORTACIÓN?		
Opciones de respuestas	# de respuestas	%
Si	0	0
No	32	100
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>





**ANALISIS:** Según los datos obtenidos sobre los requisitos fitosanitarios que debe cumplir la miel de abeja según el país importador por lo tanto el 100% de los encuestados afirmaron no tener conocimientos acerca de estos requerimientos.

PREGUNTA 12		
¿CUAL ES LA PRINCIPAL LIMITANTE QUE LE IMPIDE EXPORTAR?		
Opciones de respuestas	# de respuestas	%
Desconocimiento del procedimiento y requisitos	28	54
Instalaciones y herramientas inadecuada	12	23
Falta de apoyo crediticio	10	19
Falta de apoyo del gobierno	0	0
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	50	100





**ANÁLISIS:** Según los datos obtenidos el 19% manifestaron que una de las limitantes es la falta de apoyo crediticio que no ha permitido incursionar en el mercado internacional, mientras que el 54% considera que es la falta de conocimiento de los procesos de exportación lo cual permite descubrir el área que los socios necesitan apoyo para poder crecer a largo plazo, por otra parte el 13% afirma que son las instalaciones y herramientas adecuadas.

<b>PREGUNTA 13</b>		
<b>¿CUENTA SU PRODUCTO CON UNA MARCA REGISTRADA LEGALMENTE?</b>		
<b>Opciones de respuestas</b>	<b># de respuestas</b>	<b>%</b>
Si	32	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	32	100





**ANÁLISIS:** Los resultados de la pregunta anterior permitieron conocer que cuentan con un diseño gráfico de marca en trámite, para ser una marca registrada el proceso no se ha completado debido a que no poseen código de barra y un permiso zoosanitario que otorga el Ministerio de Ganadería de El Salvador. Por lo tanto esto no ha permitido finalizar el proceso de legalización de la marca para el producto de la miel de abeja que produce y comercializan en el mercado nacional.

PREGUNTA 14		
¿CONOCE A QUE INSTITUCIÓN ACUDIR Y EL PROCEDIMIENTO PARA REGISTRAR UNA MARCA LEGALMENTE?		
Opciones de respuestas	# de respuestas	%
Si	22	69
No	10	31
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>





**ANÁLISIS:** El gráfico anterior muestra los resultados obtenidos de la institución a la cual acudir y el procedimiento para registrar una marca legalmente. El 69% de los socios encuestados manifestó si tener conocimientos para registrar una marca, pero el 31 % afirmaron no tener conocimientos para realizar dicho proceso.

PREGUNTA 15		
¿POSEE SU PRODUCTO UN SLOGAN Y LOGOTIPO?		
Opciones de respuestas	# de respuestas	%
Si	32	100
No	0	0
<b>Totales</b>	<b>32</b>	<b>100</b>





**ANÁLISIS:** los socios manifestaron poseer slogan y logotipo con los cuales se identifican para comercializar su producto en el mercado local, con respecto al logotipo se pueden identificar los siguientes elementos: una abeja sobre el Tazumal simbolizando de donde es originaria la miel, los colores que representa son el color café y amarillo donde la combinación de ambos muestra el color de la miel, identificando además el slogan: salud, sabor, natural y nutrición.

<b>PREGUNTA 16</b>		
<b>¿CONSIDERA QUE EL ENVASE DE SU PRODUCTO ES EL ADECUADO PARA EXPORTARLO?</b>		
<b>Opciones de respuestas</b>	<b># de respuestas</b>	<b>%</b>
Si	0	0
No	32	100
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>







**ANÁLISIS:** las respuestas obtenidas acerca de la pregunta si consideran que su envase es el adecuado para exportarlo fueron: el 100% de los socios indicó que en el envase utilizado no es el apropiado para la exportación ya que fue diseñado para la comercialización en el mercado local y para la exportación se utilizan barriles plásticos. Están conscientes que al momento de exportar su producto, el envase sufrirá modificaciones debido a que debe cumplir las condiciones que el mercado internacional solicita.

<b>PREGUNTA 17</b>		
<b>¿TIENE CONOCIMIENTO DE LA LOGISTICA NECESARIA PARA LA EXPORTACION DE LA MIEL DE ABEJA?</b>		
<b>Opciones de respuestas</b>	<b># de respuestas</b>	<b>%</b>
Si	0	0
No	32	100
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>



**¿TIENE CONOCIMIENTO DE LA LOGISTICA NECESARIA PARA LA EXPORTACION DE LA MIEL DE ABEJA?**

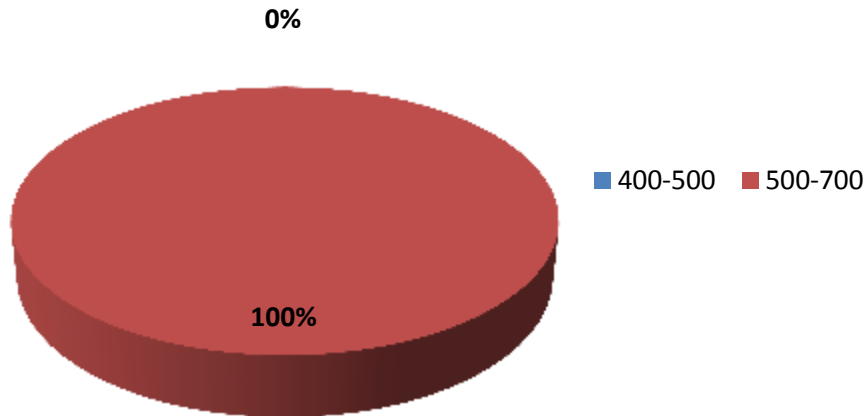


**ANÁLISIS:** Los resultados recopilados sobre los conocimientos de la logística necesaria para la exportación de la miel de abeja, coincidieron que 100% desconocen acerca de la logística que conlleva un proceso de exportación por lo tanto tienen toda la disposición por conocer a profundidad acerca del tema ya que es de mucho interés para ellos.

PREGUNTA 18		
¿CUÁL ES LA CANTIDAD DE MIEL DE ABEJA QUE SE LOGRA EN CADA COSECHA APROXIMADAMENTE?		
Rangos/ quintales	# de respuestas	%
400-500QQ	0	0
500-700QQ	32	100
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>



**¿CUÁL ES LA CANTIDAD DE MIEL DE ABEJA QUE SE LOGRA EN CADA COSECHA APROXIMADAMENTE?**



**ANALISIS:** El resultado de la información obtenida dio a conocer que aproximadamente la cosecha obtenida se encuentra en el rango de 500-700 quintales de miel, afirman que desean aumentar su producción de miel para tener mayores posibilidades para exportar directamente.

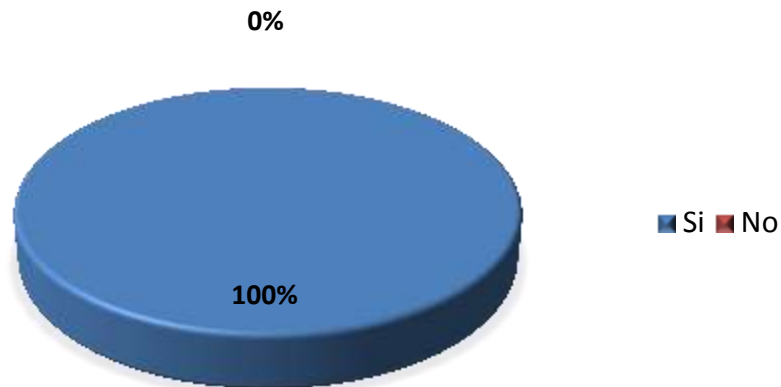
**PREGUNTA 19**

**¿CONSIDERA NECESARIO CONTAR CON UNA GUIA DE EXPORTACION QUE LE FACILITE EL PROCESO PARA REALIZAR DICHA ACTIVIDAD?**

Opciones de respuestas	# de respuestas	%
Si	32	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>



**¿CONSIDERA NECESARIO CONTAR CON UNA GUIA DE EXPORTACION QUE LE FACILITE EL PROCESO PARA REALIZAR DICHA ACTIVIDAD?**



**ANÁLISIS:** Según los datos obtenidos con respecto si consideran necesario contar con una guía de exportación que les facilite el proceso para realizar dicha actividad el 100% afirma que es de suma importancia tener en su poder una guía de exportación que los oriente para seguir los pasos necesarios y de esa manera iniciar un proceso de exportación para poder incursionar en un mercado internacional directamente.

**b) Análisis de la entrevista semi-estructurada**

Con los resultados obtenidos de la entrevista semi-estructurada realizada al presidente de la cooperativa



Edgardo Zárpate se logró concretizar según lo expresado que la mayoría de los socios inicio a desarrollarse en el sector apícola por motivación de otra persona que les dio a conocer los apiarios y los beneficios económicos que genera, debido a que es un trabajo rentable. Se asocian con la visión de crecer y obtener beneficios en cuanto a compra y venta de miel de abeja en grandes cantidades obteniendo mayores utilidades.

Además manifestó que están interesados en ingresar a un mercado internacional siendo exportadores directos, expresando que el concepto de exportar es ubicar el producto en un mercado internacional, pero afirmo no conocer en su totalidad todos los requerimientos que exigen otros países, específicamente Alemania al momento de realizar una exportación.

También describe el apoyo de una de las instituciones que posee experiencia en exportación como Miele Joya de Cerén detallando que les han brindado apoyo económico en créditos sin pago de intereses con el fin de ayudar al crecimiento de la cooperativa ocasionando que en los últimos años el patrimonio este creciendo, aunque la membresía es mínima por la cuota a cancelar de \$500 al asociarse.

Por lo tanto concluye que los beneficios que genera la exportación son los siguientes: económicos, oportunidad de crecimiento hacia otros países, expansión en el área de apiarios y generación de empleo para las personas. Asimismo proporcionará mejoras en la infraestructura, ampliación de instalaciones, publicidad y comercialización.



### 3.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA COOPERATIVA ACOAPICHAPA DE R.L.

A continuación se detalla los aspectos primordiales con respecto al análisis realizado sobre la situación actual.

- a) Mercado Adecuado para la exportación de Miel:** Los socios consideran que Alemania es el mercado adecuado para la exportación de sus productos debido a que es uno de los países que posee escasa producción de miel, por tal motivo existe mucha demanda. Actualmente la miel que producen y venden a una empresa comercializadora y exportadora la cual se encarga de realizar el proceso de exportación hacia el mercado Alemán.
- b) Requisitos legales para exportar:** Por medio de la investigación de campo realizada se logró comprobar que la mayoría desconocen los requisitos legales y otros aspectos importantes para exportar, manifiestan que necesitan asesoría ya que carecen de una guía de exportación que les indique los pasos a seguir.
- c) Condiciones que debe cumplir la miel de abeja para exportación:** Mediante la investigación los socios reconocen que deben cumplir con todos los requisitos establecidos nacionalmente ya que juegan un papel muy importante como proveedores de las empresas comercializadoras y exportadoras de miel de abeja.



**d) Requisitos de exportación hacia Centroamérica y Unión**

**Europea:** Por medio de la investigación de campo realizada se pudo comprobar que desconocen de los requisitos que se deben cumplir la miel de abeja para exportarse a Centroamérica o a la Unión Europea.

**e) Tratados de libre comercio que El salvador a suscrito:**

En lo últimos años los tratados de libre comercio han jugado un papel fundamental en la economía de El Salvador ya que ha suscrito tratados que han beneficiado a muchos pequeños exportadores abriendo el apoyo necesario para poder expandirse e incursionar en mercados extranjeros. Luego de haber realizado la investigación los resultados obtenidos fueron que la mayoría de los socios tienen el conocimiento sobre los tratados suscritos por el país principalmente los existentes con Estados Unidos y la Unión Europea.

**f) Instituciones que brindan apoyo para la realización de**

**procesos de exportación en El Salvador:** Una de las instituciones encargadas de realizar los procesos de exportación es el Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones CIEX El Salvador cuyo objetivo es centralizar, agilizar, simplificar y autorizar los documentos de importación y exportación de productos, para contribuir a la competitividad de las empresas salvadoreñas en los mercados internacionales. Los resultados obtenidos por parte de los socios de la cooperativa apícola luego de investigar si poseían



conocimientos acerca de las instituciones encargadas de realizar los trámites de exportación fueron que los socios si tienen conocimientos sobre dichas instituciones como también aquellas que brindan apoyo a llevar a cabo dicho proceso.

**g) Tramite de exportación:** De la investigación de campo la mayoría afirma desconocer el proceso y los trámites que se debe de realizar al momento de exportar, por lo tanto es de vital importancia una explicación completa de cuáles son los pasos que se deben seguir tanto en la empresa como fuera de ella, así mismo indicando la documentación necesaria y legal que se debe de presentar para no cometer errores al momento realizar dicho proceso.

**h) Requisitos zoonosanitarios:** Los resultados obtenidos dan a conocer que no tienen conocimiento alguno acerca de lo que es un requisito zoonosanitario, ¿Cómo se emite?, ¿cuál es la importancia tanto legal como para la salud? y considerando que el producto amerita dicho requisito debido a que es importante conocer el estado de la miel de abeja.

**i) Logística para la exportación:** La investigación realizada permitió descubrir que no cuentan con ningún conocimiento acerca de la logística que se desarrolla en el proceso de exportación de la miel; La logística de exportación tiene un papel central en las posibilidades





de incursión de las empresas en los mercados internacionales.

**j) Marca slogan y logotipo:** cuentan con un logotipo para comercializar su miel en el mercado local el cual es representado por una abeja volando sobre las ruinas del Tazumal lugar representativo del municipio de Chalchuapa, también cuentan con un nombre de marca con su registro en trámite debido a que aún no cuenta con código de barras para el producto, con respecto a slogan cuentan con las palabras "Salud. Sabor. Natural. Nutrición".

### 3.3 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

- ❖ Poca disposición de tiempo por parte de los socios de para brindar información.
- ❖ Estar sujeto a que los socios solo se reúnen en fechas específicas y no siempre se logra el 100% de asistencia por lo tanto se dificulto poder coordinar una reunión con todos los socios.

### 3.4 CONCLUSIONES

A continuación se presentan las conclusiones de carácter general obtenidas de la investigación realizada.

- ❖ De los resultados obtenidos de la investigación se concluye que la miel producida por la cooperativa actualmente está siendo vendida a la empresa Miele Joya



de Cerén la cual se encarga de exportarla hacia el país de Alemania, debido a que ellos no cuentan con las herramientas necesarias tanto en conocimiento como material para realizar ellos directamente el proceso de exportación.

- ❖ Se percibe el interés que poseen los socios de adquirir el conocimiento necesario en todos los aspectos para para realizar el proceso de exportación con sus propios recursos y de esta manera ya no tendrían que estar vendiéndosela a una empresa intermediaria sino que con el conocimiento adquirido sería factible y les generaría ventajas directas en cuanto a las utilidades.
- ❖ Del análisis realizado se afirma que el 100% conocen el mercado potencial al cual va dirigido su producto saben que el mercado Alemán no logra satisfacer el consumo de miel de abeja de la población por lo que se ve obligado a importar la miel ya que la demanda en el mercado es muy fuerte por lo que ellos afirman que es una buena oportunidad para enviar la miel de abeja hacia Alemania.
- ❖ Se concluye que tienen total desconocimiento acerca de los requisitos legales de exportación y específicamente de la miel de abeja por lo que se sienten deficientes y tienen temor a cometer errores pues nadie les ha explicado cómo se debe de realizar, además tienen poco conocimiento de las instituciones que brindan apoyo es



por ello que no saben dónde acudir para solicitar el apoyo de las instituciones.

- ❖ Con los datos adquiridos se deduce que la mayoría conocen de las condiciones que debe cumplir la miel de abeja para la exportación pues la empresa a la que le venden la miel les solicita un estándar de calidad que debe tener la miel, pero además no tienen conocimiento alguno acerca de los requisitos zoonosanitarios, para que conozcan porque es necesario que se adjunte.
  
- ❖ De los datos recolectados se determina que conocen de algunos Tratados de Libre Comercio que ha suscrito el país en los últimos años, y específicamente saben del Tratado existente entre El Salvador y la Unión Europea pero no conocen específicamente cuales son los beneficios que se derivan de la existencia de este Tratado tanto para el país como para su producto.
  
- ❖ La investigación realizada confirma que desconocen todo lo que implica la logística de exportación por lo que se sienten incapaces de realizar dicho proceso ya que no desconocen los pasos a seguir y que requisitos en cuanto a documentación deben de cumplir.



### 3.5 RECOMENDACIONES

Luego de analizar la información recopilada de la encuesta y entrevista con respecto al conocimiento con el que cuentan acerca de la actividad de exportación de la miel de abeja, se plantean las siguientes recomendaciones.

- ❖ Incrementar el deseo de crecimiento y expansión a otros mercados , se recomienda acudir a instituciones que brinden apoyo y conocimiento acerca de las actividades de exportación, entre ellas: La Corporación de Exportadores de El Salvador (Coexport), Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX), Ministerio de Economía y así garantizar la correcta implementación de los procedimientos.
- ❖ Solicitar la inspección sanitaria al Ministerio de Agricultura y ganadería (MAG) para contar con un permiso zoosanitario que demuestre la calidad de la miel de abeja a los posibles compradores.
- ❖ Continuar con la iniciativa que ha mostrado de continuar buscando financiamiento económico mediante fuentes externas como la empresa privada y gobierno; lo cual les ha permitido el crecimiento actual mediante la utilización óptima de los recursos.



- ❖ Se recomienda informarse sobre los beneficios que presenta el Tratado de Libre Comercio suscrito entre El Salvador y la Unión Europea, tomando en cuenta el trato preferencial para la exportación de miel de abeja, ya que esta ingresa a la Unión Europea sin pago de aranceles, siempre que se cumpla con la regla de región que establece que la miel debe ser totalmente obtenida en el país de origen en este caso El Salvador.
  
- ❖ Continuar con el proceso de registro de marca, obteniendo el código de barras y el comercio electrónico; para asociarse es necesario llenar la solicitud de afiliación, firmar el contrato y cumplir con los requisitos solicitados, además acudir al Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador para obtener el permiso sanitario para la miel; todo esto con el fin de completar la documentación faltante para el registro de marca en el Centro Nacional de Registro.
  
- ❖ Tomar en cuenta el prontuario de exportación que se propone en este documento con el objetivo de facilitar dicha actividad; además poner en práctica la guía de trámites exportación que se requieren a la hora de realizar dicho proceso. Esto conlleva a seguir una serie de pasos desde registrarse como exportador hasta cumplir con todos los requisitos para exportar la miel de abeja a un mercado internacional.

The background of the entire page is a golden honeycomb pattern. Several bees are depicted: one in the upper right, one in the middle left, and two in the lower half (one on the left, one on the right).

## CAPITULO IV

PRONTUARIO DE EXPORTACIÓN, LOGÍSTICA Y ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA MIEL DE ABEJA QUE PRODUCEN LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS APICULTORAS DE LA ZONA OCCIDENTAL DE EL SALVADOR

## INTRODUCCIÓN

**E**n el capítulo se sugiere una propuesta que da a conocer todos los pasos y procedimientos que debe de realizar la cooperativa ACOAPICHAPA de R.L, para realizar por primera vez el proceso de exportación. El principal objetivo es dar a conocer los requisitos, tramitación de documentos, embalaje adecuado, aspectos legales, procesos aduanales, costos entre otros elementos relevantes necesarios para llevar a cabo la exportación. Además se presenta el proceso logístico de exportación que se debe desarrollar con todos los pasos necesarios para llevar la miel de abeja hacia el país de destino en este caso Alemania, de esta forma dar a conocer todos los detalles precisos y necesarios para exportar el producto hacia el lugar de destino, tomando en cuenta la forma adecuada a utilizar para la distribución del producto. Se detalla la lista de los documentos con sus respectivos requisitos nacionales que se deben utilizar al momento de realizar la exportación como también los documentos que el país de destino solicita al momento de ingresar el producto. Se describe también el medio de transporte a utilizar con sus respectivas ventajas y desventajas, es muy importante recalcar que también se toma en cuenta el Incoterm que será útil para llevar la miel de abeja a su destino.

## RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día la globalización representa una gran oportunidad para incrementar el comercio internacional, por lo cual las exportaciones representan un factor muy importante para la economía de un país, debido a que aumentan el ingreso nacional del mismo por medio de las transacciones y generación de divisas. Una ventaja de la exportación es que puede convertirse en una alternativa rentable para expandir el negocio, distribuyendo los riesgos y reduciendo su dependencia en el mercado local. El proceso de exportación significa un gran paso para que el producto tenga participación en el mercado internacional y a la vez involucra el cumplimiento de las condiciones que exige el entorno para llegar a ser un exportador exitoso.

Actualmente con los Tratados de Libre Comercio (TLC) en los que se encuentra suscrito el país representan mayor oportunidad. La Unión Europea participa en iniciativas que facilitan el acceso a su mercado por parte de países en desarrollo, asignándoles un estatus preferencial sobre los socios comerciales del mundo desarrollado. Ello se hace en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), régimen al cual tiene acceso El Salvador.

La idea de una guía de exportación aplicada al producto "abeja de oro" surge de la demanda existente en el mercado Alemán. En la actualidad existe mucha información acerca del comportamiento de las exportaciones, pero no existe una guía adecuada en cuanto a un producto específico, que permita a los socios de la cooperativa ACOAPICHAPA de R.L. llevar su producto fuera de las fronteras de manera detallada por lo



cual en el presente capítulo, se muestra una serie de propuestas sobre los pasos y requisitos legales que debe de cumplir para exportar la miel de abeja que sirva de guía para llevar a cabo la exportación.

### **OBJETIVO DEL PRONTUARIO**

La creación de un prontuario de exportación, logística y estrategias para la comercialización de la industria de la miel de abeja que producen las sociedades cooperativas apiculturas de la zona occidental de El Salvador se desarrolló integrando diversos aspectos de gran relevancia para lograr eficiencia en dicho tema.

#### ***OBJETIVO GENERAL***

Desarrollar un prontuario práctico que facilite a las cooperativas salvadoreñas productoras de miel de abeja que oriente los pasos a seguir para la exportación, logística y estrategias de comercialización de su producto y de esta manera crear una alternativa de crecimiento del sector apicultor a mercados internacionales.

#### ***OBJETIVOS ESPECÍFICOS***

- ❖ Orientar a los productores de miel de abeja sobre las normativas legales existentes para un exportador y en qué momento aplicarlas.
  
- ❖ Definir estrategias específicas para la comercialización de miel de abeja en mercados internacionales.

- ❖ Informar a los productores de miel de abeja sobre los trámites necesarios para llevar a cabo la exportación.
  
- ❖ Mostrar paso a paso la tramitación aduanera necesaria para la exportación de miel de abeja.
  
- ❖ Presentar propuestas concretas para la logística de exportación de la miel de abeja.



## 4.1 MERCADO META

Una vez determinada y analizada la información sobre la situación actual de la Cooperativa se puede proceder a la selección del mercado meta al cual se desea exportar, según resultados obtenidos en la investigación se puede determinar que el mercado más beneficioso en cuanto a demanda es el EUROPEO (Alemania), tradicionalmente son países desarrollados con cultura de consumo de alimentos naturales y saludables, la miel de abeja tiene un alto consumo que hace que la producción interna sea insuficiente por lo que es necesario importar de otros países, siendo una oportunidad de negocios para empresarios productores y comercializadores de miel de abeja de El Salvador.

### 4.1.1 Entorno general



Alemania está localizada en Europa Central; limita al norte con el mar del Norte, Dinamarca y el mar Báltico; al oeste con Polonia y la Republica Checa; al Sur con Austria y Suiza, y al oeste con Francia, Luxemburgo, Bélgica y los Países Bajos, se conoce oficialmente como República Federal de Alemania.



#### 4.1.2 Factores económicos

La economía de Alemania es la cuarta más poderosa del mundo después de la de Estados Unidos, Japón y China. Es el segundo mayor exportador mundial y el segundo país con un superávit comercial mayor. Asimismo, es considerado el motor económico de la Unión Europea (UE). Como motor de la Unión Europea, Alemania dispone de la economía más potente de la Eurozona, y sus indicadores macroeconómicos son una referencia indiscutible a nivel internacional, mostrando desde hace décadas unos claros índices de modernidad y fortaleza.

Alemania es el tercer mayor exportador del mundo con 1.511.000 billones de dólares exportados en 2014 y las exportaciones representan el 41% de la producción nacional. El sector servicios contribuye alrededor del 70% del total del PIB, la industria 29,1%, y la agricultura 0,9%. Los principales bienes exportados de Alemania son vehículos, maquinarias, productos químicos, productos electrónicos, productos farmacéuticos, equipos de transporte, metales básicos, productos alimenticios, caucho y plásticos.

El PIB per cápita es buen indicador de la calidad de vida y en el caso de Alemania, en 2014, fue de 35.200€ euros, por lo que se encuentra en una buena posición, ya que ocupa el puesto 20 del ranking, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación a los 196 países.

❖ **Estructura empresarial:** Predomina la pequeña y mediana empresa, más del 80% de las empresas tienen menos de 9



trabajadores, mientras que las empresas de más de 250 trabajadores sólo constituyen el 0,7% del total.

#### **4.1.3 Factores sociales culturales**

A continuación se presentan algunos factores sociales culturales de Alemania.

- ❖ **Clima:** Alemania tiene un clima templado, con una temperatura media anual de 9°C. La temperatura de enero varía desde -6°C hasta 1°C, de promedio, según la situación, mientras que la temperatura del mes de julio varía entre los 16°C y los 20°C.
  
- ❖ **Población:** Alemania tiene 82 millones de habitantes (de los cuales casi 42 millones son mujeres). En Alemania viven unos 6,7 millones de extranjeros (8,2% de la población total).
  
- ❖ **Idioma:** El alemán es el idioma oficial del país y lo hablan casi todos los ciudadanos.
  
- ❖ **Familia:** Pese a que la sociedad alemana tiene suficientes recursos, los niños son escasos. Debido a una creciente flexibilidad en la planeación familiar y mayores posibilidades de educación y de trabajo, las mujeres cada vez tienen menos hijos.



- ❖ **Educación:** La enseñanza en Alemania es obligatoria y gratuita para la población entre 6 y 18 años.
  
- ❖ **Música:** Alemania ha sido celebrada desde hace mucho por su rica variedad de música clásica. Cuna de algunos de los más reconocidos compositores del mundo, como Bach, Beethoven y Wagner, el país ha hecho contribuciones significativas a la música, esta tradición continúa hoy en día con un fuerte apego cultural a la música folklórica popular.

#### **4.1.4 Hábitos de consumo de miel de abeja**

La miel se ha convertido en Alemania en un producto de consumo de masa, que se encuentra con gran diversidad de oferta en un gran número de puntos de venta y que, como todo artículo de consumo masivo, resulta notablemente sensible al precio.

Existe en Alemania una gran heterogeneidad en cuanto a los gustos y preferencias de los consumidores. El único punto donde hay un cierto acuerdo general es en la preferencia por las mieles líquidas frente a las mieles cristalizadas, que se detecta en un 95% de los consumidores.

En general se aprecian en mayor medida las mieles del país, pero también hay amplios segmentos de consumidores aficionados a tomar todo tipo de miel exóticas, de sabor absolutamente inusual y distinto, tanto a las mieles



tradicionales alemanas como a las mieles estándar multiflorales procedentes de mezclas.

La intensidad de consumo no es uniforme en todo el país. En el Norte y el Sur, coincidiendo con las zonas de mayor tradición apícola, se localizan consumos medios sensiblemente más altos que los propios de las zonas centro-occidentales, cuyas poblaciones muestran mayor propensión a alternar en consumo de miel con otros productos alternativos, tales como mermeladas, confituras y otros preparados similares.

El factor geográfico introduce también importantes diferencias en los gustos de los consumidores. En el Norte se prefieren las mieles de colza, de trébol, tilo y brezo, especialidad esta última muy apreciada también en la región de Núremberg. Las mieles de abeto y pino, así como las mieles de bosque y las mieles oscuras de mil flores son muy apreciadas en el Sur. El color oscuro es mucho más apreciado en el Sur que en el Norte. En general, como ocurre en todos los países, los gustos están influenciados por las características de la flora local, que determinan ciertos patrones ancestrales subyacentes en el momento de la elección.

#### **4.2 PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA "MIEL ABEJA DE ORO EN EL MERCADO SALVADOREÑO"**


La miel de abeja cuenta con atributos naturales y usos posibles que representan una ventaja a favor de la miel. No es necesario hacer grandes esfuerzos para convencer a la población de que efectivamente se trata de un producto



saludable y natural, el objetivo es que los salvadoreños asocien estas características con miel "Abeja de Oro".

A continuación se presentan las características principales de miel "Abeja de Oro".

**Tabla 7: Características de miel "Abeja de oro"**

MIEL "ABEJA DE ORO"	CARACTERISTICAS DIFERENCIALES
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natural</li> <li>• Saludable</li> <li>• Pura</li> <li>• Calidad</li> <li>• Nacional</li> <li>• Precio Accesible</li> <li>• Usos múltiples</li> </ul>

Fuente: contribución del equipo de trabajo

#### 4.2.1 Estrategia de posicionamiento de marca

Para posicionar la marca miel "Abeja de oro" se recomienda utilizar las siguientes estrategias:

- ❖ **Por beneficio:** en la cual la miel se posicionará en la mente de los consumidores con base a los beneficios primordiales que proporciona, como atributos naturales y saludables.





❖ **Diferenciación:** esta estrategia se puede lograr dando a conocer la calidad de la miel de abeja que produce la Cooperativa para poder distinguirse de los demás productos que se ofrecen en el mercado.

Para lograr el objetivo de posicionar la miel de abeja en la mente de los salvadoreños se sugiere un rediseño de logotipo y slogan:

#### 4.2.2 Propuestas para la identidad corporativa

A continuación se presentan alternativas para mejorar la imagen de "Abeja de Oro", las cuales pueden ser puestas en práctica a futuro.

##### ❖ *Logotipo*





Se sugiere un rediseño de logotipo que sea más atractivo e innovador con los siguientes elementos: colores fuertes que resalten una combinación de anaranjado con amarillo, ya que son los colores que representan el color de la miel, así mismo un nuevo slogan de forma curva en la parte superior izquierda, conservando elementos tradicionales como el sitio arqueológico el Tazumal, lugar representativo del origen de la miel.

#### ❖ **Slogan**

***Sabor natural para tu paladar!!!***

El objetivo del rediseño del slogan de miel "Abeja de oro", es posicionar la marca en la mente del mercado salvadoreño, lograr reconocimiento y luego incursionar en el mercado internacional además se desea con el slogan propuesto resaltar un atributo propio del producto que pueda ser identificable fácilmente.

#### **4.2.3 Comunicación de la estrategia de posicionamiento**

Se presentan estrategias para los socios de la cooperativa para que te puedan desempeñarse mejor dentro de ella.

❖ **Comunicación interna:** Fomentar el intercambio y retroinformación entre todos los integrantes de la cooperativa, sobre todo en dar a conocer los objetivos y estrategias a seguir en toda la cadena de producción de la miel, es decir, desde la producción hasta la venta,



para transmitir los beneficios con los cuales se desea posicionar la miel.

❖ **Comunicación con el consumidor nacional:** Se proponen estrategias que se pueden emplear en el mercado nacional para lograr reconocimiento dentro del país.

- **Publicidad impresa:** se recomienda hacer uso de afiches con el logo para dar a conocer a los salvadoreños la marca miel "Abeja de Oro", también hacer uso de pequeños folletos impresos (brochures, panfletos) que den a conocer las virtudes de la miel, estos podrían ser entregados en zonas de afluencia o en lugares relacionados con el producto como supermercados.

- **Participación en eventos:** Se recomienda participar en eventos con el fin de implementar campañas educativas con la finalidad informar al consumidor sobre las propiedades, valor nutritivo, usos alternativos y bondades de la miel con esto se busca crear una asociación entre los beneficios mencionados anteriormente con los cuales se identificará la marca de miel "Abeja de Oro".

- **Internet:** Representa una alternativa económica efectiva para dar a conocer la marca y sus atributos esto mediante las redes sociales, se recomienda crear una página de Facebook con información de la cooperativa y la marca para que los salvadoreños puedan



familiarizarse con los beneficios de consumir miel "Abeja de Oro".

### 4.3 GUIA DE TRÁMITES DE EXPORTACIÓN

Es de suma importancia resumir los pasos que deben seguir las personas naturales y jurídicas que desean exportar sus mercancías, a continuación se describen los procesos correspondientes para llevar a cabo dicha actividad.

#### 4.3.1

##### *Primer paso*



Para realizar cualquier operación de exportación, la cooperativa debe inscribirse como exportador en el CIEX, para lo cual deben seguirse los siguientes pasos:

Descargar formulario de inscripción en sitio web del CIEX. (Ver anexo 4)

- a) Entregar formulario de inscripción con los datos y documentos solicitados.

Original y copia de:

- ❖ Número de Identificación Tributaria (NIT), actualizado como "Importador".
- ❖ Carnet de Contribuyente del IVA.



- ❖ Escritura de constitución de la empresa apícola debidamente inscrita en el Centro Nacional de Registros. Las cooperativas presentan la constitución de la Cooperativa inscrita en el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP), y su publicación en el Diario Oficial.
  - ❖ Punto de Acta y/o poder vigente de la representación legal de la empresa apícola.
  - ❖ Documento Único de Identidad (DUI) o en su caso carnet de residente o pasaporte del representante legal y de los funcionarios que autorizarán las exportaciones en nombre de la empresa apícola.
- b)** El encargado recibirá y verificará la solicitud.
- c)** El encargado abrirá expediente de exportador al nuevo solicitante.
- d)** El encargado asignará número de registro de exportador.
- e)** Se le entregará al empresario apícola solicitante una tarjeta que incluye el código de identificación de exportación.

**4.3.2****Segundo paso**

Posterior de inscribirse como exportador, el CIEX remite por correo electrónico el usuario y clave de acceso para que autorice desde Internet las exportaciones a través del Sistema de Comercio Exterior (SICEX) [www.centrex.gob.sv](http://www.centrex.gob.sv) y [www.centrexonline.com](http://www.centrexonline.com)

**4.3.3****Tercer paso**

La miel es un producto controlado por el Ministerio de Agricultura y ganadería (MAG), se solicita el Acta de muestreo de la Unidad Apícola del MAG.

**4.3.4****Cuarto paso**

Para autorizar los documentos de exportación es necesario realizar los pagos de Derechos de Autorización de Exportaciones del CIEX y del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG),





utilizando los servicios electrónicos de los Bancos:

- ❖ Agrícola, en la opción Banca en línea empresarial y personas. Mayor información tel. 2521-4435 y 2521-4401.
- ❖ Citi El Salvador, en la opción Netbanking/ Cuentas/ Pagos/ CENTREX Mayor información tels. 2212-3499, 2212-3492 y 2212-2274.
- ❖ América Central (CREDOMATIC), en la opción Pago de servicios Mayor información tel. 2206-4691.
- ❖ HSBC, en la opción Banca empresa plus Mayor información tel. 2214-2195.

Forma de realizar el pago:

- a) Ingresar a cualquiera de los sitios web del banco del sistema financiero salvadoreño con el cual tenga cuenta corriente, de ahorro u otra modalidad de pago establecida por el banco participante.
- b) Digitar el usuario y clave de banca electrónica e ingresar la siguiente información: NIT del exportador, código de división del exportador, tipo de servicio a pagar, monto a cancelar y número de cuenta a debitar.
- c) Posteriormente de realizar el pago; el Sistema Bancario Transfiere electrónicamente al BCR-CIEX la información del pago recibido después el CIEX-BCR actualiza la base de datos del SICEX.
- d) El exportador autoriza las operaciones de exportación.



- e) El CIEX envía por correo postal los comprobantes por los pagos recibidos.

#### 4.3.5

#### Quinto paso



Al momento de autorizar los documentos de exportación y según el destino de la exportación CIEX emite:

- a. Declaración de Mercancías (DM). (Ver anexo 5)
- b. Certificados de origen Formato A. (ver anexo 6)

#### 4.3.6

#### Sexto paso



Posteriormente se solicita el certificado Zoosanitario siguiendo el siguiente procedimiento.





- a) Solicitar la inspección de la Dirección General de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- b) Entrega de solicitud al delegado del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- c) Delegado inspecciona el producto animal que se pretende exportar.
- d) El delegado autoriza el Certificado Zoosanitario para la exportación.
- e) Emisión del Certificado Zoosanitario.( ver anexo 7)

#### 4.3.7

#### Séptimo paso



Obtener el código o partida arancelaria de su producto de acuerdo al Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) , para llenar la declaración de mercancía y poder exportar el producto. Dicho código es determinado por el Departamento Arancelario de la Dirección General de Aduanas.





**Tabla 8: Código Arancelario de la miel de abeja**

<b>CAPÍTULO: 04</b>	
<b>LECHE Y PRODUCTOS LÁCTEOS, HUEVO DE AVE, MIEL NATURAL, PRODUCTOS COMESTIBLES</b>	
<b>Nombre del producto:</b>	Miel de Abeja
<b>Descripción del Producto según su clasificación Arancelaria:</b>	Miel Natural de Abeja
<b>Clasificación Arancelaria:</b>	De origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte.
<b>Partida:</b>	0409 Miel Natural
<b>Sub-partida:</b>	040900 Miel Natural
<b>Fracción:</b>	04090001 Miel Natural

Fuente: (Salvador D. G.)

#### 4.3.8

#### Octavo paso



Los documentos autorizados deberán ser firmados por el exportador y entregados al transportista para realizar la exportación, debiendo el exportador guardar una copia para su control interno. (Ver anexo 8)



## 4.3.9

**Noveno paso**

Verificar los requisitos específicos que solicita el país de destino para la exportación de la miel de abeja natural.

Cuando la miel de abeja llegue a Alemania, al pasar por Aduana, el representante del exportador deberá presentar una Declaración de Aduana. Ésta debe ser acompañada por la documentación apropiada. A continuación, se describen todos los documentos que deberán ser completados por el exportador, en cooperación con el importador de la Unión Europea.

**a) El DUA (Documento Único Administrativo):** es el soporte papel de la declaración de importación o exportación ante las autoridades aduaneras. El formulario puede completarse a mano y debe presentarse con ocho copias; está disponible en inglés únicamente, pero puede llenarse en español, si la autoridad aduanera del Estado Miembro está de acuerdo. Además, algunas autoridades aduaneras han aprobado métodos electrónicos para presentar el formulario. (ver anexo 9)

La información que debe incluirse en el formato es la siguiente:

❖ Información de contacto de las partes involucradas;



- ❖ Información sobre los bienes involucrados (el código TARIC donde se recogen las disposiciones arancelarias y las de política comercial, según los orígenes, incluyendo arancel y Nomenclatura Combinada).
- ❖ País de origen, país exportador y país de destino;
- ❖ Información sobre los medios de transporte;
- ❖ Información comercial y financiera (valor de factura, moneda, tasa de cambio);
- ❖ Forma de pago de los aranceles.

**b) Solicitud de exoneración del IVA** (Impuesto al Valor Agregado).

**c) Certificado de origen formato A:** este certificado funciona como prueba de origen para solicitar una tarifa preferencial. (ver anexo 6)

**d) Documentos de transportes:** estos documentos describen el transporte utilizado, para el transporte marítimo se debe presentar un conocimiento de embarque. (ver anexo 10)

**e) Factura comercial:** esta factura debe incluir todos los detalles de la transacción entre el exportador y el importador y es similar a una factura de venta. Debe incluir información del exportador e importador, fecha de



emisión, número de factura, descripción del producto (calidad, cantidad, unidades de valor), valor total y moneda (más la cantidad convertida a euros), términos de pago (fecha de vencimiento y forma de pago) y los medios de transporte utilizados. (Ver anexo 11)

Nota: cuando se ha pagado un monto para asegurar el producto; dicho monto no va reflejado en la factura comercial, entonces se deberá presentar por separado un formulario de seguro de carga.

**f) Lista de empaque:** No existe un formato estandarizado; sin embargo, el empresario siempre debe acompañar la factura y la documentación de transporte con una lista del contenido. En la lista el exportador deberá incluir: información del exportador, importador y compañía de transporte, fecha de emisión, número de factura correspondiente a los bienes, número y tipo de embalaje (para el caso de la miel barriles), contenido, las medidas y el peso de cada barril, se recomienda adjuntar la traducción al inglés. (ver anexo 12)

**g) Certificado Zoosanitario:** para el caso de la miel de abeja por ser un producto de naturaleza especial se debe presentar un certificado zoosanitario para asegurar la seguridad alimentaria.



#### 4.4 PROCEDIMIENTO DE TRÁMITES ADUANEROS DE EXPORTACIÓN

A continuación se detallan los procedimientos aduanales que se deben de llevar a cabo en El Salvador para realizar una exportación así como aspectos de suma importancia como régimen adecuado, documentación requerida de acuerdo a los diferentes trámites a realizar.

##### 4.4.1 Régimen Aduanero a utilizar

Se recomienda a los socios de la cooperativa ACOAPICHAPA de R.L. utilizar el régimen de **Exportación Definitiva** que se contempla en el Reglamento del Código Aduanero Centroamericano (**RECAUCA**).

##### Artículo 370. Declaración de mercancías

La declaración de mercancías para el régimen de exportación definitiva contendrá además de la información que establece el Artículo 320 del Reglamento, en lo que fuere aplicable, lo siguiente.

- a) Identificación del consignatario;
- b) Identificación del número de referencias de la declaración de mercancía, aduana de salida y de control;
- c) Identificación del puerto de embarque, en su caso;
- d) Peso neto de las mercancías;
- e) Valor libre a bordo FOB declarado en la factura;



- f) Valor del seguro y flete, cuando responda e
- g) Identificación de los documentos referidos al cumplimiento de restricciones y regulaciones no arancelarias.

### **Artículo 321. Documentos que la sustentan**

La declaración de mercancías deberá sustentarse, según el régimen aduanero de que se trate, entre otros, en los documentos siguientes:

- a) **Factura comercial**, cuando se trate de una compra venta internacional, o documento equivalente en los demás casos;
- b) **Documentos de transporte**, tales como: conocimiento de embarque, carta de porte, guía aérea u otro documento equivalente;
- c) **Declaración del valor en aduana de las mercancías**, en su caso;
- d) **Certificado o certificación de origen** de las mercancías, cuando proceda;
- e) **Licencias, permisos, certificados** u otros documentos referidos al cumplimiento de las restricciones y regulaciones no arancelarias a que estén sujetas las mercancías, y demás autorizaciones;



- f) **Garantías exigibles** en razón de la naturaleza de las mercancías y del régimen aduanero a que se destinen; y
- g) **Documento que ampare la exención o franquicia** en su caso.

#### **4.4.2 Procedimiento de trámites en aduana**

- a) Se presenta a la Aduana donde se transmitió la Declaración de Mercancías, con dos ejemplares de la documentación según corresponda. El agente aduanal recoge la mercadería apícola y los documentos de exportación en el lugar señalado. En caso que la documentación no coincida con la transmitida, y exista contradicción entre los documentos presentados y la Declaración de Mercancías o esté incompleta, el funcionario aduanero realizará hoja de devolución de documentos al interesado. En los casos que el interesado presente al Administrador de Aduana, escrito solicitando la elaboración de la Declaración de Mercancías de Oficio y ésta solicitud sea aprobada, las mercancías serán inspeccionadas físicamente (excepto en los casos que por la aplicación de leyes o convenios las mercancías estén excluidas de inspección).

Si todo está bien, el funcionario aduanero válida la información de los documentos contra lo registrado en el Sistema y procede a darle selectividad.





- ❖ Si el sistema indica "Verificación de documentos" (selectividad amarilla), permite al Servicio Aduanero realizar una revisión detallada de la Declaración de Mercancías y documentación de soporte. Si todo está correcto se autoriza el levante de las mercancías (selectividad verde); caso contrario, se realiza una verificación inmediata (Selectividad Roja).
  
  - ❖ Si el Sistema indica "Levante Automático", (selectividad verde), se procede al despacho inmediato de la mercancía.
  
  - ❖ Si el sistema indica "Verificación Inmediata", (selectividad roja), se procede al traslado de la documentación a Contador Vista a efectos que realice la inspección física. Completada la revisión física y verificando el cumplimiento de los requisitos respectivos, se procede al despacho de las mercancías. El funcionario aduanero devuelve al usuario los documentos originales.
- b)** El transportista elabora el contrato de transporte.
- c)** El agente aduanal lleva la mercadería y los documentos necesarios a la Aduana de salida.
- d)** En aduana de salida el agente tramita la liquidación de las pólizas. (Ver anexo 13)



- e) Se entrega la mercadería apícola a la empresa transportista, y se realiza la revisión del embarque.
- f) El transportista lleva al consignatario los documentos requeridos.
- g) Se da inicio al cobro de exportación según forma de pago acordada.

#### **4.5 SUGERENCIAS PARA PROCESO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN DE LA MIEL DE ABEJA**

Un proceso logístico de exportación implica el movimiento de las mercancías desde el país de origen hasta el país de destino a exportar, por lo tanto es importante elegir los medios adecuados para movilizar la miel de abeja, y cumplir con las exigencias de acuerdo a la seguridad del producto.

##### **4.5.1 Canal de distribución**

Antes de iniciar el proceso de exportación hacia Alemania, se debe decidir cómo se distribuirá la miel de abeja una vez arribe a su destino. Para elegir el canal distribución adecuada se debe considerar la mejor manera de acortar la cadena de suministro y llegar al consumidor lo más rápido posible esto permite a los exportadores reducir costos.

Por lo tanto se recomienda usar el Canal Mayorista o Canal 2 (del Productor a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores).



## Proceso de canal de distribución

- ❖ **Productor:** Cooperativa ACOAPICHAPA de R.L. ubicada en la ciudad de Chalchuapa, departamento santa Ana, El Salvador.
  
- ❖ **Mayoristas:** debido a que no se cuenta con la capacidad de hacer llegar la miel de abeja directamente al consumidor final, por lo tanto se recomienda contactar a un distribuidor o mayorista que será el contacto en Alemania, que a su vez se encargará de distribuirlo a los minoristas encargados de hacer llegar la miel de abeja al consumidor final. El distribuidor en Alemania podría ser: **"WALTER LANG HONIGIMPORT GMBH"** un importador y distribuidor de su marca (y productor de miel orgánica) que distribuye en los supermercados. Una empresa que por más de 100 años ha importado miel de los cinco continentes.

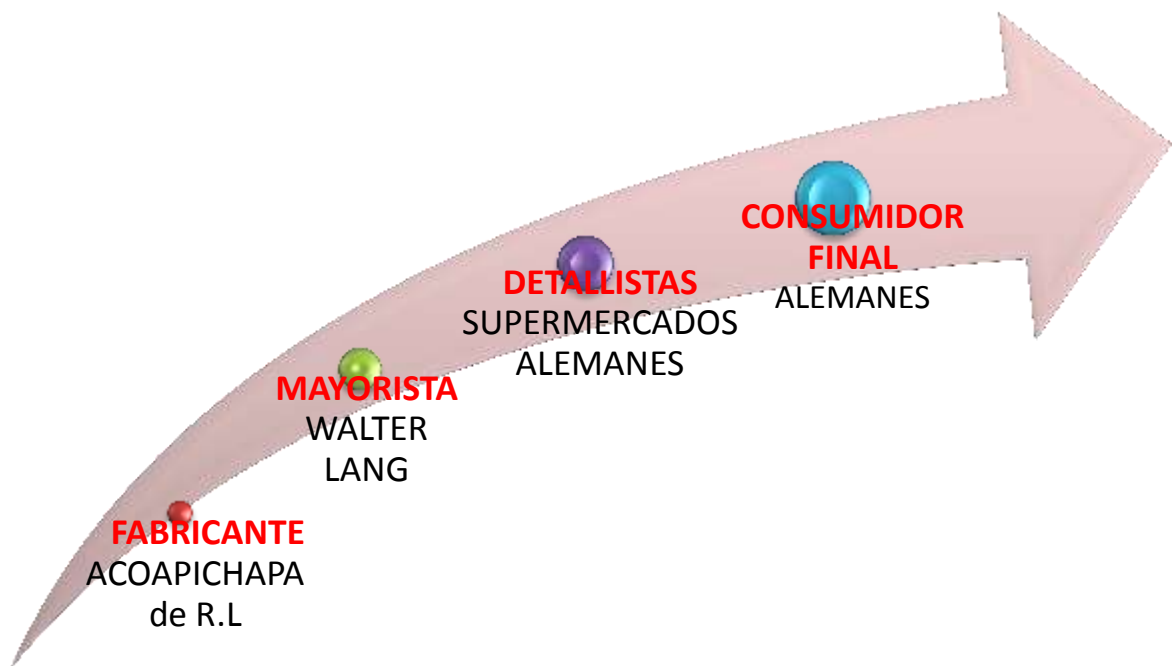
A continuación se menciona la información para realizar contacto:

Dirección: Am alten Sicherheitshafen 2-4 D - 28197 Bremen  
Teléfono: +49 (0) 421-52 71 74-0  
Fax: +49 (0) 421-52 71 74-70  
Página web: [www.walter-lang.de](http://www.walter-lang.de)



- ❖ **Detallistas:** los encargados de llevar la miel de abeja a los consumidores finales son los supermercados que distribuyen la miel de abeja **“WALTER LANG HONIGIMPORT GMBH”**.
  
- ❖ **Consumidores:** son todas las personas con el poder adquisitivo y la disposición de adquirir la miel de abeja disponible en los supermercados autorizados con hábitos de consumo de productos saludables y de alta calidad.

**Ilustración 6: Canal de distribución para exportar miel de abeja a Alemania**



**Fuente:** Contribución del equipo de trabajo



#### 4.5.2 *Empaque para exportación de miel*

Debido a que la forma de exportar la miel de abeja es a granel se recomienda utilizar barriles de plástico de 300 Kg que se encuentren limpios, secos y fenolizados ya que estos cuentan con una mínima interacción química con la miel, pesan poco, son flexibles y versátiles además poseen buena resistencia mecánica y se pueden reciclar. Se recomienda llenar el barril a 95% de su capacidad, dejando un espacio en la superficie, para que respire la miel y no se tengan escurrimientos al ser destapados. Es importante conservar la miel aislada del aire, por lo tanto las tapas de los barriles deben de tener guarniciones de goma y garantizar un cierre hermético, pulido y de material que no reaccione con la miel. Es importante recalcar que no se deben utilizar recipientes que hayan sido usados para petróleo, fertilizantes o productos químicos.



#### 4.5.3 *Embalaje*

Se recomienda para la exportación de miel de abeja utilizar contenedores cerrados, generalmente pueden ser de 20 pies o 40 pies esto dependerá de cómo se decida distribuir los barriles en cada uno de ellos, es





importante mencionar que la cantidad de miel que producen actualmente es de 590.37 quintales que equivale a 59.037 toneladas. Cada barril de 300 kg. tiene la capacidad de almacenar 0.29 toneladas por lo tanto la cantidad de barriles a enviar sería 203.57 y un contenedor de 20 pies puede contener 68 barriles.

La Cooperativa debe asegurarse directamente o a través de su agente aduanal que el contenedor que le sea proporcionado por la línea naviera este perfectamente limpio y seco, libre de polvo, especialmente de productos químicos, fertilizantes, pesticidas u otros productos alimenticios. Esto es de suma importancia, ya que en caso contrario se corre el riesgo de que las autoridades sanitarias del país importador rechacen la introducción del producto y lo embarquen de regreso a su origen, con costo al exportador. Los barriles deberán ir bien flejados dentro del contenedor.

#### **4.5.4 Almacenaje**

La miel de abeja se puede deteriorar debido a un almacenamiento y transporte inadecuado. Por lo tanto la miel no debe exponerse al calor por lo que el almacenaje y transporte deberán reducirse a un tiempo mínimo, y los barriles y contenedores no deberán



dejarse en el sol. Aunque la miel sometida al sol es aun exportable, la calidad se deteriora representando esto pérdidas para el exportador. Se recomienda tener especial



cuidado en el techo y la circulación de aire ya que ayudan a proteger a la miel por un tiempo. Mientras más tiempo pase y más alta la temperatura, será más rápido el deterioro de la calidad de la miel. Al cargarse los barriles con miel de abeja en los camiones, se deberán cubrir con una lona hasta que se descargue. El contenedor de exportación deberá llenarse uno o dos días antes del arribo del barco y deberá estibarse bajo cubierta o debajo de otros contenedores.

#### **4.5.5 Tipo de transporte**

El medio de transporte que se sugiere utilizar para el proceso de exportación es el MULTIMODAL; ya que este combina diferentes tipos de transporte.



En El Salvador será necesario utilizar transporte terrestre para cargar la miel y transportarla; para esto se recomienda utilizar camiones o tráileres.



Posteriormente se recomienda utilizar transporte marítimo para trasladar la miel hacia Alemania, se recomienda este medio de transporte ya que es el ideal para carga pesada y



distancias largas, es el más usado actualmente por los empresarios apícolas que ya exportan su miel.

Posteriormente en el país de destino cuando se descargue la miel será necesario utilizar transporte terrestre para llevar la miel vía carretera al lugar de destino.

Se recomienda que el transporte aéreo solo se utilice en el envío de muestras de miel al extranjero, pues la miel de abeja es muy pesada y no es conveniente el uso de este medio de transporte para grandes pedidos por los costos que implicaría. Para iniciar relaciones comerciales es costumbre brindar muestras de producto para esta actividad ya que se trata de una cantidad mínima de miel.

#### **4.5.6 Empresa naviera a contratar**

La naviera que se le recomienda contratar para el envío marítimo de la miel de abeja es "MAERST LINE" naviera danesa que por su trayectoria y experiencia a nivel mundial en el área de transporte marítima y con la capacidad que cuenta de poseer 200



rutas y 135 oficinas en diferentes partes del mundo, cuenta con más de 600 barcos y 35 millones de contenedores teniendo presencia en escala mundial realizando 325 arribos en puertos a nivel mundial. Siendo una de las compañías con más bajas tarifas en el mercado y el tiempo de recorrido dependerá el lugar de destino. El servicio cubre la prestación y administración de los servicios de exportación, arreglo de





recogida y bajada así como las notificaciones de manipulación, los precios por cada contenedor de 20 pies es aproximadamente de \$3,500.00.

Costos adicionales al flete marítimo es:

Trámites de exportación.....\$ USDS 75.00

Manejo de documentos.....\$ USDS 25.00

Confección del Conocimiento de embarque..... \$ USDS 25.00

Seguro: 0.6% sobre el valor a asegurar mínimo.....\$ USDS 75.00

#### 4.5.7 Ruta de el salvador hacia Alemania

Se recomienda utilizar la ruta que brinda la empresa Maersk Line; la cual se tardará aproximadamente un promedio de 29 días en llegar a su destino.

**Tabla 9: Ruta de transporte de miel de abeja de El Salvador hacia Alemania**

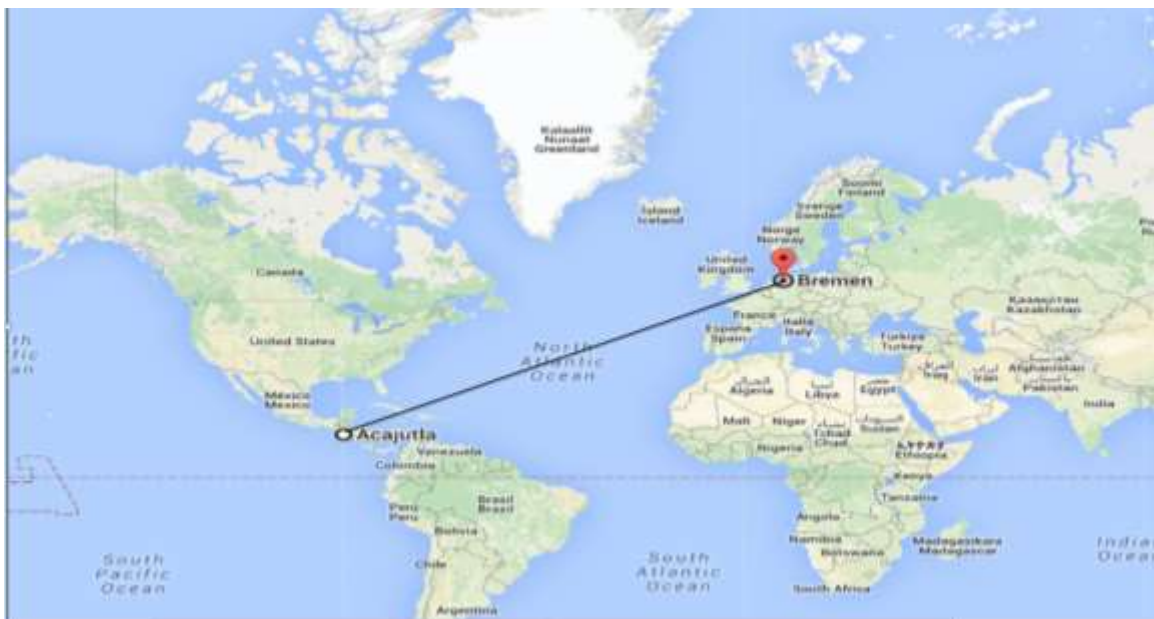
<b>Inicio</b>	Salida de barriles de miel de abeja de Cooperativa ACOAPICHAPA de R.L. hacia las oficinas de naviera MAERSK LINE de San Salvador, El Salvador para su envío.
<b>Salida de barriles de San Salvador hacia el puerto de Acajutla.</b>	Terminal: San Salvador Carga de Contenedores Transporte vía Camión.
<b>Llegada</b>	A Puerto de Acajutla



<b>Línea de Comercio</b>	CAM/EUR (CENTRAL AMERICA/EUROPE) .
<b>Despacho</b>	Salida de contenedores del puerto de Acajutla
<b>Barco</b>	Transportista FRISIAROTTERDAM
<b>Arribo en Puerto Balboa</b>	Transbordo de contenedores
<b>Barco</b>	Transportista X
<b>Arribo a puerto de Bremerhaven</b>	Al Norte de la terminal marítima Bremerhaven
<b>Salida de la miel de abeja del puerto.</b>	Arribo a la Ciudad de Bremen, Alemania.

Fuente: (LINE)

**Ilustración 7: Ruta puerto de Acajutla El Salvador–puerto de Bremen Alemania**



Fuente: (maps)



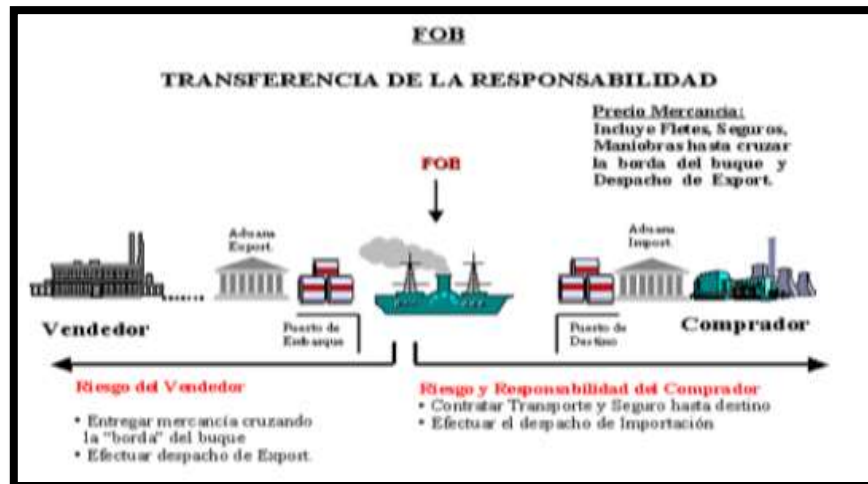
#### 4.5.8 Incoterms a utilizar

La selección del Incoterms influye sobre el costo del contrato, si bien todos los gastos o costos lo terminan pagando el comprador, este debe conocer además de lo estipulado en el contrato de compraventa, que importes debe desembolsar y cuales están incluidos en el precio.

Se recomienda utilizar el **FOB, Free on Board (A bordo del buque, Puerto de carga)** ya que la obligación solamente llegaría hasta el momento de arribar la mercancía en el buque, así mismo el importador Alemán absorberá los costos y riesgos de la pérdida y daño de las mercancías desde aquel punto.

A continuación se presenta una imagen representativa del Incoterms FOB:

**Ilustración 8: Explicación Incoterm FOB**



Fuente: (Quiminet.com)



**Tabla 10: Especificaciones del Incoterm FOB**

OBLIGACIONES DEL COMPRADOR	OBLIGACIONES DEL VENDEDOR
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gastos de manipulación en el país de origen.</li> <li>❖ Transporte principal.</li> <li>❖ Seguro de la mercancía.</li> <li>❖ Gastos de manipulación de destino.</li> <li>❖ Formalidades aduaneras de la importación.</li> <li>❖ Transporte en el interior del destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Acondicionar la mercancía para la venta.</li> <li>❖ La carga en el almacén del vendedor.</li> <li>❖ Transporte en el país de origen.</li> <li>❖ Formalidades aduaneras de exportación.</li> </ul>

Fuente: (Quiminet.com)

#### 4.5.9 Medios de pago internacional

Es recomendable utilizar el tipo de pago carta de crédito siendo un sistema rápido, flexible y económico, se usa cuando: los bancos del importador y del exportador son conocidos y solventes, también entre los otros países sin riesgo país (ya sea político o de transferencia), es útil para cubrir varias operaciones de un mismo concepto en el periodo de tiempo y cuando se busca la seguridad del crédito documentario con mayor flexibilidad.





Es recomendable ya que es un sistema utilizado por las empresas que inician el proceso de exportación siendo el más seguro para ambas partes. Una de las ventajas para ambos es el nivel bajo de riesgo favoreciendo al exportador pues será un proceso ordenado y se cumplirá la entrega en el margen de tiempo estipulado con la documentación requerida de lo contrario no se finalizara con el proceso.

#### 4.6 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

A continuación se sugieren estrategias que se pueden llevar a cabo con el objetivo de lograr mayor reconocimiento, incrementar su cartera de clientes a nivel nacional e internacional.

- ❖ **Social media:** hacer uso de los medios sociales electrónicos con la creación de una Fanpage en Facebook, un correo electrónico y cuenta en Sky; para crear contactos con clientes potenciales internacionales.
  
- ❖ **Envío de muestras comerciales:** para iniciar relaciones comerciales y dar a conocer el producto, las características y calidad es recomendable el envío de muestras comerciales a clientes potenciales con el objetivo de lograr iniciar una negociación.
  
- ❖ **Brindar incentivos a compradores:** Con fin de motivar a clientes internacionales a realizar compras de miel salvadoreña se recomienda brindar por cada negocio



excedente de producto y precios competitivos como incentivo para seguir realizando negociaciones.

- ❖ **Prospección del mercado meta:** Con esta estrategia se pretende fomentar la búsqueda de futuros clientes que puedan realizar compras efectivas. Para lo cual se sugiere crear un directorio de contactos para buscar acercamientos comerciales directos.

## GLOSARIO

- ❖ **ABEJA OBRERA:** Abeja hembra que es estéril y se dedica a producir cera y miel; posee un aguijón en el extremo del abdomen, que le sirve de defensa.
- ❖ **ABEJA REINA:** Es la única hembra fértil que pone huevos fecundados que dan origen a abejas obreras infértiles y pone huevos no fecundados que dan origen a zánganos fértiles.
- ❖ **ABEJA ZÁNGANO:** Los zánganos son las abejas machos de una colmena; se desarrollan en celdas más grandes que las obreras, de 8 milímetros de diámetro y proceden de huevos sin fecundar (partenogénesis).
- ❖ **ACIDOS ORGANICOS:** Los ácidos orgánicos son una variedad de ácidos que se concentran habitualmente en los frutos de numerosas plantas.
- ❖ **AGENTE ADUANAL:** Es el auxiliar autorizado para efector habitualmente, en nombre de terceros en los trámites, regímenes y operaciones aduaneras, en su carácter de persona natural.
- ❖ **ALERO:** Parte inferior del tejado, que sobresale de la pared y sirve para desviar de ella el agua de lluvia. Alfalfa, etcétera.
- ❖ **ALICIENTE:** Aspecto positivo de algo, que sirve de estímulo y mueve a una persona a realizar una acción o a actuar de determinada manera
- ❖ **AMINOACIDOS:** Son compuestos orgánicos que se combinan para formar proteínas.
- ❖ **ANTISÉPTICO:** Que destruye los gérmenes.

- ❖ **ANTITUSÍGENO:** Que combate la tos.
- ❖ **APISTÁN:** Es el producto que probablemente ofrece la mejor y la más simple protección contra el ácaro varroa.
- ❖ **BAJORRELIEVES:** También bajo relieve) es una técnica escultórica para confeccionar imágenes o inscripciones en los muros que se consigue remarcando los bordes del dibujo y rebajando el muro y tallando las figuras que sobresalen ligeramente del fondo, con lo que se obtiene un efecto tridimensional.
- ❖ **BRÓKER:** Persona que, por oficio, actúa como intermediaria en operaciones de compra y venta de valores financieros y de acciones que cotizan en bolsa.
- ❖ **CAL-VIVA:** Es el resultado de la cocción de una roca caliza.
- ❖ **CERTIFICADO DE ORIGEN:** Documento que certifica que las mercaderías a ser despachadas son originarias del país exportador.
- ❖ **CERTIFICADO ZOOSANITARIO:** Certificado extendido por una entidad competente del país de origen, en el que se hace constar el buen estado sanitario de las mercancías de origen animal en él consignadas.
- ❖ **CÓDIGO TARIC:** Se define como el instrumento que sirve de apoyo al sistema de gestión y cuya finalidad es determinar qué legislación aduanera comunitaria debe aplicarse a las importaciones y a las exportaciones, mediante la integración en un solo instrumento del mayor número posible de medidas que puedan tener relación con el despacho de aduanas.
- ❖ **CONFITURA:** Es la mezcla, con la consistencia gelificada apropiada, de azúcares, así como de pulpa y/o de puré,



bien de una sola especie de frutas, bien de dos o más especies de frutas.

- ❖ **CUÑO:** Troquel para sellar o grabar monedas, medallas y otros objetos semejantes.
- ❖ **DECLARACIÓN DE MERCANCÍAS:** El acto efectuado en la forma prevista por este Código Uniforme Centro Americano, mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero que ha de aplicarse a las mercancías.
- ❖ **DEXTRINA:** Sustancia sólida, gomosa y soluble que se obtiene del almidón por la acción de los ácidos, el calor y un fermento.
- ❖ **EDULCORANTE:** Sustancia química que se añade a un alimento o medicamento para darle sabor dulce.
- ❖ **EMBARQUE:** El término embarque es aquel que se utiliza para hacer referencia al momento en el cual una persona o un objeto se introduce a algún tipo de embarcación para ser transportada de un lugar a otro.
- ❖ **ENCINA:** Árbol o arbusto de tronco fuerte y grueso, copa
- ❖ **ENCUESTA:** Consiste en diseñar un cuestionario con una serie de preguntas abiertas o cerradas para la recolección de información acerca de un tema específico, y es dirigido a grupos de personas específicamente.
- ❖ **ENTREVISTA:** Es la comunicación establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener repuestas verbales a los interrogantes planteadas sobre el problema propuesto.
- ❖ **EUROZONA:** Llamada también zona euro es el conjunto de estados miembros de la Unión Europea que han adoptado el euro como moneda oficial, formando así una unión monetaria. Su creación data del 1 de enero de 1999.

- ❖ **FACTURA COMERCIAL:** Es un documento o prueba de la transacción entre el exportador y el importador. El exportador la expide al importador para el cobro de las mercancías cuando estas están disponibles.
- ❖ **FENOLIZAR:** Es la acción que se realiza mediante destilación de la brea de hulla; es muy tóxico y un poderoso antiséptico y desinfectante.
- ❖ **FLEJAR:** Colocar o instalar una papelera en un objeto de mobiliario urbano tal como una señal de tráfico, una farola o un semáforo mediante un fleje o tira de aluminio que actúa a modo de abrazadera.
- ❖ **FLETE:** Coste del alquiler de una embarcación o del transporte de mercancías en ella.
- ❖ **FRUCTOSA:** Azúcar que se encuentra en la miel y en muchas frutas, mezclado con la glucosa.
- ❖ **GLOBALIZACION:** La globalización económica consiste en la creación de un mercado mundial en el que se suprimen todas las barreras arancelarias para permitir la libre circulación de los capitales: financiero, comercial y productivo.
- ❖ **GLUCOSA:** Azúcar que se encuentra en la miel, la fruta y la sangre de los animales.
- ❖ **GUARNICIONES DE GOMA:** Guarnición diseñada para el sellado de vástagos y pistones en cilindros neumáticos e hidráulicos de baja presión.
- ❖ **HETEROGENEIDAD:** Cualidad de una cosa heterogénea o formada por elementos de distinta clase o naturaleza.
- ❖ **HIMENÓPTEROS:** Orden de insectos de metamorfosis complicada, con dos pares de alas membranosas, el primero

más grande que el segundo y con la boca de tipo masticador o lamedor.

- ❖ **INFORMACIÓN PRIMARIA:** Contiene información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual, ejemplo: libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas.
- ❖ **INFORMACIÓN SECUNDARIA:** Contiene información organizada, elaborada, productos de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales, ejemplo: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpreta otros trabajos o investigaciones.
- ❖ **INOCUO:** Que no tiene equidad o es injusto.
- ❖ **INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA:** Es la que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.
- ❖ **INVESTIGACIÓN PROPOSITIVA:** Es aquella que conduce a la creación de nuevas estructuras de investigación, mediante la relación entre los problemas de la realidad y sus alternativas de solución.
- ❖ **JALEA REAL:** Sustancia que segregan las abejas para alimentar a las larvas y a la reina y que por su alto valor nutritivo se emplea en terapéutica y alimentación.
- ❖ **LISTA DE EMPAQUE:** Es un documento que informa acerca del contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser

exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada. La emite el exportador en hoja membrete de la empresa.

- ❖ **LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN:** Es el proceso de planificar, implementar y controlar un eficiente y efectivo flujo de productos enviados hacia otros países.
- ❖ **MALTOSA:** Azúcar vegetal y animal, compuesto por dos moléculas de glucosa, que se encuentra en el almidón y el glucógeno.
- ❖ **MELECITOSA:** Una variedad de azúcar, isomérica con sacarosa, extraída del maná del alerce.
- ❖ **MIEL DE ABETO:** Es una miel de bosque que desprende un aroma balsámico fuerte y que procede de las secreciones dulces y la savia de los abetos que sirven de alimento a las abejas. La miel de abeto es de color verde. Muy difícil de conseguir porque su producción es escasa y no se produce todos los años. Se utiliza fundamentalmente para las enfermedades respiratorias.
- ❖ **MIEL DE COLZA:** La miel colza es de color amarillo claro y contiene un gran número de polen de flores.
- ❖ **MIEL DE PINO:** Miel oscura y permanece líquida mucho tiempo tras la recolección de sabor resino y excelente para el tratamiento de la inflamación bronquial.
- ❖ **MIEL DE TRÉBOL:** Es un tipo de miel que es producida por las abejas que se alimentan principalmente del néctar de la flor del trébol.
- ❖ **MIEL MONOFLORAL O UNIFLORAL:** Predominio del néctar de una especie. Las más usuales son de castaño, romero, Ulmo, tomillo, brezo, naranjo o azahar, tilo, acacia, eucalipto, lavanda, cantueso, zarzamora.

- ❖ **MIEL MULTIFLORAL:** El néctar de varias especies vegetales diferentes, y en proporciones muy variables.
- ❖ **MIEL ORGÁNICA:** Miel producida, procesada y envasada de acuerdo a las regulaciones oficiales sobre miel y productos orgánicos, y certificada por organismos oficiales y/o organizaciones independientes.
- ❖ **MUESTRA:** Es un subconjunto fielmente representativo de la población.
- ❖ **MUESTREO NO PROBABILÍSTICO:** Es aquel utilizado en forma empírica, es decir, no se efectúa bajo normas probabilísticas de selección, por lo que sus procesos intervienen opiniones y criterios personales del investigador o no existe norma bien definida o validada.
- ❖ **NAVIERA:** Que es propietario de uno o más barcos para su explotación.
- ❖ **ORGANOLÉPTICAS:** Son todas aquellas descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, según las pueden percibir los sentidos, por ejemplo su sabor, textura, olor, color.
- ❖ **PAPILLA:** Alimento de consistencia cremosa y espesa que se obtiene por diversos procedimientos.
- ❖ **PECOREO:** La casta obrera al nacer pasa por diferentes estadios durante los primeros días dentro del nido o colmena. Limpian, alimentan a las larvas, producen cera para los panales y, por último, después de 20 días aproximadamente de los trabajos descritos se convierten en las pecoreadoras o forrajeras que traen el alimento a la colmena.
- ❖ **PERIODO NEOLÍTICO:** El periodo de la prehistoria que se ubica, en la línea del tiempo, luego del Mesolítico,

precediendo la Edad de los Metales. Cronológicamente, se encuentra aproximadamente entre el año 7.000 a. de C. y 2.000 a. de C. este periodo se considera el periodo en que se produjo una revolución en los modos de vida, las costumbres y las habilidades del ser humano.

- ❖ **PERIODO PREDINÁSTICO:** Con el nombre de Periodo predinástico de Egipto se conoce la época anterior a la unificación del valle del Nilo. Se corresponde con el Calcolítico o Edad del cobre y en él se establecieron las convenciones artísticas y se pusieron los fundamentos políticos que estructuraron posteriormente el Egipto faraónico.
- ❖ **PIB PERCÁPITA:** Es el producto interno bruto dividido por la población a mitad de año. El PIB es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos.
- ❖ **PIB:** Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado.
- ❖ **POBLACIÓN:** Es el conjunto total de individuos, objetos o medida que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.
- ❖ **POETAS GEORGICOS** Las Geórgicas (publicadas en 29 a. C.) son un poema de Virgilio, el segundo en importancia de entre los que escribió, cuya intención es glosar e informar acerca de las labores agrícolas, además de representar una loa de la vida rural.
- ❖ **POLEN:** Polvo fino y fecundante contenido en la antera de los estambres de las flores.

- ❖ **POLINIZACIÓN:** La polinización es el proceso que se desarrolla desde que el polen deja el estambre en el que ha sido generado hasta que llega al pistilo en el que germinará.
- ❖ **POLIZA DE SEGURO:** Es un contrato entre un asegurado y una compañía de seguros, que establece los derechos y obligaciones de ambos, en relación al seguro contratado. Documento con el que formalizan ciertos contratos de seguros, mercantiles o de operaciones comerciales.
- ❖ **POSICIONAMIENTO DE MARCA:** En Marketing se llama posicionamiento de marca al lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto al resto de sus competidores.
- ❖ **PRÁCTICAS HELÉNICAS:** El Helenismo (también conocido como Hellenismos y Politeísmo Griego) hace referencia a las prácticas religiosas de aquellos que honran a los Dioses de la antigua Grecia.
- ❖ **REQUISITOS FITOSANITARIO:** Son requisitos para la introducción de productos: animal y vegetal que el país exportar solicita al momento de ingresar el producto en otro país.
- ❖ **RETROALIMENTACIÓN O FEEDBACK:** Significa 'ida y vuelta' y es, desde el punto de vista social y psicológico, el proceso de compartir observaciones, preocupaciones y sugerencias, con la intención de recabar información, a nivel individual o colectivo, para intentar mejorar el funcionamiento de una organización o de cualquier grupo formado por seres humanos.

- ❖ **SACAROSA:** Azúcar que se encuentra en el jugo de muchas plantas y se extrae especialmente de la caña dulce y de la remolacha.
- ❖ **SEGURO DE MERCANCÍA:** Destinado a dar cobertura a los posibles daños materiales que sufran las mismas durante su transporte.
- ❖ **SUPERÁVIT COMERCIAL:** El superávit comercial es el saldo positivo de la balanza comercial se calcula sumando los ingresos y actividades de un país restando los gastos por importaciones.
- ❖ **TRAMITE DE EXPORTACIÓN:** Son todos los trámites pertinentes que se hacen para realizar un proceso de exportación.
- ❖ **TRANSPORTE MULTIMODAL:** El transporte internacional multimodal es el traslado de mercancías de un país a otro con utilización de más de un medio de transporte (carretera, ferrocarril, aéreo, marítimo o fluvial) y sin que exista ruptura de carga.
- ❖ **TRATADO DE LIBRE COMERCIO:** Consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes.
- ❖ **VARROASIS:** Varroa es un género de un ácaro que produce la enfermedad denominada varroasis.





# ANEXOS



**ANEXO 1: "DIRECTORIO DE LAS INSTITUCIONES DE APOYO A LOS EXPORTADORES DE MIEL ABEJA Y EXPORTADORES EN GENERAL"**

<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TELEFONO</b>	<b>DIRECCION ELECTRONICA</b>
<b>EXPORTA EL SALVADOR</b>	INSPECCIÓN DE PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL (IPOA) Cantón el Matazano, Soyapango.  CUARENTENA AGROPECUARIA ubicado en: Final primera avenida norte, carretera a Santa Tecla	2297-8432  2228-4443, 2228-2720	<a href="http://www.go.to/mag.gob.sv">http://www.go.to/mag.gob.sv</a>  <a href="mailto:cuaragro@es.com.sv">cuaragro@es.com.sv</a>
<b>CONAMYPE (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa)</b>	41 Avenida Norte número 115, edificio Roosevelt Cuscatlán, San Salvador	2260-9260  Fax: 2260-6590	
<b>EXPORTA EL SALVADOR</b>	Boulevard Orden de Malta, Edificio D`Cora 2° nivel. Urbanización Santa Elena, Antiguo Cuscatlán	2241-6400 y 2278-2285	<a href="http://www.exporta.gob.sv/home.htm">http://www.exporta.gob.sv/home.htm</a>  <a href="mailto:info@exporta.gob.sv">info@exporta.gob.sv</a>
<b>BANCO CENTRAL DE RESERVA DE EL SALVADOR</b>	CENTRO DE TRÁMITES DE EXPORTACIÓN (CENTREX)  Ubicada en el edificio principal del Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR), situada sobre la Alameda Juan Pablo II. Entre 15 y 17 avenida norte, San Salvador.		

<b>DIRECCIÓN DE ECONOMÍA AGROPECUARIA</b>	Final 1ª avenida norte, carretera a Santa Tecla	2228-4443 Fax: 2229-9271	<a href="mailto:magdgea@es.com.sv">magdgea@es.com.sv</a> .
<b>MINISTERIO DE ECONOMÍA</b>	Alameda Juan Pablo II y calle Guadalupe, Plan Maestro, Centro de Gobierno, Edificio C-2 y 3ª planta, San Salvador.		<a href="http://www.minec.gob.sv">http://www.minec.gob.sv</a>
<b>DIRECCIÓN DE COMERCIO INVERSIÓN</b>	Departamento de información comercial Incentivos fiscales Dirección de política comercial Oficina nacional de inversiones	2231-5600 2231-5600 2231-5753 , 2231-5815	
<b>MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES</b>	carretera a Santa Tecla, km. 6 Frente a Canal 6	2231-1000; 2243-9647	<a href="http://www.rree.gob.sv">http://www.rree.gob.sv</a>
<b>CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE EL SALVADOR</b>	4ª avenida sur entre 21 y 23 calle poniente No 106, contiguo a Academia Europea, Santa Ana	2440-5446	<a href="http://www.camarasal.com">http://www.camarasal.com</a> E-mail: <a href="mailto:camarasal@netcomsa.com">camarasal@netcomsa.com</a> .
<b>ASOCIACION SALVADOREÑA DE INDUSTRIALES (ASI).</b>	Edificio ASI, Calles Roma y Liverpool, Col. Roma.	2279 - 2488 Fax: 2279 - 2070	<a href="http://www.asi.com.sv">http://www.asi.com.sv</a> :
<b>BANCO MULTISECTORIAL DE INVERSIONES (BMI)</b>	Alameda Manuel Enrique Araujo Edificio Centuri Plaza, nivel 4 San Salvador.	2267 - 0032 Fax: 2267 - 0011	<a href="http://www.bmi.gob.sv">http://www.bmi.gob.sv</a> :

<b>CONSEJO SALVADOREÑO DEL CAFÉ</b>	75 Avenida Norte y 7ª. Calle Poniente No. 3876	2263 - 3787 Fax: 2263 - 3833	<a href="http://www.consejocafe.org.sv">http://www.consejocafe.org.sv</a>
<b>FUSADES</b>	Edificio FUSADES, Urb. Santa Elena, Antiguo Cuscatlán	2278 - 3366	<a href="http://www.fusades.com.sv">http://www.fusades.com.sv</a>
<b>CORP. DE EXPORTADORES DE EL SALVADOR (COEXPORT)</b>	Condominios del Mediterráneo Edif. "A" No. 23, Jardines de Guadalupe,	2243 - 1328	<a href="http://www.coexport.com">http://www.coexport.com</a>
<b>CAMARA DE COMERCIO EUROPEA</b> (Programas y Contactos con el Mercado Europeo)			<a href="http://www.ecib.com">http://www.ecib.com</a>
<b>MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL.</b>	DEPTO. DE SANEAMIENTO AMBIENTAL Hospital Rosales, Alameda Roosevelt atrás de Escuela de Enfermería	2271 -1288	<a href="http://www.mspas.gob.sv">http://www.mspas.gob.sv</a>
<b>MINISTERIO DE HACIENDA</b>	DIRECCION GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS Sección Devoluciones y Compensaciones, Condominio Tres Torres.  DIRECCION GENERAL DE LA RENTA DE ADUANAS Km. 11 ½ Carretera Panamericana, Ilopango	2225 - 1022 2225 - 3700  2295 - 0544	<a href="http://www.mh.gob.sv/">http://www.mh.gob.sv/</a>
<b>ADUANAS DE LA REPUBLICA</b>	Terrestre San Bartolo Terrestre Santa Ana Terrestre La Achadura Terrestre Las chinamas Terrestre San Cristóbal Terrestre Anguiatu	2244 - 5086 2447 - 9402 2420 - 3629 2401 - 3601 2441 - 8108 2401 - 0210	

	Terrestre El Amatillo	2449 - 9002	
	Terrestre El Poy	2335 - 9401	
	Aduana Marítima Acajutla	2452 - 3152	
	Aduana Marítima Cutuco	2604 - 4018	
	Aduana Fardos Postales	2221 - 0334	
	Delegación Aduana Tres Torres	2244 - 3043	
<b>COMISION EJECUTIVA PORTUARIA AUTONOMA (CEPA)</b>	Boulevard Los Héroes, Apartado Postal	2260 - 5477	
	Aeropuerto Internacional	2339 - 9455	
	Puerto de Acajutla	2452 - 3200	
	Puerto Cutuco	2604 - 4107	

ANEXO 2

"CUESTIONARIO UTILIZADO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS"

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA DE OCCIDENTE

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS

"ENCUESTA A SOCIOS DE COOPERATIVA ACOAPICHAPA DE RL. DE LA ZONA OCCIDENTAL DE EL SALVADOR"

**OBJETIVO:** Determinar el nivel de conocimiento sobre los requisitos y procedimientos de exportación que poseen los socios de la Cooperativa ACOAPICHAPA de R.L de la zona occidental de El Salvador.

**Nombre** \_\_\_\_\_ **del** \_\_\_\_\_ **asociado:**

**Cargo:** \_\_\_\_\_

**Indicaciones:** Marque con una X la respuesta que a su criterio considera conveniente.

1. ¿Exporta su producto a otros países?

No  Sí

2. ¿Le interesaría exportar?

No  Sí

3. ¿Conoce usted un mercado internacional que este consumiendo su producto actualmente?

No  Sí

4. ¿Cuál es el mercado que considera adecuado para exportar su producto? \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

5. ¿Tiene conocimientos necesarios de los requisitos legales para exportar?

No  Sí

6. ¿Conoce las condiciones adecuadas que debe cumplir la miel de abeja para ser exportada?

No  Sí

7. Conoce los requisitos de exportación hacia:

Centroamérica  Unión Europea   
Otra región  ninguna

8. ¿Conoce los Tratados de Libre Comercio que El Salvador ha suscrito?

No  Sí

Si su respuesta es sí, ¿cuáles conoce? \_\_\_\_\_

9. ¿Tiene conocimiento de las Instituciones que brindan apoyo a exportadores en El Salvador?

No  Sí

Si su respuesta es sí, ¿Cuáles conoce? \_\_\_\_\_

10. ¿Conoce los servicios que el Centro de Tramites de Exportación (CENTREX) ofrece a los empresarios que desean exportar y los pasos a seguir para poder inscribirse a esa institución?

No  Sí

11. ¿Tiene conocimiento de instituciones que apoyen al Sector Apícola en El Salvador?

No  Sí

12. ¿Conoce cuáles son los requisitos fitosanitarios que debe cumplir la miel de abeja para su exportación?

No  Sí

13. ¿Cuál es la principal limitante que le impide exportar?

Desconocimiento del procedimiento y requisitos

Instalaciones y maquinaria inadecuadas

Falta de apoyo crediticio

Falta de apoyo del Gobierno

Otros

Indique Otros \_\_\_\_\_

14. ¿Conoce a que institución acudir y el procedimiento para registrar una marca legalmente?

No  Sí

15. ¿Posee su producto un slogan y logotipo?

No  Sí

Si su respuesta es sí. ¿Qué elemento posee? \_\_\_\_\_

16. ¿Considera que el envase de su producto es el adecuado para exportarlo?

No  Sí

17. ¿Tiene conocimiento de la logística necesaria para la exportación de la miel de abeja?

No  Sí



18. ¿Cuál es la cantidad de miel de abeja que se logra en cada cosecha aproximadamente?

---

19. ¿Considera necesario contar con una guía de exportación que le facilite el proceso para realizar dicha actividad?

No

Sí

### ANEXO 3

#### "Guía para entrevista -semi estructurada"

##### Guía temas para entrevista Semi-estructurada

**Objetivo:** Descubrir el grado de conocimiento que poseen los socios de la cooperativa ACOAPICHAPA con respecto al proceso de exportación de miel y conocer la visión, deseo e interés en cuanto al crecimiento empresarial.

1. ¿Cómo empezó a desarrollarse en el sector apícola?
2. ¿Cómo se asoció usted a la Cooperativa ACOAPICHAPA de R.L.?
3. ¿Me puede hablar sobre su percepción de la miel que comercializa la cooperativa ACOAPICHAPA de R.L. en el mercado local?
4. ¿Para usted que es exportar?
5. ¿Conoce el procedimiento de exportación de la miel abeja?
6. ¿Cuáles beneficios considera usted que traería exportar su producto?
7. ¿Alguna vez han buscado apoyo financiero de terceros?
8. ¿Considera usted que cooperativa ACOAPICHAPA de R.L. ha tenido crecimiento en estos últimos años?
9. ¿A su criterio las áreas de mejoras en cooperativa ACOAPICHAPA de R.L. cuáles serían?
10. Al formar parte cooperativa ACOAPICHAPA de R.L. ¿Cómo se visualiza a futuro?

## ANEXO 4: SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN EN EL CIEX



Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte,

San Salvador, El Salvador, C.A.

Tels.: 2281-8085 al 91, 8538 Fax: 2281-8086

Correo electrónico: [ciexexportaciones@bcr.gob.sv](mailto:ciexexportaciones@bcr.gob.sv)

<http://www.centrex.gob.sv> ó [www.centrexonline.com](http://www.centrexonline.com)

### SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN / ACTUALIZACIÓN DE DATOS

IMPORTADOR  EXPORTADOR  AMBOS

<b>Usó exclusivo del CIEX El Salvador</b>	
NIT (sin guiones) <input style="width: 100%;" type="text"/> NOMBRE SEGÚN NIT <input style="width: 100%;" type="text"/>	CÓDIGO <input style="width: 100%;" type="text"/>
<b>INSCRIPCIÓN EN EL CENTRO NACIONAL DE REGISTROS (CNR) (si es persona jurídica)</b>	
No.: <input style="width: 50px;" type="text"/> Libro: <input style="width: 100px;" type="text"/> Folio: <input style="width: 50px;" type="text"/> Fecha: <input style="width: 150px;" type="text"/> (DD/MM/YYYY)	
<b>DIRECCIÓN DEL EXPORTADOR / IMPORTADOR</b>	
MUNICIPIO <input style="width: 150px;" type="text"/> DEPARTAMENTO <input style="width: 150px;" type="text"/>	
TELÉFONOS	FAX
SITIO WEB	CORREO ELECTRONICO
NÚMERO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTE (NRC) <input style="width: 150px;" type="text"/>	
<b>GIRO O ACTIVIDAD SEGÚN EL NRC</b>	
<b>¿ES GRAN CONTRIBUYENTE?</b>	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
<b>¿ES TASA 0% IVA?</b>	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
<b>ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL</b>	
<input style="width: 100%;" type="text"/>	
<b>¿OPERA EN ZONA FRANCA?</b>	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
<b>¿OPERA EN DEPOSITO PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO (DPA)?</b>	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Nombre de la Zona Franca: <input style="width: 150px;" type="text"/>	
Acuerdo No.: <input style="width: 150px;" type="text"/> Fecha: <input style="width: 100px;" type="text"/>	
No. De Empleados Remunerados: <input type="checkbox"/> Hasta 10 trabajadores <input type="checkbox"/> Hasta 50 Trabajadores <input type="checkbox"/> Hasta 100 Trabajadores <input type="checkbox"/> De 101 en adelante	
<b>PERSONAS AUTORIZADAS PARA FIRMAR DOCUMENTOS Y/O AUTORIZAR EXPORTACIONES EN EL (SICEX) *</b>	
NOMBRE	CARGO
CORREO ELECTRONICO	TELEFONO
FIRMA	AUTORIZAR
	DOCUMENTOS
	Operaciones SICEX
<b>PERSONA DE CONTACTO</b>	
Nombre: <input style="width: 150px;" type="text"/>	
Correo electrónico: <input style="width: 150px;" type="text"/> Teléfono: <input style="width: 100px;" type="text"/>	
<b>PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN / IMPORTACIÓN</b>	
<input style="width: 100%;" type="text"/>	
<b>DATOS DE IMPORTADOR - EXPORTADOR Ó R.L.</b>	
Nombre del Representante Legal: <input style="width: 150px;" type="text"/>	
<b>USO EXCLUSIVO DEL CIEX</b>	
Observaciones: <input style="width: 100%;" type="text"/>	
Bajo juramente declaro que los datos proporcionados son expresión fiel de la verdad, por lo que asumo la responsabilidad correspondiente.	
Firma del Representante Legal o Persona Natural, y sello de la empresa	
Firma, fecha y sello de autorizado CIEX EL SALVADOR	

\*Sistema Integrado de Comercio Exterior, a través del cual se autorizan las exportaciones por internet, disponible las 24 horas, los 365 días del año; para lo cual se creará clave de acceso y se remitirá al correo electrónico de cada usuario autorizado.

## ANEXO 5: DECLARACION DE MERCANCIAS

DECLARACION DE MERCANCIAS										No. 17170	
REPUBLICA DE EL SALVADOR MINISTERIO DE HACIENDA DIRECCION GENERAL DE LA RENTA DE ADUANAS										21 NUMERO DE PAGINA    111	
1) CODIGO REVISOR: 1292	4) FECHA ACTUACION: 12/07/10	5) CODIGO ADUANA: 08	6) CODIGO REGIMEN: C110	7) No. MANIFIESTO: 11324	8) FECHA MANIFIESTO: 15/07/10	9) DOCUMENTO DE TRANSPORTE: UBCU1005534A	10) CODIGO BODEGA Y UBICACION: PATIO				
11) CODIGO DESPACHANTE: 0059 0131-3		12) NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL DECLARANTE: LA CASA DEL ACEITE, S.A DE C.V				13) NIT DECLARANTE: 0612-250471-003-2		14) N.C. DECLARANTE: 477-5			
15) COD. PMS PROC. EXST.: 840	16) COD. TRANSPORTE: 5	17) COD. DEP. AEROMAR:	18) No. DECLAR. VALOR:	19) TOTAL PAGO BRUTO (USD): 20,702.00	20) TOTAL No. BRUTOS: 116	21) CODIGO DE RIESGO UTILIZADOS: PC					
22) TOTAL FOB (USD): 10,904.87		23) TOTAL FLETE (USD): 2,076.62		24) TOTAL PRIMA SEGURO (USD): 144.45		25) TOTAL OTROS GASTOS (USD): 130		26) TOTAL C.I.F. (USD): 13,275.94			
27) NUMEROS Y FECHAS DE FACTURAS: 2920.10 02/07/2010					28) CODIGOS DE DOCUMENTOS ADJUNTOS: 003 002 047			29) NUMERO CERTIFICADO DE VERIFICACION:			
30) No. DE ITEM: 1/3	31) CODIGO ARANCELARIO: 2710.00.41		32) DESCRIPCION COMERCIAL DE LA MERCANCIA: LUBRICANTES ARGENT SAE 40, 15W40 HYDRAULIC ISO 32W, GEAR OIL GL-5 80W90, PREMIUN ND-40-50, 2-CYCLE, PLATINUM ND-40, PLATINUM 2-CYCLE Y MULTI-PURPOSE LITHIUM STEARATE # 2								
33) PESO NETO EN KGS.: 0.00		34) PESO BRUTO EN KGS.: 15103.79									
35) CODIGO PMS ORIGEN: 840	36) CEEA (U. MEDIDA): 100	37) CANTIDAD (U. MEDIDA): 654	38) FOB EN USD: 7,955.99	39) FLETE EN USD: 1,515.06	40) SEGURO (USD): 105.39	41) OTROS GROS. (USD): 109.44	42) C.I.F. EN USD: 9,685.88				
			43) % D.A.L.: 1.00	44) MONTO D.A.L. (EN USD): 96.86	45) MONTO D.A.L. (DOLARES):		46) MONTO (USA DOLARES): 1,271.76				
30) No. DE ITEM: 2/3	31) CODIGO ARANCELARIO: 2710.00.91		32) DESCRIPCION COMERCIAL DE LA MERCANCIA: LIQUIDOS PARA TRANSMISION HIDRAULICA, PREMIUN HYDRAULIC R&O, A.T.F. "A" Y U.S. BEST BRAKE FLUID - CLEAR.								
33) PESO NETO EN KGS.: 0.00		34) PESO BRUTO EN KGS.: 4258.68									
35) CODIGO PMS ORIGEN: 840	36) CEEA (U. MEDIDA): 100	37) CANTIDAD (U. MEDIDA): 324	38) FOB EN USD: 2,243.28	39) FLETE EN USD: 427.19	40) SEGURO (USD): 29.72	41) OTROS GROS. (USD): 30.86	42) C.I.F. EN USD: 2,731.05				
			43) % D.A.L.: 5.00	44) MONTO D.A.L. (EN USD): 136.55	45) MONTO D.A.L. (DOLARES):		46) MONTO (USA DOLARES): 372.79				
30) No. DE ITEM: 3/3	31) CODIGO ARANCELARIO: 3820.00.00		32) DESCRIPCION COMERCIAL DE LA MERCANCIA: ANTICONGELANTES PARA RADIADOR U.S. BEST RADIATOR PLUS.								
33) PESO NETO EN KGS.: 0.00		34) PESO BRUTO EN KGS.: 1339.53									
35) CODIGO PMS ORIGEN: 840	36) CEEA (U. MEDIDA): 100	37) CANTIDAD (U. MEDIDA): 138.00	38) FOB EN USD: 705.60	39) FLETE EN USD: 134.37	40) SEGURO (USD): 9.34	41) OTROS GROS. (USD): 9.70	42) C.I.F. EN USD: 859.01				
			43) % D.A.L.: 5.00	44) MONTO D.A.L. (EN USD): 42.95	45) MONTO D.A.L. (DOLARES):		46) MONTO (USA DOLARES): 117.25				
30) No. DE ITEM: XXXXX	31) CODIGO ARANCELARIO: XXXXXXXXXXXX		32) DESCRIPCION COMERCIAL DE LA MERCANCIA: XXXXX ULTIMA LINEA XXXXX								
33) PESO NETO EN KGS.:		34) PESO BRUTO EN KGS.:									
35) CODIGO PMS ORIGEN:	36) CEEA (U. MEDIDA):	37) CANTIDAD (U. MEDIDA):	38) FOB EN USD:	39) FLETE EN USD:	40) SEGURO (USD):	41) OTROS GROS. (USD):	42) C.I.F. EN USD:				
			43) % D.A.L.:	44) MONTO D.A.L. (EN USD):	45) MONTO D.A.L. (DOLARES):		46) MONTO (USA DOLARES):				
47) DECLARACION ANTERIOR			CODIGO RELAMIN:			48) PAQUETES DE MERCANCIAS: 1			49) LEGALIZACION DE ALAMIN:		
48) LICENCIACION No. 16911			FECHA:			49) FIC:					
50) TRIBUTOS:		51) VALOR A PAGO - Dolares:		52) MONTO EN GARANTIA - Dolares:		53) ANEXO EXENTO - Dolares:					
DAI:	276.36										
Exportacion:											
IVA:	1,761.80										
TASA:											
IMPORTE:											
MULTAS:											
OTROS:	29.00										
54) TOTAL:	2,067.16										
			55) RESERVADO ENTIDAD COLECTORA:			MONTO POR PAGO:			56) CONTROL DE PAGO:		
						TOTAL RECAUDADO (DOLARES):			No. REC:    FECHA: 15/07/10		
						2,067.16			57) OBSERVACIONES:		
						BANCO AGRIOLA COMERCIAL DE EL SALVADOR			No. 003/DAP/99/112		
						RECAUDADO 14 JUL 2010			CONT. # TOLU 158548		
						AGENCIA CASTILLO VENTUROSO CAJERO No. 10-01			Firma y Sello		

**ANEXO 6: CERTIFICADO DE ORIGEN FORMATO A**

1 Goods consigned from ( export business name, adress, country)			Reference N° <b>GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE ORIGIN COMBINED DECLARATION AND CERTIFICATE FORM A</b> Issued in..... country see refence everboyr		
2 Goods consigne to ( consignee name, address, country)					
3 Means of transport and route (as for as known)			4. For official use		
5. item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion ( see notes overfeal)	9. Grooss weight of other quantity	10. Number and date of voices
<p>11. Certification</p> <p>It is hereby certifited on the bass of control carried out, that declaration by the exporter is correct.</p> <p>.....</p> <p>place and date,signature and stamp of certifying authority.</p>			<p>12. Declaration by the exporter</p> <p>The undersigned hereby declares that the abode details and statements are correct: that all the goods produced in..... (country)</p> <p>and that they cumply whit the origin requirements specified for those goods in the generalized systemnof preferences for goods exported to ..... importing country</p> <p>.....</p> <p>... place and date,signature of aothorized signatory.</p>		

**ANEXO 7: CERTIFICADO ZOOSANITARIO DE EXPORTACION**

**DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL  
REPUBLICA DEL SALVADOR C.A N°Reg.01000446814  
CERTIFICADO ZOOSANITARIO PARA LA EXPORTACION  
DIVISION DE CERTIFICACION PARA EL COMERCIO  
PARA LA ORGANIZACIÓN DE PROTECCION ZOOSANITARIA DE GUATEMALA  
DE ORGANIZACIÓN DE PROTECCION ZOOSANITARIA DE EL SALVADOR**

**DESCRIPCION DEL ENVIO**

Nombre y Dirección de el exportador: INCUBADORA SALVADOREÑA S.A DE C.V. KM 1/2 BULEVARD DEL EJERCITO NACIONAL SAN SALVADOR.  
 Nombre y dirección del consignatario: AVES REPRODUCTORAS SALVADOREÑAS DE CENTROAMERICA S.A. CALZADA AGUILAR BATRES ZONA 35-35 GUATEMALA  
 Descripción y numero de bultos: 45 CAJAS  
 Marca Distintivas: S/M  
 Medio de transporte declarado: TERRESTRE  
 Punto de salida declarado: SAN CRISTOBAL, EL SALVADOR  
 País de Origen: EL SALVADOR  
 País de procedencia: EL SALVADOR

Nombre del producto	Nombre Científico	Cantidad Declarada
HUEVO FERTILES DE GALLINA		16.200.00 UNIDADES

Por lo presente se certifica que lo animales que y/o subproducto arriba descritos se han inspeccionado de acuerdo con los procedimientos adecuados y se consideran exentos de plagas cuarentenadas y prácticamente exentos de otras plagas nocivas y que se consideran que se ajustan a las disposiciones zoosanitarias vigentes en el país importador

**Observaciones:**  
 EL INFRASCRITO MEDIO VETERINARIO CERTIFICA QUE SE HA ISPECCIONADO UN LOTE DE HUEVO FERTIL PARA LA INCUBACION DE POLLO DE ENGORDE Y PROCEDEN DE GRANJAS LAS CUALES SE ENCUENTRAS LIBRES DE ENFERMEDADES INFECTOCONTAGIOSAS ESPECIALMENTE DE SALMONELA POLLORUM, COLIFECAL, LISTERIA, MONOCITOGENES, STAFILOCOCCUS AUREUS, ESCHERIGHA COLI, MYCOPLASMOSIS, ENFERMEDADES DE GUMBORO Y ENCEFALOA AVIAR ASI MISMO NO SE DETO NINGUN BROTE DE ENFERMEDADES INFECTOCONTAGIOSAS PROPIAS PORPIAS DE LA ESPECIE LOS SEIS MESES ANTERIORES A LA FECHA, VELOGENICA, ENFERMEDADES NEOPLASICAS, INFLUENCIA AVIAR DE ALTA Y BAJA PATOGENIDAD, HEPATITIS CON CUERPOS TEMATICOS DE CONTROL PARA MICOPLASMOSIS.

Médico veterinario: DR. José Tomas Gavidia Paniagua Total peso neto: 1,134

Lugar y fecha de expedición: SAN SALVADOR 27/5/2015.  
 (Seic) Inspector de certificación Zoosanitaria para el comercio

Oficina de certificación fitosanitario para el comercio de \_\_\_\_\_  
 medio de transporte \_\_\_\_\_ matricula, placa \_\_\_\_\_

Los producto y subproductos de origen animal indicados en el presente certificado se encontraron  
 fecha:

(Sello) Inspector de certificación fitozoosanitaria para el comercio

La validez del presente certificado es de 16 días a partir de la fecha de la fecha de extensión y solo podrá ser prolongado mediante nueva inspección esta Organización División de Certificación Fitosanitaria para el comercio de la dirección General de Sanidad Vegetal y Animal de Ministerio de Agricultura y Ganadería de la Republica de El Salvador, sus funcionarios o representantes decidan toda responsabilidad financiera mediante este certificado.

**ANEXO 8: PRECIO DE LOS TRAMITES DEL SIEX**

<b>Tipo de Trámite</b>	<b>Precio en Dólares</b>
<b>Registro de Exportador</b>	El exportador no paga por este trámite.
<b>Autorización de Declaración de Mercancías o Formulario Aduanero Centroamericano</b>	US\$6.00 + 13% IVA Por cada operación.
<b>Estadísticas Especiales</b>	\$1.00 + 13% IVA por página
<b>Autorización de Certificados de Origen (SGP, ALADI, CIEX-BCR), los Tratados de Libre Comercio vigentes y Acuerdos de Alcance Parcial.</b>	SIN COSTO
<b>Transmisión y registro en el Sistema de la Dirección General de la Renta de Aduana en El Salvador.</b>	SIN COSTO
<b>Transmisión y registro en los Sistemas de las aduanas de Guatemala, Honduras y Nicaragua</b>	SIN COSTO
<b>Control de Cuotas de Exportación</b>	SIN COSTO
<b>Visado de Exportación de insumos agropecuarios (por factura)</b>	US\$6.00 + IVA por factura
<b>Emisión de Certificados fitosanitarios y zoonosanitarios de exportación y reexportación por vía marítima, por cada 40,000 kgs. o fracción</b>	US\$5.71 + IVA Por cada 40,000 kgs. o fracción

**ANEXO 9: DUA DE EXPORTACION DOCUMENTO UNICO ADMINISTRATIVO**

DUA EXPORTACION DOCUMENTO UNICO DE ADMINISTRATIVO									
1 COMUNIDAD EUROPEA		2 Expedor/exportador		Nº		1 Declaración		Aduana de destino	
						3 Formularios		4 Día de carga	
						5 partidas		6 total de bultos	
								7 Número de referencia	
8 Destinatario		Nº		9 Responsable financiero		Nº			
				10 País primer produc		11 País transacion		12 elementos de valor	
								13 P.A.C	
14 Declarante Representante		Nº		15 país de expedición/exportación		16 Cod.P.expedi/export		17 Cod.país de destino	
18 Identidad y nacionalidad medio transporte a la partida			19 CV		20 Condiciones de entrega				
21 Identidad y nacionalidad medio transporte a la partida					22 Divisa e importe total factura		23 tipo de cambio		24 Naturaleza
25 Modo de transporte		26 Modo de transporte		27 Lugar de carga		28 Deuda financieros y bancarios			
29 Aduana de salida		30 Localización de mercancías							
31 Bultos y descripción de las mercancías.				Marca numeración Nº contenedor (es)- Número y clase		32 Partida		33 Código de las mercancías	
						34 Código de país origen		35 Masa bruta	
						36 Preferencia			
						37 Régimen		38 marca neta	
						39 contingente			
44 indicaciones especiales documentos presentados certificado y autorizaciones				40 Documento de carga documentos precedente					
				41 Unidades suplementarias		42 precio de artículo		43 cos	
47 cálculos de los tributos				45 ajustes		46 valor estadístico			
clase		base imponible		tipo		importe MP		48 Aplazamiento de pago	
								49 identidad deposito	
								datos contables	
50 obligado principal		Nº		firma		Aduana de partida			
51 Aduanas de pago prevelegiadas y país		representada por		lugar y fecha					
52 garantía no válida para o control para la aduana de partida		plazo		cod		53 Aduana de destino país			
numeros		marcas		plazo		lugar y fecha			
						firma y nombre del representante			



**ANEXO 10: CONOCIMIENTO DE EMBARQUE**

CARRIER NAME				NON-NEGOTIABLE COPY				
SHIPPER			DOCUMENT NUMBER					
			EXPORT REFERECES					
CONSIGNEE			FOWARDING AGENTE REFERENCES					
			POINT AND CONTRY OF ORIGIN (FOR THE MERCAHNTIS REFERENCE ONLY) FL-FLORIDA					
NOTIFY PARTY			DOMESTIC ROUTING/EXPORT INSTRUCTIONS( FOR THE MERCHANTS REFERENCE ONLY)					
								PRECARRIE GE BY*
VESSEL/VOYAGE N°		PORT OF LOADING		FINAL DESTINATION FOR THE (MERCHANTIS REFERENCE ONLY)				
PORT OF DISCHARGE		PLACE OF DELIVERY						
<b>PARTICULARS FURNISHED BY THE MERCHANT</b>							PAGE 1	
Container N°, Seal N; Marks & No 's		N° of containers of packages		H **	Kind of Packages; Description of Goods	Gross Weight/cod e	Masurement/Cod e	
TOTAL NUMBERS OF CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS)								
ITEM NUMBER	WEIGHT	MEASUREMENT	CUR.	RATE	BASIS	PC	PREPAI D	COLLECT
LADEN ON BOARD THE VESSEL				Number of Origina Biill of Lading THREE	Place of bill of Lading/ ssue	prepaid at	payable at	
		DATE	BY	(TERMS OF BILL OF LADING CONTINUED FROM BACK HEREOF) In witness whereof, the undersigned, on behalf of of this tenor and date, one of which begin accomplish, the others to stand void.				
				<b>Dated</b>	<b>Month</b>	<b>Day</b>	<b>Year</b>	<b>B/L N°</b>
								<b>Declared Valued( U.S</b>
								<b>\$)</b> _____

## ANEXO 11: FACTURA COMERCIAL

Date / Fecha: ____ / ____ / ____		<b>COMMERCIAL INVOICE / Factura Comercial</b>			Page 1 of / de ____		
Company Name / Nombre de la compañía:				Invoice / Factura Comercial #:			
				Reference No. / No. Orden:			
				FedEx Express Air Waybill / Guía Aérea:			
<b>Ship From / Envío de</b>				<b>Ship To / Envío a</b>			
Name / Nombre:				Name / Nombre:			
Address / Dirección:				Address / Dirección:			
City, State, Zip / Ciudad, C. Postal:				City, State, Zip / Ciudad, C. Postal:			
Phone / Teléfono:		Fax:		Phone / Teléfono:		Fax:	
<b>Third Party Shipment / Envío a Tercera Persona</b>				<b>Check One / Seleccione uno:</b>			
Name / Nombre:				Country of Export / País de Exportación:			
Address / Dirección:				<input type="checkbox"/> CIF Country of Manufacture / País de Fabricación:			
City, State, Zip / Ciudad, C. Postal:				<input type="checkbox"/> FOB Country of Destination / País de Destino:			
Phone / Teléfono:				<input type="checkbox"/> C&F Currency / Moneda:			
<b>Package Information / Información del (los) Paquete(s)</b>							
Qty / Cantidad	Unit of Measure / Unidades	Type of Pkgs. / Tipo de Paquete	No. of pkgs / No. de Paquetes	Unit Value / Valor Unitario	Commodity Description / Descripción del Producto	Weight / Peso	Total Value / Valor Total
Total Number of Packages / Número total de Paquetes:				<b>Total</b>			

Signature of shipper/exporter / Firma del Remitente \_\_\_\_\_

Date / Fecha: \_\_\_\_\_

I declare all the information contained in this invoice to be true and correct /  
Yo declaro que la información aquí descrita es correcta y verás

ANEXO 12: LISTA DE EMPAQUE

LISTA DE EMPAQUE				
(1) No. Factura			de Fecha	
Cantidad (2)	Número (3)	Contenido de cada bulto (4)	Dimensiones de cada bulto (5)	Peso bruto de cada bulto (6)

- ☼ Método de Embalaje : (7)
- ☼ Marcas y números : (8)
- ☼ Número total de Bultos (9)
- ☼ Volumen total (10)
- ☼ Peso Neto Total (11)
- ☼ Peso Bruto Total (12)

### ANEXO 13: POLIZA DE SEGURO

#### POLIZA DE SEGURO DE CAUCION PARA GARANTIAS ADUANERAS



F. OM 1200/C

Nº DE POLIZA:	VENCIMIENTO:	Nº DE GARANTIA:
IMPORTADOR / EXPORTADOR:		Nº DE REGISTRO:
DOMICILIO:		CUIT:
COMPañIA DE SEGUROS:		Nº DE REGISTRO:
DOMICILIO:		CUIT:
PRODUCTOR:	MATRICULA:	CUIT:
GASTOS DE ADQUISICION:	GASTOS DE EXPLOTACION:	

## BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ACOPIDECHA. (s.f.). *Exportadora ACOPIDECHA de R.L.* Recuperado el 22 de 03 de 2015, de Exportadora ACOPIDECHA de R.L: <http://acopidecha.com/index.html>
- ❖ Alegría, F. Y. (2014). Programa de formación para ejecutivos de venta Federación Internacional. Santa Ana.
- ❖ Apaza, F. S. (s.f.). *biblioteca virtual*. Recuperado el 30 de 03 de 2015, de biblioteca virtual: <http://www.eumed.net/libros>
- ❖ Aristoteles. (1990). En *historia de los animales*. AKAL.
- ❖ Aválos, C. (25 de 03 de 2008). Miel es Joya de Cerén. *informacion de la empresa*. San Salvador, El Salvador.
- ❖ Barbagallo, J. C. (2005). *Comercialización I*.
- ❖ Caballero, P. y. (2010). *Comercio Internacional*. S.L.
- ❖ Cantos, M. (2012). *Introducción al Comercio Internacional*.
- ❖ Carlos González, A. R. (2010). *Apicultura en Mesoamerica*. Yucatan Mexico.
- ❖ Cerón, J. H. (2012). *Caterización de la cadena productiva de miel en El Salvador*. San Salvador, El Salvador.
- ❖ Cooperación Alemana GIZ, M. d. (2015). *Caja de Herramientas para MIPYMES*. Recuperado el 10 de 04 de

2015, de Caja de herramientas para MIPYMES:  
<http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientassue.com>

- ❖ Cooperación, I. I. (2015). *Instituto Interamericanode Cooperación*. Recuperado el 05 de 03 de 2015, de Instituto Interamericanode Cooperación:  
<http://www:iica.int>salvador.com>
- ❖ Doc. Jose Armando, D. M. (2008). Miel de abeja y su importancia. *usos de la miel*, 140-160.
- ❖ Edición, R. g. (2011). *Marketing Internacional*.
- ❖ Editores, L. N. (2008).
- ❖ Gobierno. (2007). *iv Censo agropecuario*. San Salvador, El Salvador.
- ❖ Gobierno. (2013). Ministerio de Agricultura y Ganaderia. *revista anual*.
- ❖ Gobierno. (s.f.). *CAUCA, Codigo Arancelario Uniforme Centroamericano*. Recuperado el 18 de 04 de 2015, de CAUCA, Codigo Arancelario Uniforme Centroamericano:  
<http://www.sieca.int/PortalData/Documentos>
- ❖ Gobierno. (s.f.). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Recuperado el 23 de 05 de 2015, de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <http://mag.gob.sv>
- ❖ Gobierno. (s.f.). *Ministerio de Economia*. Recuperado el 16 de 03 de 2015, de Ministerio de Economia:  
<http://www.minec.gob.sv/>
- ❖ Gómez, M. L. (2007). *Consultoria tributaria de una cooperativa dedicada a la exportacion*.

- ❖ Grande- Esteban, A. F. (2013). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*.
- ❖ Guimenez, P. F. (s.f.). *Antecedentes de la industria apicola*. Recuperado el 15 de 03 de 2008, de <http://www.mieldemalga.com/>
- ❖ InLog Logistics Solutions, L. (2015). *Solution InLog*. Recuperado el 20 de 03 de 2015, de Solution InLog: <http://www.logisticaytransporteinlog.com/>
- ❖ Internacional, C. d. (s.f.). *Trademap*. Recuperado el 28 de 03 de 2015, de Trademap: <http://www.trademap.org>
- ❖ Iraheta, A. (29 de 03 de 2006). *plan de mercadeo para cooperativas productoras de miel de abeja*. Antiguo Cuscatlan.
- ❖ LINE, M. (s.f.). *MAERKS LINE*. Recuperado el 23 de 04 de 2015, de MAERKS LINE: <http://www.maerskline.com/es-sv/>
- ❖ maps. (s.f.). *google,maps*. Recuperado el 24 de 03 de 2015, de google,maps: <http://www.google.maps.sv>
- ❖ Márquez, A. L. (2010). *Comercio Internacional 4 edición*.
- ❖ Méndez. (2004). *Marketing, comercializacion y orientaciona al mercado*.
- ❖ Miel, C. (s.f.). *Asociación Cooperativa de Apicultores de la Libertad*. Recuperado el 28 de 02 de 2015, de Asociación Cooperativa de Apicultores de la Libertad: <http://www.iica.int/Esp/regiones/central/salvador>

- ❖ *Mieles Joya de Cerén*. (s.f.). Recuperado el 17 de 04 de 2015, de Mieles Joya de Cerén: <http://www.mielesjoyadeceren.com/empresa.html>
- ❖ Molins, A. (s.f.). *Logística internacional*. Recuperado el 29 de 04 de 2015, de logística internacional: <http://marketingyestrategias.com/cartadeventas/>
- ❖ Natural, m. d. (s.f.). *Composición y propiedades de la miel*. Recuperado el 18 de 04 de 2015, de Composicion y propiedades de la miel: <http://www.inkanatural.com/es/>
- ❖ Philip Kotler, K. k. (2012). *Dirección de Marketing*.
- ❖ Quiminet.com. (s.f.). *tipos de incoterm*. Recuperado el 19 de 04 de 2015, de tipos de incoterm: <http://www.quiminet.com/>
- ❖ Salud, S. d. (s.f.). *Miel, salud y un poco de historia*. Recuperado el 29 de 04 de 2015, de Miel, salud y un poco de historia: <http://www.apicultura.entupc.com/>
- ❖ Salvador, B. C. (2015). *CIEX EL SALVADOR*. Recuperado el 20 de 04 de 2015, de CIEX El Salvador: <http://www.centrex.gob.sv>
- ❖ Salvador, D. G. (s.f.). *Arancel Electrónico DGA El Salvador*. Recuperado el 16 de 05 de 2015, de <http://appm.aduana.gob.sv/sacelectronico/>
- ❖ Salvador, E. (s.f.). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Recuperado el 17 de 03 de 2015, de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <http://www.mag.gob.sv/>
- ❖ Sampiere, F. B. (2005). *Metodología de la investigación*.



- ❖ Segundo, I. d. (2015). *Quiminet*. Recuperado el 25 de 04 de 2015, de Quiminet: <http://www.quiminet.com>
- ❖ Simón, M. A. (2010). *Business Pocket, Internacionalizacion*.
- ❖ Suministros, l. y. (s.f.). *Tipos de transportes y características*. Recuperado el 12 de 05 de 2015, de Tipos de transportesy características: <http://helid.digicollection.org/es/d/Js2912s/13.1.html>
- ❖ Trade, E. S. (2011). *El Salvador TRADE*. Recuperado el 20 de 03 de 2015, de El Salvador TRADE: <http://www.elsalvadortrade.com>
- ❖ Trade, E. S. (s.f.). *CIEX, El Salvador*. Recuperado el 27 de 06 de 2015, de CIEX,El Salvador: <https://www.centrex.gob.sv/>
- ❖ (2010). En N. Zepeda, *"Diseño de un plan estratégico de exportación dirigido a los empresarios que comercializan miel de abeja y sus derivados en la zona occidental de El Salvador"*.
- ❖ Zepeda, N. (2010). *Economía de la ciencia*. Tuero.
- ❖ Zepeda, N. y. (2010). *Economía y Ciencias*.
- ❖ Zepeda, N. y. (2010). *Economía y Ciencias*. Tuero.