

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



“ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES DE MERCADO GENERADAS POR EL TRATADO DE
LIBRE COMERCIO ENTRE CENTROAMÉRICA Y COREA DEL SUR”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

AYALA REYES, GLADIS ELIZABETH
DE PAZ PORTILLO, SANDRA GUADALUPE
SALGADO QUINTANILLA, LUISA TATIANA

DOCENTE DIRECTOR:

MSC. JULIO ALBERTO GARCIA HERNÁNDEZ

ASESORA METODOLÓGICA:

MMIC. MARIEL CONSUELO VIRGINIA AYALA HERNÁNDEZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADAS EN MERCADEO INTERNACIONAL

SEPTIEMBRE, 2020

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector	:	Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Secretario	:	Msc. Cristóbal Hernán Ríos Benítez
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas	:	Msc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez
Secretaria de la Facultad de Ciencias Económicas	:	Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
Director de la Escuela de Mercadeo Internacional	:	Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda
Coordinador General de Procesos de Graduación de la Facultad de Ciencias Económicas	:	Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda
Coordinador de Seminario de Graduación de la Escuela de Mercadeo Internacional	:	Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda
Docente Asesor	:	Msc. Julio Alberto García Hernández
Asesora Metodológica		MMIC. Mariel Consuelo Virginia Ayala Hernández Msc. Julio Alberto García Hernández
Jurado Examinador	:	Mae. José Emilio Rodríguez Serpas Licda. Marta Julia Martínez Borjas

AGRADECIMIENTOS

Principalmente doy gracias a Dios por permitirme terminar mis estudios, a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional, su paciencia, amor y confianza, a mis familiares y amistades que siempre se interesaron por mis avances académicos y profesionales, que además me alentaron para seguir adelante hasta llegar a la meta. Infinitas gracias a todos porque sin ustedes no hubiera sido posible lograrlo.

Gladis Ayala

Doy gracias a Dios por permitirme culminar mis estudios de manera satisfactoria, a mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han ayudado para llegar a este momento, a mi novio por su apoyo incondicional y comprensión en cada momento y animarme cuando todo parecía difícil. A mis amistades por sus palabras de aliento en cada situación.

Sandra De Paz

Agradezco principalmente a Dios y la Virgen que siempre iluminaron mi camino, a mis padres y hermanas que han dado todo el esfuerzo en mi educación con tanto esmero, dedicación y amor me formaron desde pequeña, a mi querido novio por la comprensión, tiempo y apoyo brindado, a mis amigos que siempre tuvieron una palabra de aliento en mis peores fases y también las mejores anécdotas de felicidad a lo largo de la carrera.

Luisa Salgado

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de investigación que a continuación se presenta, analiza las oportunidades de mercado generadas por el tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur, es decir como la entrada en vigencia de dicho acuerdo beneficia a las exportaciones salvadoreñas con el fin de lograr un crecimiento económico que permita a los empresarios posicionarse en el país asiático.

El documento consta de tres capítulos en los cuales se explica desde las generalidades de los acuerdos comerciales y todo lo que implica realizarlo, así como la metodología empleada para la recolección de información y presentación de los resultados, además de una propuesta para aprovechar las oportunidades de mercado que se generan con el acuerdo.

El capítulo I muestra las generalidades de la investigación, identifica la problemática y los antecedentes de los acuerdos comerciales en El Salvador, así como las hipótesis que se pretenden probar y un marco teórico que proporciona conceptos, y marco legal para comprender mejor el tema.

Por otra parte, el capítulo II se enfoca en la metodología empleada para la recolección de información, es decir técnicas e instrumentos que permitirán dar respuesta a la problemática identificada.

El capítulo III comprende los resultados de la investigación, su análisis e interpretación según la información recolectada, así mismo una propuesta para que los exportadores salvadoreños puedan aprovechar las oportunidades de mercado generadas por el acuerdo comercial entre Centroamérica y Corea del Sur.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO 1: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción del problema	1
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Enunciado del problema	5
2. ANTECEDENTES	5
3. JUSTIFICACIÓN	10
3.1. Limitantes o viabilidad del estudio	10
3.2. Alcance del estudio	13
4. OBJETIVOS	14
4.1. Objetivo general	14
4.2. Objetivos específicos	14
5. HIPÓTESIS	15
5.1. Hipótesis general	15
5.2. Hipótesis específicas	15
5.3. Operacionalización de las hipótesis	16

6. MARCO TEÓRICO	20
6.1. Histórico	20
6.2. Conceptual	28
6.3. Normativo	43
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	
7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	47
7.1. Método de investigación	47
7.2. Tipo de investigación	47
7.3. Diseño de investigación	48
7.4. Enfoque de investigación	49
7.5. Fuentes de investigación	49
7.5.1. Primaria.	49
7.5.2. Secundaria.	50
7.6. Técnicas e instrumentos de investigación	50
7.6.1. Cuantitativa.	51
7.6.2. Cualitativa.	52
7.7. Diseño de instrumento de investigación	53
7.7.1. Cuantitativa.	54
7.7.2. Cualitativa.	59
8. UNIDADES DE ANÁLISIS	61
8.1. Determinación de unidad de análisis	61

8.2. Sujetos de investigación	62
9. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA	63
9.1. Cálculo muestral	63
9.1.1. Enfoque cuantitativo.	63
9.1.2. Enfoque cualitativo.	64
9.2. Tipo de muestreo	64
9.3. Fórmula a utilizar	65
9.4. Justificación de los valores de la fórmula aplicada	65
CAPÍTULO 3: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	
10. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	67
10.1. Encuesta	67
10.1.1. Generalidades.	67
10.1.2. Preguntas	69
10.1.3. Análisis global	90
10.2. Entrevistas	91
10.2.1. Guía de preguntas entrevistas	91
10.2.2. Análisis global	97
11. PLAN DE SOLUCIÓN	98
1.1. Objetivos de la propuesta.	98
1.1.1. Objetivo general.	98
1.1.2. Objetivos específicos.	98
11.2. Importancia de la propuesta.	99

11.2.1. Importancia para los exportadores.	99
11.2.2. Importancia para la sociedad	100
11.3. Análisis del entorno de los exportadores salvadoreños	100
11.4. Análisis FODA	102
11.5. Resumen del TLC entre Corea del Sur y Centroamérica	103
11.6. Acceso de mercancía salvadoreña al mercado surcoreano.	104
11.7. Procedimientos aduaneros y facilitación del comercio	107
11.8. Obstáculos técnicos al comercio	108
11.9. Difusión de los Tratados de Libre Comercio	110
11.10. Requisitos para inscribirse como exportador persona natural	113
11.11. Requisitos para inscribirse como exportador persona jurídica	114
11.12. Trámites aduaneros para la exportación a Corea del Sur	115
11.13. Regímenes arancelarios	118
11.14. Cómo se transporta la mercancía hacia Corea del Sur	120
12. CONCLUSIONES	123
13. RECOMENDACIONES	125
14. GLOSARIO	126
15. REFERENCIAS	130
16. ANEXOS	133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de hipótesis general.	16
Tabla 2. Operacionalización de hipótesis específica 1	17
Tabla 3. Operacionalización de hipótesis específica 2	18
Tabla 4. Operacionalización de hipótesis específica 3	19
Tabla 5. Directorio de exportadores salvadoreños de PROESA	138

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Línea de tiempo del proceso de negociación del TLC.	26
<i>Figura 2.</i> Análisis FODA del TLC entre Corea del Sur y Centroamérica.	102
<i>Figura 3.</i> Resumen del TLC entre Corea del Sur y Centroamérica	103
<i>Figura 4.</i> Productos salvadoreños con categoría “A”	105
<i>Figura 5.</i> Productos salvadoreños con categoría “B”	106
<i>Figura 6.</i> Productos salvadoreños con categoría “C” y “D”	107
<i>Figura 7.</i> Procedimientos aduaneros.	108
<i>Figura 8.</i> Obstáculos técnicos al comercio	109
<i>Figura 9.</i> Alternativas para difundir información sobre el comercio exterior.	112
<i>Figura 10.</i> Requisitos de inscripción como exportador.	113
<i>Figura 11.</i> Requisitos de inscripción como exportador persona jurídica.	114
<i>Figura 12.</i> Exportaciones anuales totales hacia Corea del Sur.	133
<i>Figura 13.</i> Exportaciones totales de los principales 10 productos hacia Corea del Sur.	134
<i>Figura 14.</i> Mapa geográfico de Corea del Sur	146

INTRODUCCIÓN

El comercio internacional, cada día está en constante movimiento y evolución, hacer alianzas que logran expandir los mercados nacionales cada vez se vuelve una necesidad, logrando con ello dinamizar la economía de los países menos desarrollados. Un mecanismo para alcanzar dicho objetivo son los tratados de libre comercio que permiten intercambio de bienes y servicios entre naciones.

El proceso de negociación de un acuerdo comercial requiere de tiempo y dedicación puesto que se deben analizar todos los aspectos que contendrá, así como las diversas reuniones con los representantes de los países interesados, con el fin de que todos lleguen a un consenso para incluir elementos que beneficien a cada una de las partes involucradas. Uno de los últimos tratados en ratificarse en El Salvador, es el firmado por Corea del Sur y Centroamérica. Este es el primer país asiático en firmar un acuerdo comercial con cinco naciones centroamericanas, esto marca el camino para que las compañías surcoreanas expandan su presencia en este mercado por delante de sus rivales chinos y japoneses.

Con este tratado comercial se pretende eliminar los gravámenes de más del 95 % de bienes y abrir además los mercados de servicios e inversión, que los cinco países de la región centroamericana obtenga acceso preferencial para sus productos agrícolas, marinos o textiles. Asimismo, se prevé que reciban un importante flujo de oferta de bienes tecnológicos y del sector automotriz del país asiático que beneficiará en gran medida al mercado centroamericano y permitirá que sus economías se abran a uno más importante en términos económicos como es el caso del surcoreano.

Al analizar las oportunidades de mercado generadas por el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur, se pretende identificar cuáles son aquellos productos que poseen las características para ingresar en el mercado surcoreano a corto, mediano y largo plazo y que ventajas poseen ante los demás bienes de la región centroamericana, además si este convenio influirá de manera positiva en los sectores productivos aumentando las exportaciones, mejorando los lazos de amistad y comercial entre ambas naciones a la vez que se logra un crecimiento progresivo en la economía salvadoreña.

La investigación está orientada a la creación de un informe estadístico infográfico de productos salvadoreños con potencial exportador hacia Corea del Sur. La información que se recopiló para la elaboración del informe fue obtenida mediante cuestionarios a exportadores salvadoreños de diversos rubros, así como entrevista a personas con conocimiento de comercio exterior, todos los resultados presentados servirán para la toma de decisiones de los exportadores y conocimiento del público en general.

CAPÍTULO 1: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

El Salvador es un país que busca convenios comerciales con otros países con el fin de incursionar en el mercado internacional y una de las alternativas más comunes son los acuerdos de alcance parcial, los tratados de libre comercio y los acuerdos de asociación.

La investigación buscó identificar aquellos productos con potencial exportador hacia Corea del Sur, aprovechando el acuerdo recientemente ratificado entre dicha economía y los países centroamericanos, es importante destacar que el tratado es de aplicación bilateral, es decir que las disposiciones no aplican entre los países centroamericanos.

La negociación entre Centroamérica y Corea del Sur tomó impulso a partir de la reunión del entonces ministro de economía, con el embajador surcoreano ante la Organización Mundial del Comercio en septiembre de 2014. El lanzamiento oficial de las negociaciones fue celebrado en la ciudad de Houston, Texas el 18 de junio de 2015 bajo una rigurosa y ambiciosa hoja de ruta con el objetivo de concluir las negociaciones en el período de un año, y posteriormente se desarrolló en 7 rondas. (Ministerio de Economía, 2018).

Finalmente, el cierre de las negociaciones se celebró el 16 de noviembre de 2016 en la Ciudad de Managua, Nicaragua y la conclusión de la revisión legal y rúbrica de los textos fue el 10 de marzo de 2017. El Tratado fue suscrito el 21 de febrero de 2018 y El Salvador ratificó el Tratado el 21 de junio de 2018.

Corea del Sur se encuentra entre los principales socios comerciales de El Salvador en el continente asiático junto a Taiwán y Japón hasta el 2018. Además, es la novena economía más importadora del mundo, concentra cerca del 2.7% de las importaciones a nivel global, importando más de dos tercios de los alimentos y productos agrícolas que necesita. (Ministerio de Economía, 2018).

Esta economía tiene varios socios comerciales en común con El Salvador entre ellos figuran: Estados Unidos, Unión Europea, México, Chile, Colombia, Taiwán (hasta el 2018) y Ecuador. De esta manera la relación comercial de El Salvador con Corea del Sur es considerada de beneficios mutuos siendo este uno de los principales proveedores del país en bienes terminados, y en insumos para la industria nacional, también se exportan productos como el café y el azúcar que son sectores importantes según el Ministerio de Economía. La intención de llevar a cabo la firma de este tratado de libre comercio, es para fortalecer los vínculos de amistad y la cooperación entre los pueblos, ampliar el mercado y hacerlo bajo reglas que sean justas para las mercancías y servicios producidos en sus territorios.

Dentro de los apartados de dicho tratado se encuentra negociado mejorar la competitividad de las empresas, es decir abrir nuevos mercados para impulsar las exportaciones bajo condiciones justas que permitan su crecimiento económico y tecnológico, a su vez existe la expectativa de la generación de más fuentes de empleo tecnificadas, dentro del largo plazo el mejoramiento de las condiciones de vida de cada uno de los pueblos involucrados.

Aunque existen instituciones como PROESA¹, COEXPORT², MINEC³, SICEX⁴ que proporcionan información al público sobre temas de comercio exterior, los estudios disponibles para el público referentes a los productos y contingencias negociadas dentro del TLC entre Corea del Sur y Centroamérica eran escasos y en su mayoría se manejaban a nivel institucional, pero con la entrada en vigencia del TLC⁵ se pretende crear conciencia en los beneficios del acuerdo y en los sectores que son más competitivos desde su entrada en vigencia a partir del 1 de enero del 2020. El desarrollo de esta investigación es una contribución para los empresarios salvadoreños al facilitar información que permita que evalúen la posibilidad de explorar el mercado surcoreano, aprovechando los niveles de desgravación arancelaria negociados, como también aquellos productos que poseen acceso inmediato hacia dicho mercado.

Antes de la firma de este TLC ambos países poseían relaciones comerciales según datos del BCR⁶, en la última década el comercio ha sido muy fluctuante aunque el año que mayor relevancia tuvo fue el 2014 con 41.1 millones en las exportaciones anuales hacia el país asiático, pero en el año 2015 al 2016 tuvieron una caída importante, exportándose solo 10 millones de dólares siendo la cantidad más baja en los últimos 10 años, en el 2017 se incrementaron a 13.2 millones, pero en el año 2018 solo se registraron exportaciones por 12.5 millones, dichas cifras

¹Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, es una institución gubernamental cuya misión es promover las exportaciones, la inversión y los socios público-privados con el fin de contribuir al crecimiento económico del país.

²Corporación de Exportadores de El Salvador, es una gremial privada y sin fines de lucro que ofrece apoyo a todas las empresas del país, en el fomento y la promoción de las exportaciones de bienes y servicios.

³ Ministerio de Economía de El Salvador, es la entidad gubernamental encargada de la gestión y el desarrollo de la economía en el país.

⁴Sistema Integrado de Comercio Exterior, es un sistema basado en el concepto de gobierno electrónico que interconecta a los exportadores, instituciones del Estado vinculadas al comercio exterior y al Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones.

⁵ Tratado de Libre Comercio, es un convenio que no deben tomar en cuenta reglas igualitarias para que beneficien a un estado.

⁶Banco Central de Reserva de Salvador, es la entidad bancaria central de la República, definido según su Ley Orgánica como una institución pública de crédito de carácter autónomo.

pueden significar que todavía se desconoce el potencial de los productos salvadoreños en el mercado surcoreano, sin embargo dichas estadísticas muestran que si existe aceptación de los productos y materias salvadoreñas en dicho país (Ver anexo 1)

Las expectativas que este tratado supone son altas en el sentido que el país asiático ha cedido la entrada de muchos productos salvadoreños de manera inmediata dentro de los que se identifican los medicamentos, el azúcar, el café oro y las boquitas insufladas de maíz. Además El Salvador ha tomado en consideración la protección de sus industrias más sensibles para no afectar a los productores nacionales, entre los cuales se encuentran los productos textiles y confección, hierro y acero y productos lácteos, según el capítulo 2 del tratado.

1.2. Formulación del problema

- ✓ ¿La firma del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur representará oportunidades de mercado para los productos salvadoreños?
- ✓ ¿El TLC posee suficientes oportunidades para que los productos salvadoreños sean exportados al mercado surcoreano?
- ✓ ¿Existe una relación entre el conocimiento de las oportunidades de mercado que ofrece el TLC y el incremento de las exportaciones salvadoreñas?
- ✓ ¿Existen productos salvadoreños con potencial exportador hacia Corea del Sur?
- ✓ ¿Los exportadores salvadoreños cuentan con la capacidad productiva para cubrir la demanda nacional e internacional?

1.3. Enunciado del problema

¿El incremento de las exportaciones salvadoreñas hacia Corea del Sur está relacionado con las oportunidades de mercado que representa el tratado de libre comercio entre Centroamérica y dicho país?

2. ANTECEDENTES

El comercio internacional moderno (siglo XVI), comenzó a adquirir relevancia a partir de la consolidación de los imperios coloniales europeos, la riqueza de un país se medía en función de la cantidad de metales preciosos que tuviera, sobre todo oro y plata. El objetivo de un imperio era conseguir la mayor riqueza al menor costo posible, el comercio internacional era conocido como mercantilismo, y predominó durante los siglos XVI y XVII. Es así como surge la autosuficiencia local, este principio consistía en lograr la máxima potencia política y económica de cada país; a esta le sucede el principio de la interdependencia mundial, donde el comercio es visto con funciones de cooperación internacional. En la etapa mercantilista, se prefería exportar al máximo e importar el mínimo, se buscaba adquirir metales preciosos por medio del intercambio externo (Rodríguez, 2012).

Después surgió una época librecambista, donde se reconoció que era tan conveniente la exportación como la importación. Se pensaba que era mejor comprar barato que fabricar caro, y se empieza a identificar que se deben buscar mercados donde compren caro y mercados que vendan barato para tener un mayor beneficio. El comercio internacional empezó a mostrar las características que actualmente se conocen, sobre todo con la aparición de los Estados-naciones en los siglos XVII y XVIII. En esta época los gobernantes descubrieron que si fomentaban esta actividad podían aumentar la riqueza y el poder de su país. En este período aparecieron nuevas

teorías económicas relacionadas con el comercio internacional, como los fisiócratas, los clásicos, keynesianos, entre otras (Rodríguez, 2012)

Es de gran importancia mencionar que la primera teoría de comercio internacional data del siglo XIX, en el que el economista clásico Adam Smith (1776), explicaba que la causa del comercio internacional es el beneficio que obtienen los países al intercambiar bienes en cuya producción cuentan con ventaja absoluta. Dicho lo anterior, el comercio internacional comprende la actividad económica en la que se da el intercambio de bienes y de servicios a través de diferentes países y mercados.

Los tratados de libre comercio, mejor conocidos con sus siglas (TLC) nacen con la ciencia económica a fines del siglo XVIII, pero que solo ha existido, en forma parcial y limitada, en el último tercio del siglo XIX y hasta la I Guerra Mundial. El nacimiento del GATT que corresponde a General Agreement on Tariffs and Trade (en español, conocido como Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles). Se trata de un convenio que fue ideado en el marco de la Conferencia de La Habana que se llevó a cabo en el año 1947, y que fue firmado un año después por 23 países, con el objetivo de fijar un conjunto de pautas de alcance comercial y concesiones arancelarias, todo esto obedece a la necesidad de las grandes potencias comerciales de la época de liberalizar el comercio.

Como el Banco Mundial, el GATT es otra de las iniciativas que se impulsaron al término de la Segunda Guerra Mundial con el propósito de regular la economía global. Según los expertos, se trata del precursor de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

La primera versión de este acuerdo es conocida como GATT 1947. En las décadas del '50 y del '60, los economistas llegaron a la conclusión de que el GATT contribuyó al crecimiento mundial gracias a las continuas reducciones de aranceles. Sin embargo, en las dos décadas

siguientes ('70 y '80), el convenio sufrió una crisis, ante la mayor competencia, Europa y Estados Unidos fijaron altas tasas de interés y se volcaron hacia el proteccionismo. De todas formas, es importante destacar que el GATT y la OMC no son lo mismo. El GATT consiste en un sistema de reglas establecidas entre las naciones que forman parte de él, mientras que la OMC está valorado como una entidad de alcance internacional que se encarga, además de regular el comercio de todo el mundo, de regular otros aspectos relacionados con los servicios y los derechos de la propiedad intelectual a nivel internacional.

En 1994, el GATT fue actualizado y se creó la OMC. Las 75 naciones que en torno al GATT y la Comunidad Europea (CE) fueron los integrantes que fundaron esta organización, que nació el 1 de enero de 1995. La creación del GATT tenía unos objetivos claros: elevar el nivel de bienestar en todo el mundo, controlar que se optimizaran y aprovecharan adecuadamente los recursos productivos y liberar el comercio internacional.

Entre alguna de sus políticas están la de prohibir las restricciones cuantitativas y aquellas formas de subvención a la exportación como el dumping o las rebajas arancelarias. Además, obliga a los Estados miembro a mantener sus acuerdos y cumplir con los pactos internacionales en lo referente a política económica.

La OMC tiene su sede en Ginebra y se rige por un órgano llamado Asamblea, que cuenta con un Consejo de Representantes quienes son los encargados de resolver cuestiones urgentes relacionadas al comercio.

En la actualidad, todos los países dependen del comercio internacional tanto para su desarrollo económico como para adquirir bienes que no pueden producir, pues sus recursos son limitados y el costo de estos se eleva; es por ello que no hay una sola nación que pueda considerarse autosuficiente así misma y que no necesite del apoyo de los demás países, aun las

naciones más ricas necesitan recursos de los que carecen y por medio de las negociaciones y acuerdos comerciales logran adquirir o proveerse de materias primas y otro tipo de bienes cuya dotación factorial no les permite producir.

El ingreso de productos extranjeros a un país y la salida de sus propios productos a otros países, constituyen el comercio internacional. Las exportaciones se vuelven necesarias para compensar la figura de las importaciones y así equilibrar la balanza comercial. Cuando el comercio internacional surge, se originan los mercados mundiales y genera que exista una vinculación comercial dependiente entre los países en cuanto a formas y fuentes de producir.

Algunas de las principales exportaciones de Corea del Sur son circuitos integrados (\$104 miles de millones), coches (\$40,1 miles de millones), refinado de petróleo (\$32,6 miles de millones), de pasajeros y buques de carga (\$24,4 miles de millones) y piezas-repuestos (\$19,1 miles de millones). Sus principales importaciones son petróleo crudo (\$56 miles de millones), circuitos integrados (\$38,6 miles de millones), gas de petróleo (\$17,3 miles de millones) (Observatorio de Complejidad Económica, 2019)

El Salvador cerró el año 2018 con exportaciones por US\$5,904.5 millones, US\$144.5 millones más de lo exportado en 2017, con un crecimiento anual de 2.5%. La industria manufacturera, que incluye bienes maquilados, alcanzó exportaciones de US\$5,727.4 millones al cierre de 2018, con una participación del 97% del total exportado y un crecimiento de 2.8%. lo que indica que es un sector con potencial exportador. (Banco Central de Reserva, 2019)

El total exportado por la maquila ascendió a US\$1,261.8 millones, creciendo US\$157.8 millones (14.3% más). La maquila de productos plásticos y otros productos aportaron US\$88.1 millones más durante el período. Las principales ramas de exportación de este sector fueron las prendas y complementos de vestir de punto y no punto con US\$825.3 millones, seguida de los

chips electrónicos con US\$215.9 millones, que juntos equivalen al 82.5% del total del sector; el 17.5% restante está conformado por textiles, productos plásticos y otros productos. (Banco Central de Reserva, 2019)

El sector de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca vendió al resto del mundo US\$170.1 millones, con una reducción de US\$5.8 millones, principalmente por la baja en las ventas de plantas con las que se preparan bebidas (café) con US\$7.7 millones menos, y la rama de propagación de plantas, que disminuyó en US\$3.1 millones. Entre las actividades de esta sección con crecimientos positivos se tienen: cultivos de hortalizas y melones, raíces y tubérculos, plantas de fibra, cítricos, cereales (excepto arroz), legumbres y semillas oleaginosas, y otros frutos y nueces de árboles y arbustos; cría de aves de corral y de otros animales; recolección de frutos forestales sin madera; pesca marítima y extracción de piedra, arena y arcilla; las ramas antes mencionadas acumularon US\$36.3 millones de exportaciones y aportaron US\$6.2 millones adicionales al sector. (Banco Central de Reserva, 2019)

Los cinco principales socios comerciales de El Salvador durante el año 2018 fueron: Estados Unidos con US\$2,602.2 millones, seguido de Honduras (US\$905.7 millones), Guatemala (US\$847.1 millones), Nicaragua (US\$405.9 millones) y de Costa Rica con US\$259.2 millones; ese grupo de países demandó el 85% del total exportado, es decir US\$5,020.1 millones. Las exportaciones hacia Estados Unidos aumentaron 1.5%, mientras las que se destinan a la región centroamericana, 5.7%. (Banco Central de Reserva, 2019)

Los cinco principales productos exportados fueron: t-shirts y camisetas de punto con ventas a otros países de US\$798 millones; seguido de los suéteres (jersey), "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares con US\$372 millones; calzas, panty-medias, leotardos, medias, calcetines y demás artículos de calcetería, incluso de compresión progresiva (por ejemplo, medias para várices) con US\$241.1 millones; condensadores eléctricos fijos, variables o ajustables con US\$215.9 millones y los artículos para el transporte o envasado, de plástico;

tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico. Estos cinco grupos de bienes representan el 31% del total exportado en el 2018. (Banco Central de Reserva, 2019). Estos datos indican que, para lograr una equidad en ambas figuras, se deben de fortalecer estrategias de exportación para un máximo aprovechamiento de dichos tratados.

Después de una breve descripción económica de ambos países se puede observar que El Salvador debe explotar sus recursos para posicionarse en el mercado de Corea del Sur, pero todo este proceso debe de ser paulatinamente para que a futuro obtenga los resultados esperados y esto lo logrará solo cuando se comience a profundizar en dicho tratado y se realice un estudio que permita dar las pautas donde se puedan alcanzar los beneficios acordados.

3. JUSTIFICACIÓN

3.1. Limitantes o viabilidad del estudio

a) Novedad

La necesidad que impulsó el desarrollo de la investigación fue la carencia de un análisis que mostrara los productos con potencial exportador hacia el mercado de Corea del Sur, por otra parte, no se manejaba información específica sobre los aspectos negociados en el tratado que benefician a El Salvador.

El TLC entre Centroamérica y Corea del Sur es el más reciente negociado por El Salvador y se desconocían las oportunidades que la firma de este acuerdo representa para los empresarios

salvadoreños. Este informe permite identificar que productos se encuentran beneficiados con las desgravaciones arancelarias para su exportación al país asiático dentro del marco del tratado.

Corea del Sur es la quinta economía de exportación más grande del mundo y la novena en importaciones mundiales. Poseer relaciones comerciales con este país asiático permite el acceso de los productos salvadoreños a un mercado que está creciendo rápidamente. (Observatorio de Complejidad Económica, 2018)

El Salvador en la última década ha exportado diferentes productos hacia Corea del Sur según datos estadísticos del Banco Central de Reserva (BCR), entre ellos café, azúcar, desperdicios y desechos, papel o cartón para reciclar, productos textiles y de confección entre otros. Con el TLC se espera que los productos tengan un acceso más fácil al mercado de este país asiático.

Como resultado de la investigación se presenta un informe estadístico infográfico que muestra de manera puntual los productos con potencial exportador hacia Corea del Sur, que puede incentivar a los empresarios salvadoreños a explorar este mercado y a la vez realizar negociaciones favorables respaldándose en el acuerdo comercial.

b) Utilidad social

Se desarrolló un análisis de las oportunidades de mercado para productos con potencial exportador hacia Corea del Sur, con el fin de promover las actividades de comercio exterior que incrementen la producción nacional bajo la firma de acuerdos comerciales para activar la economía del país.

Es importante y necesario, orientar y apoyar al empresario salvadoreño para que pueda optar por llevar a cabo exportaciones a nuevos mercados que en efecto son poco explorados; y que a través del aprovechamiento de oportunidades de recursos como los TLC con economías de relevancia comercial internacional se logre el crecimiento económico y empresarial salvadoreño.

c) Factibilidad

Algunas de las ventajas para realizar la investigación fue el acceso a obtener información en instituciones nacionales como PROESA, la Embajada de Corea del Sur, Ministerio de Economía entre otras, a través de entrevistas y encuestas que permitieron recolección de datos sobre la realidad comercial del país y las expectativas económicas con la entrada en vigencia del tratado.

Se tuvo acceso al documento oficial de dicho tratado así también de documentos explicativos acerca del mismo, y al marco legal del comercio nacional e internacional, como lo son el Código de Comercio, el Sistema Armonizado aceptado internacionalmente de la Organización Mundial de Aduanas, el SAC⁷, entre otros.

Se contó con los recursos económicos y se dispuso de tiempo necesario para desarrollar la investigación teórica y de campo, a través de visitas a exportadores e instituciones dedicadas al comercio exterior que se encuentran en los departamentos de San Salvador y La Libertad.

⁷Sistema Arancelario Centroamericano (SAC), Nomenclatura arancelaria, basada en el Sistema Armonizado de Clasificación y Codificación de Mercancías (S.A.) Consta de 8 dígitos, de los cuales los seis primeros corresponden al Sistema Armonizado y los últimos dos son aperturas regionales.

3.2. Alcance del estudio

La investigación se realizó sobre el análisis de oportunidades de mercado generadas por la firma del tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur, es decir se pretende que los empresarios salvadoreños cuenten con información acerca de los productos y servicios que pueden exportarse con mayor facilidad hacia el país asiático, valiéndose del acuerdo comercial para ingresar con aranceles preferenciales.

Con el acceso a la información de los productos con potencial exportador hacia este mercado, se espera contribuir a la motivación de los empresarios salvadoreños a optar por actividades de exportación y con ello al incremento de las mismas, con el fin de fortalecer la competitividad empresarial y dinamizar la economía salvadoreña a través de la identificación de las oportunidades que ofrece el comercio entre ambas naciones.

Esto permite que los empresarios salvadoreños cuenten con herramientas que faciliten información acerca de productos con mayor potencial exportador y que son más convenientes porque tienen posibilidades competitivas para entrar en el mercado surcoreano.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo general

- ✓ Analizar las oportunidades de mercado que se generan con el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur para incrementar las exportaciones salvadoreñas, mediante un estudio a exportadores de los departamentos de San Salvador y la Libertad.

4.2. Objetivos específicos

- ✓ Determinar los productos salvadoreños con potencial exportador amparados en el tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur, para que los exportadores interesados tengan opción para su comercialización.
- ✓ Identificar las principales oportunidades de mercado que ofrece el tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur para su consideración al momento de exportar.
- ✓ Elaborar un informe estadístico infográfico que sirva de apoyo y consulta a los empresarios salvadoreños para exportar hacia Corea del Sur de manera más eficiente.

5. HIPÓTESIS

5.1. Hipótesis general

- ✓ Las oportunidades de mercado que ofrece el tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur permitirá que se incrementen las exportaciones salvadoreñas.

5.2. Hipótesis específicas

- ✓ Los productos salvadoreños generarán potencial exportador hacia Corea del Sur.
- ✓ Las oportunidades de mercado del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del sur permitirán evaluar que productos salvadoreños son más competitivos para exportar hacia Corea del Sur.
- ✓ Un informe estadístico infográfico ayudará a los empresarios salvadoreños a exportar de manera más eficiente hacia dicho país.

5.3. Operacionalización de las hipótesis

Tabla 1. Operacionalización de hipótesis general

OPERACIONALIZACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL

Objetivo General

Analizar las oportunidades de mercado que se generan con el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur para incrementar las exportaciones salvadoreñas.

Hipótesis General

Las oportunidades de mercado que ofrece el tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur permitirán que se incrementen las exportaciones salvadoreñas.

Variable Independiente

Variable dependiente

Oportunidades de mercado

Exportaciones

Dimensión

Indicadores

Valor de Exportaciones

- Cantidad de exportaciones en dólares

Cantidad de exportaciones en kilogramos

Fuente: Construcción propia

Tabla 2. Operacionalización de hipótesis específica 1

OPERACIONALIZACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
Objetivo Específico

Determinar los productos salvadoreños con potencial exportador amparados en el tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur

Hipótesis Específica

Los productos salvadoreños generarán potencial exportador hacia Corea del Sur.

Variable Independiente
Variable dependiente

 Productos salvadoreños

 Potencial exportador

Dimensión

Producción

Indicadores

- Materia Prima
 - Calidad de productos
-

Fuente: Construcción propia

Tabla 3. Operacionalización de hipótesis específica 2

OPERACIONALIZACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

Objetivo Específico

Identificar las principales oportunidades de mercado que ofrece el tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur para su consideración al momento de exportar

Hipótesis Específica

Las oportunidades de mercado del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del sur permitirán evaluar que conviene exportar.

Variable Independiente
Variable dependiente

Interés exportador

Oportunidades de mercado

Dimensión

Comercio Bilateral

Indicadores

- Balanza Comercial
 - Datos estadísticos de comercio internacional
 - Tratados de Libre Comercio con otras economías
-

Fuente: Construcción propia.

Tabla 4. Operacionalización de hipótesis específica 3

OPERACIONALIZACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
Objetivo Específico

Elaborar un informe estadístico infográfico que sirva de apoyo y consulta a los empresarios salvadoreños para exportar a Corea del Sur de manera más eficiente

Hipótesis Específica

Un informe estadístico infográfico ayudará a los empresarios salvadoreños a exportar de manera más eficiente hacia dicho país.

Variable Independiente
Variable dependiente

 Inversión surcoreana

 Empresas inversoras

Dimensión

Empresas Inversoras

Indicadores

- Número de empresas surcoreanas que invierten en El Salvador
 - Empresas salvadoreñas con presencia en Corea del Sur
-

Fuente: Construcción propia.

6. MARCO TEÓRICO

6.1. Histórico

La actividad comercial ha estado vinculada a la actividad humana en virtud de suplir sus necesidades básicas, es por ello que dentro de la historia se puede constatar que el comercio ha sido muy importante para el desarrollo de los países, logrando indagar sobre la evolución que ha tenido para entender cómo se encuentra la configuración actual del comercio internacional.

Es importante mencionar que a quienes se les atribuye como los precursores del comercio internacional son los fenicios⁸, ellos iniciaron el traslado de sus excedentes a través de embarcaciones por el mar Mediterráneo. Al pasar de los siglos, se fueron desarrollando nuevas rutas marítimas y comerciales como la vía terrestre, esto generó un incremento en la actividad y permitió una comunicación intercontinental.

En los últimos cinco años, El Salvador ha impulsado una política de apertura comercial⁹, con el propósito de lograr una mayor inserción de sus productos y servicios en los mercados de sus principales socios comerciales. Como parte de dicha política, El Salvador ha profundizado sus relaciones comerciales mediante la suscripción de nueve acuerdos comerciales con países como

⁸Los fenicios fueron un pueblo marino que dominó el Mediterráneo por unos mil años, desde el 1400 a. C. Diestros en la navegación y la vela, los fenicios establecieron asentamientos comerciales a lo largo de las costas del Líbano y el norte de África. Comerciabán cobre, estaño, plata, aceite de oliva, vino, vidrio, marfil y otras mercancías valiosas desde el extremo oriental del Mediterráneo hasta las costas occidentales de lo que hoy son España y Francia.

⁹Se denomina apertura comercial a la capacidad de un país de transar bienes y servicios con el resto del mundo. La apertura comercial depende mucho del nivel de las llamadas barreras arancelarias y para-arancelarias establecidas por el país.

México, Estados Unidos, Chile, Colombia, el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea y su último acuerdo comercial con Corea del Sur.

Con la vigencia de dichos acuerdos comerciales¹⁰ se ha contribuido a mejorar el clima de negocios, a promover la inversión productiva nacional y extranjera, así como a mejorar el acceso de los productos salvadoreños a los mercados internacionales.

Alrededor del 94% de las exportaciones totales de El Salvador están dirigidas hacia países con los cuales se cuenta con acuerdos comerciales, mientras que el 75% de las importaciones totales de nuestro país también provienen de los países con dichos acuerdos. Por otra parte, el 86% de las inversiones extranjeras directas proceden de países con los cuales hemos suscrito acuerdos comerciales.

A continuación, se presenta un breve resumen de todos los Tratados y Acuerdos que ha suscrito El Salvador hasta la fecha.

✓ República Dominicana

El TLC con República Dominicana entró en vigencia el 4 de octubre de 2001. En el año 2004, se completó el programa de desgravación arancelaria, y todos los productos gozan de cero aranceles, excepto aquellos que están excluidos (0.8% del universo arancelario). Dentro de los excluidos se encuentran productos agropecuarios como los lácteos, arroz y productos avícolas.

¹⁰ Un acuerdo comercial es un convenio bilateral o multilateral entre estados, que busca conformar los intereses de cada una de las partes y aumentar el intercambio comercial, entre otros objetivos.

Entre los principales productos de exportación se encuentran: néctares, láminas impresas, productos de plástico, esbozos para bebidas, bebidas de frutas, medicamentos, dulces, boquitas saladas (snacks), galletas, escobas plásticas, papel higiénico, entre otros.

✓ Chile

El TLC con Chile entró en vigencia el 1 de junio de 2002. La totalidad de productos salvadoreños incluidos en el programa de desgravación quedó libre de arancel para ingresar a Chile en el año 2011; mientras que la totalidad de productos chilenos quedaron libres para ingresar a El Salvador en el año 2017. Únicamente el 4% del universo arancelario se encuentra excluido del TLC, como, por ejemplo, productos lácteos, frijoles, aguacates, aceite de oliva, embutidos, entre otros.

Entre los principales productos de exportación se encuentran: azúcar, productos de plástico, papel higiénico, escaleras de aluminio, escobas plásticas, toallas, de algodón, productos de papel y cartón, entre otros.

✓ Panamá

El TLC con Panamá entró en vigencia para El Salvador el 11 de abril de 2003. La totalidad de productos incluidos en el programa de desgravación quedó libre de arancel para ingresar tanto a Panamá como a El Salvador en el año 2013. Entre los principales productos de exportación se encuentran: bebidas de frutas, cajas de cartón, medicamentos, pinturas, detergentes, papel higiénico y artículos de plástico.

El Tratado de Libre Comercio con Panamá ha incidido para que ese país se convierta en la segunda mayor fuente de inversión extranjera directa en el país. Entre los principales sectores receptores de inversión panameña se encuentran: Distribución y venta de productos alimenticios, fabricación de electrodomésticos, servicios de calificación y evaluación crediticia, fabricación de artículos de papel, entre otros. Por otra parte, es importante mencionar que, desde noviembre de 2013, Panamá se incorporó al Subsistema de la Integración Económica Centroamericana. Entre los instrumentos jurídicos más importantes que han sido adoptados por dicho país se encuentran: Tratado General de Integración Económica Centroamericana, Protocolo de Guatemala, Convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano, CAUCA y RECAUCA, entre otros.

✓ República Dominicana – Estados Unidos

El CAFTA-DR entró en vigencia el 1 de marzo de 2006 y en este período se ha constituido en uno de los principales instrumentos de comercio exterior del país. Estados Unidos es el socio comercial más importante de El Salvador ya que alrededor del 45% de las exportaciones totales se dirigen a ese mercado, el 39% de las importaciones provienen de dicho país, el cual se ha constituido además en la principal fuente de inversión extranjera directa. Entre los sectores más dinámicos en el rubro de exportaciones se tienen los siguientes: textil y de confección, manufacturas de cuero, bebidas, frutas congeladas, entre otros.

Entre los productos de exportación destacan las toallas de algodón, azúcar cruda, café oro, camisetas de algodón, shorts de fibras sintéticas, calzado de cuero, chile dulce, néctares de frutas, entre otros. Los sectores en los cuales se han concentrado las inversiones se encuentran: call center, distribución y logística, agroindustria, electrónica, médico, textiles y confección y desarrollo de software.

✓ Taiwán

Durante los últimos años, el país ha llevado a cabo acciones que han contribuido a fortalecer los vínculos comerciales y de cooperación que históricamente han existido entre los gobiernos de El Salvador y la República de China (Taiwán). Dichos vínculos se reforzaron con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con ese país, el 1 de marzo de 2008. Dentro de los principales productos de exportación a Taiwán se encuentran el azúcar, café oro, atún, harina de pescado, manufacturas de aluminio, plástico y cartón, entre otros. Dicho acuerdo quedó sin efecto a partir del 15 de marzo de 2019.

✓ Colombia

El TLC con Colombia, entró en vigencia el 1 de febrero de 2010. Principales productos de exportación: cierres de cremallera (zippers), hilados de algodón, toallas de algodón, aceites y grasas lubricantes, depósitos metálicos, artículos desechables, material impreso, galletas y atún enlatado, entre otros.

Según datos del Ministerio de Economía la inversión colombiana registrada en nuestro país aumentó de \$ 35.1 millones en 2011 a \$ 706.2 millones en 2013. Se ubica en sectores como el de textil-confección, financiero, transporte aéreo, manufactura y turismo.

✓ México

El Tratado de Libre Comercio con México ha incidido para que ese país se convierta en la tercera mayor fuente de inversión extranjera directa en el país. El 29 de junio del año 2012 se

suscribió el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica, Panamá y la Unión Europea, posteriormente fue ratificado por los congresos de cada país centroamericano. El acuerdo 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.

Hasta antes del 1 de septiembre del año 2012, México mantenía tres acuerdos comerciales con Costa Rica, Nicaragua y los países del denominado Triángulo Norte, conformado por Guatemala, Honduras y El Salvador. Sin embargo, a partir de la entrada en vigencia del tratado único se crea un espacio económico y jurídico ampliado que ha contribuido a facilitar el comercio, a fomentar la integración regional y a reducir los costos de las transacciones comerciales. Este proceso de convergencia inició en mayo de 2010 y finalizó en noviembre de 2011. El Salvador fue el primer país en poner en vigencia el TLC Único el 1 de septiembre de 2012. Este acuerdo promueve la integración productiva y económica entre Centroamérica y México, al permitir la acumulación regional, la cual facilita la utilización de insumos y materiales originarios de los países miembros del Tratado para la producción de bienes finales de exportación.

Dentro de los principales productos salvadoreños que se exportan a México se encuentran los néctares y bebidas de sabores, lomos de atún, cajas de cartón, camisas y calzoncillos de algodón, cintas elásticas, estuches para joyas, sueros intravenosos, cueros de bovino, botas de plástico, implementos agrícolas, entre otros.

✓ Corea del Sur

El 18 de junio de 2015, seis países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá) anunciaron el lanzamiento de negociaciones de libre comercio con Corea del Sur. Las partes se reunieron para celebrar la primera ronda de negociaciones de libre comercio, en Seúl, Corea del Sur, del 21 al 25 de setiembre de 2015.

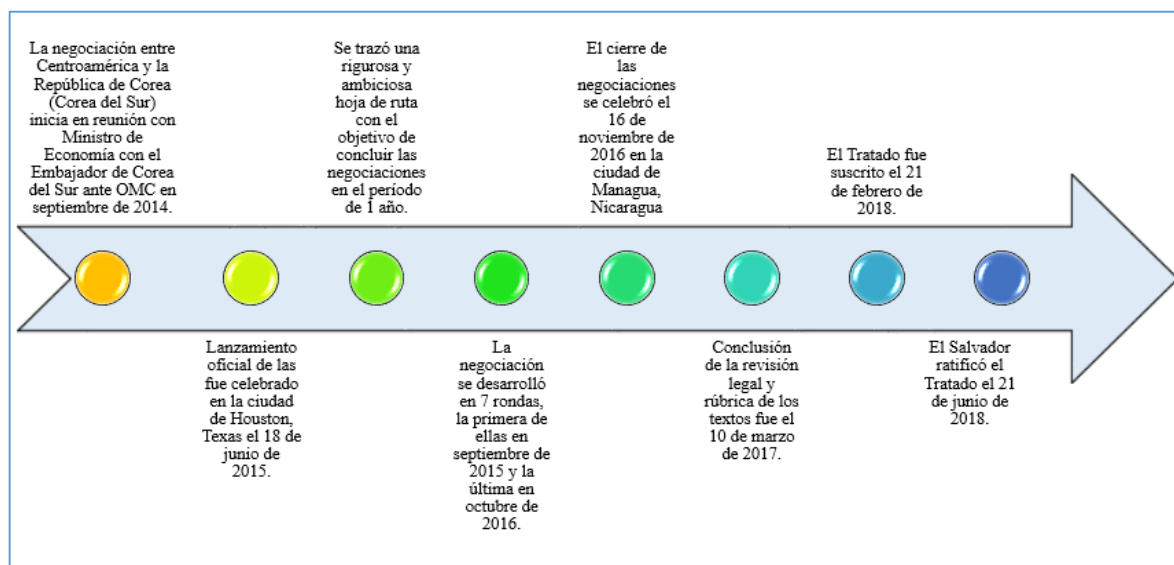


Figura 1. Línea de tiempo del proceso de negociación del TLC.

Fuente: Construcción propia con datos del documento explicativo del TLC en estudio.

La segunda ronda de negociaciones tuvo lugar en San Salvador, El Salvador, del 23 al 27 de noviembre 2015. La tercera ronda de negociaciones para el tratado de libre comercio Centroamérica- Corea del Sur se realizó del 22 al 26 de febrero 2016, en San Francisco, California. La cuarta reunión de negociaciones se llevó a cabo del 23 al 27 de mayo, en Tegucigalpa, Honduras. Centroamérica y Corea del Sur celebraron la quinta reunión de negociaciones en Seúl el 16 de agosto de 2016. La sexta ronda de negociaciones tuvo lugar en Managua, Nicaragua del 26 al 30 de setiembre de 2016. La séptima ronda de negociaciones comenzó el 24 de octubre de 2016.

Se concluyeron las negociaciones para un tratado de libre comercio el 16 de noviembre de 2016 en Managua, Nicaragua. Se llevó a cabo la revisión legal de los textos del TLC del 13 al 17 de febrero. El Salvador firma el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur el 21 de febrero de 2018 en Seúl.

El 21 de febrero de 2018, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Panamá firmaron el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur en Seúl, Además, en la misma fecha, Costa Rica y Corea firmaron un memorando de entendimiento para promover el comercio, la inversión y la cooperación. El 5 de marzo de 2019, Costa Rica aprobó el Tratado de Libre Comercio entre las Repúblicas de Centroamérica y la República de Corea del Sur.

Con este acuerdo se prevé beneficiar a importantes sectores exportadores salvadoreños como el café, el azúcar, productos de la pesca, jugos y néctares, calzado de cuero y plástico. El país también se beneficiará mediante la reducción de los costos de importación a través de una reducción en los aranceles para insumos como láminas de hierro y acero, láminas de polietileno y polipropileno, vehículos y otros. Las listas de preferencias arancelarias fueron negociadas bilateralmente con cada país participante a fin de responder a las necesidades y exigencias de la realidad productiva de cada uno de ellos. (Ministerio de Economía, 2019)

En dicho convenio se profundizará la investigación para determinar los beneficios con los que contará el sector productivo salvadoreño y cómo se pueden explotar al máximo y obtener las ventajas con los acuerdos negociados para el comercio bilateral entre las naciones involucradas. A continuación, se presenta la importancia de asociación entre ambos países.

- a) Corea del Sur se encuentra entre los 3 principales socios comerciales de El Salvador en el continente asiático junto a Taiwán y Japón.

- b) Las exportaciones de El Salvador hacia Corea del Sur alcanzaron los \$13.2 millones para el año 2017, lo cual representó un crecimiento aproximando del 25%, en relación con el año 2016.
- c) Las empresas de Corea del Sur establecidas en El Salvador generan más de 7,500 empleos y acumulan inversiones por US\$40.6 millones.
- d) Se encuentra dentro de los diez principales proveedores de productos para El Salvador, especialmente en rubros como maquinaria, equipo, productos de alta tecnología e insumos para la industria.
- e) Es la novena economía más importadora del mundo, concentra cerca del 2.7% de las importaciones a nivel global. Corea importa más de dos tercios de los alimentos y productos agrícolas que necesita.
- f) Tiene varios socios comerciales en común con El Salvador: Estados Unidos, Unión Europea, México, Chile, Colombia, Taiwán y Ecuador.

6.2. Conceptual

Cuando se refiere a tratados y en especial a los tratados de libre comercio involucra muchos aspectos, desde factores estrictamente económicos y financieros hasta factores geográficos, demográficos y culturales. A continuación, se presenta una serie de conceptos que ayudarán a guiar esta temática.

Los TLC son acuerdos, con carácter legal, establecidos entre dos o más países con la finalidad de facilitar el intercambio comercial entre los mismos. Estos acuerdos se refieren a la eliminación total de barreras arancelarias y no arancelarias que dificulten el libre intercambio de bienes, mercancías y capitales.

La Convención de Viena sobre el derecho define tratados como:

Un acuerdo internacional celebrado y escrito entre Estados y regido por el derecho internacional, ya conste en un instrumento único o en dos o más instrumentos conexos y cualquiera que sea su denominación particular. (Organización de los Estados Americanos, 1969)

Para entender el comercio mundial se debe conocer primero la definición de comercio.

Según Saúl Weisleder:

El comercio no es más que la segunda parte del proceso de especialización e intercambio; es decir, es el canje de unos bienes por otros y se da solamente cuando hay especialización. (2004)

El propósito de éste, es incrementar, para ambas partes, los bienes disponibles para el consumo; que significa incrementar el bienestar de todos los participantes. En las últimas décadas, la economía mundial¹¹ experimentó un rápido crecimiento, al que contribuyó entre otros factores, la aceleración del comercio internacional, éste registró un promedio del 6% anual, es decir, el doble del producto mundial, lo anterior fue fruto del avance tecnológico y de un esfuerzo concertado para reducir las barreras comerciales. Sin embargo, el comercio internacional ha sido un motor de crecimiento desde mucho antes, el cual data desde la creación del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) en 1947, creando una liberalización unilateral, multilateral y regional. (Fondo Monetario Internacional, 2019)

¹¹La economía mundial es una rama de la ciencia económica, la cual tiene fundamento en la macroeconomía y que se encarga de estudiar los movimientos económicos que se realizan dentro de un país con respecto del mundo y que pueden ser a través de los temas financieros, comerciales, turísticos y tecnológicos.

Las modalidades de comercio, se orientan a los diferentes tipos de Acuerdos Comerciales que se llevan a cabo por los países. A continuación, se detalla algunas de estas modalidades:

✓ Zona de Libre comercio

Territorio en el que, como consecuencia de un acuerdo entre los países que lo integran, existe libertad de comercio respecto de los productos industriales y agrícolas. Algunas de las barreras comerciales, como aranceles y cuotas, se eliminan y se reducen los trámites burocráticos con la esperanza de atraer nuevos negocios e inversiones extranjeras. Su objetivo es promover el comercio internacional entre estos países y con ello contribuir al crecimiento de la actividad económica, la creación de empleo, la mejora de la productividad, la estabilidad financiera y la mejora de las condiciones de vida en los países contratantes. (Diccionario Económico Expansión, 2019)

✓ Unión Aduanera

Es una ampliación de los beneficios derivados de una zona de libre comercio. En una unión aduanera, además de eliminarse los aranceles internos para los países miembros de la unión, se crea un arancel externo común (AEC) para todos los países, es decir, cualquier país de la unión que importe bienes producidos por otro país no perteneciente a la unión aplicará a estos bienes el mismo arancel. Las uniones aduaneras suelen también permitir la libre circulación de personas y capitales por todos los territorios de los países miembros, beneficiando la libre adquisición de bienes de consumo y empresas de los ciudadanos de un país en el resto de los países pertenecientes al acuerdo comercial. (Sulser, 2019)

✓ Unión Económica

Representa el grado de integración comercial¹² entre distintos países. Además de los beneficios derivados de la unión aduanera, se produce una integración económica plena al eliminarse las distintas monedas de los países integrantes de la unión, creándose un único banco central para todos ellos. (Sulser, 2019)

✓ Mercado Común

Es un área económica integrada por varias naciones, en la que además de realizarse una unión aduanera entre ellas, se eliminan las restricciones a los movimientos de los factores productivos, lo cual significa que debe haber libre circulación de bienes y servicios, del capital y del trabajo, con la eliminación total de los controles aduaneros internos y el levantamiento de las barreras arancelarias que pudiesen existir. (Galván, 2004)

Así como hay diferentes modalidades del comercio, también existen diferentes organizaciones mundiales que se encargan de facilitar, incentivar administrar el comercio mundial, a continuación, se presentan estas organizaciones.

¹²Integración económica es el término usado para describir los distintos aspectos mediante los cuales las economías son integradas, también se conoce como el modelo por medio del cual los países pretenden beneficiarse mutuamente a través de la eliminación progresiva de barreras al comercio.

✓ Organización Mundial del Comercio (OMC)

Es la única organización internacional que rige las normas del comercio entre los países. Los pilares 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, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades. Esta organización tiene su sede en Ginebra, Suiza, fue establecida el 1 de enero de 1995 y en la actualidad está compuesto por 164 países. (Organización Mundial del Comercio, 2019)

Sus principales funciones son:

- a) Administra los acuerdos comerciales de la OMC
- b) Foro para negociaciones comerciales
- c) Trata de resolver las diferencias comerciales
- d) Supervisa las políticas comerciales nacionales
- e) Asistencia técnica y cursos de formación para los países en desarrollo
- f) Cooperación con otras organizaciones internacionales

✓ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

Es el organismo del sistema de organizaciones de las Naciones Unidas dedicado al uso de la propiedad intelectual (patentes, derecho de autor, marcas, diseños, dibujos y modelos, etc.) como medio de estimular la innovación y la creatividad. La OMPI fomenta el desarrollo y el uso del sistema internacional de propiedad Intelectual por medio de:

- a) Servicios-administrados, sistemas que facilitan la obtención de protección a nivel internacional para las patentes, las marcas, los diseños y las denominaciones de origen, y la solución de controversias de Propiedad Intelectual (P.I.)
- b) Legislación, contribuye a desarrollar el marco jurídico internacional de P.I. en concordancia con las necesidades de la sociedad a medida que éstas evolucionan.
- c) Infraestructura, crea redes de colaboración y plataformas técnicas, entre las que figuran bases de datos y herramientas gratuitas para el intercambio de información, a fin de compartir conocimientos y simplificar las transacciones de P.I.
- d) Desarrollo, fortalece las capacidades de uso de la P.I. en favor del desarrollo económico. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2019)

✓ Cámara de Comercio Internacional (CCI)

Es la organización empresarial que representa mundialmente intereses empresariales. Se constituyó en París en 1919 y continúa teniendo su sede social en la capital francesa. Los miembros de la CCI son empresas que efectúan transacciones internacionales y también organizaciones empresariales, entre ellas muchas Cámaras de Comercio. En la actualidad los miles de empresas que agrupa proceden de más de 130 países y se organizan como Comités Nacionales en más de 90 de ellos. (Cámara de Comercio Internacional, 2019)

✓ Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

Creada en 1964, promueve la integración de los países en desarrollo en la economía mundial dentro de un marco propicio para el desarrollo. La organización ha evolucionado gradualmente hasta llegar a convertirse en una autoridad basada en el conocimiento, cuya labor tiene por objeto orientar los debates actuales sobre las políticas y la reflexión en materia de desarrollo,

velando especialmente porque las políticas nacionales y la acción internacional se complementen mutuamente para lograr un desarrollo sostenible. (Naciones Unidas, 2008)

✓ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)

La misión de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es el promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo. La OCDE ofrece un foro donde los gobiernos pueden trabajar conjuntamente para compartir experiencias y buscar soluciones a los problemas comunes, es decir, trabaja con los gobernantes para entender qué es lo que conduce al cambio económico, social y ambiental, mide la productividad y los flujos globales del comercio e inversión, analiza y compara datos para predecir las tendencias futuras, fija estándares internacionales dentro de un amplio rango, desde la agricultura y los impuestos hasta la seguridad en productos químicos. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2019)

✓ Fondo Monetario Internacional (FMI)

El FMI tiene encomendada la función de supervisar el sistema monetario internacional y hacer un seguimiento de las políticas económicas y financieras de sus 188 países miembros. El FMI destaca los riesgos que pueden comprometer la estabilidad y brinda asesoramiento sobre los ajustes de política económica necesarios. De esta manera, el FMI contribuye a que el sistema monetario internacional cumpla su propósito esencial de facilitar el intercambio de bienes, servicios y capital entre los países, respaldando así un crecimiento económico sólido. (Fondo Monetario Internacional, 2019).

✓ Banco Mundial (BM)

Es uno de los organismos especializados de las Naciones Unidas, que se define como una fuente de asistencia financiera y técnica para los llamados países en desarrollo. Su propósito declarado es reducir la pobreza mediante préstamos de bajo interés, créditos sin intereses a nivel bancario y apoyos económicos a las naciones en desarrollo. Está integrado por 186 países miembros. Fue creado en 1944 y tiene su sede en la ciudad de Washington, Estados Unidos. (Banco Mundial, 2019).

Otros conceptos básicos de importancia para entender esta temática, son los siguientes:

✓ Aranceles

Valoración o tasa; ley o norma. Tarifa oficial que establece los derechos que se han de pagar por diversos actos o servicios administrativos (como costas procesales. aduanales. derechos), profesionales y/o actividades académicas o provenientes de artes u oficios. (Ministerio de Hacienda, 2019)

✓ Código arancelario

Número del Sistema Armonizado identifica todos los bienes existentes. Los códigos arancelarios se clasifican en capítulos (el cual se identifica por medio de los 2 primeros dígitos), partidas (los primeros cuatro dígitos), sub partidas (primeros seis dígitos) o fracción arancelaria (los primeros ocho dígitos de la clasificación arancelaria). (Ley Orgánica de la Dirección General de Aduanas, 2006).

✓ Ratificación o adhesión

La ratificación o adhesión representan el compromiso, jurídicamente vinculante, de acatar las disposiciones de la Convención. Aunque la adhesión tiene exactamente las mismas repercusiones jurídicas que la ratificación, los procedimientos son distintos. En el caso de la ratificación, el Estado primero firma y luego ratifica el tratado. El procedimiento de la adhesión comporta esta última medida, y no esta precedido del acto de la firma. (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, 2019)

✓ Exportaciones

Las exportaciones en economía hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido o enviado con fines comerciales a un país extranjero. En otras palabras, la exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país. Este tráfico puede generar numerosos y variados fenómenos fiscales dado que, cualquier producto enviado más allá de las fronteras de un país, está sometido a diversas legislaciones y puede estar sometido a acuerdos específicos que dan lugar a condiciones concretas según el país de destino. (Carbaught, 1998).

✓ Importaciones

Es la acción comercial que implica y desemboca en la introducción de productos foráneos en un determinado país con la misión de comercializarlos. (Carbaught, 1998).

✓ Término de vigencia

Los tratados pierden su vigencia por diversas causas. Puede el propio tratado establecer un plazo de duración determinado, o autorizar a una de las partes a darlo por extinguido con comunicación a la otra parte o consignar una fecha concreta para su terminación. También puede ocurrir que una de las partes incumpla sus obligaciones (desistimiento unilateral), que por regla general entraña medidas de sanción. (Universidad de las Américas de Puebla, 2019)

✓ Tratado

En derecho internacional, acuerdo escrito concluido por dos naciones soberanas o por una nación y una organización internacional. La facultad de concertar tratados es un atributo esencial de la soberanía. El principio de que los tratados concluidos de forma correcta son obligatorios para los signatarios, que deben adherirse a los mismos de buena fe, es una regla cardinal del Derecho internacional. (Universidad de las Américas de Puebla, 2019)

✓ Validez

Para que un tratado internacional sea válido, ambas partes deben poseer la capacidad necesaria para concertar tratados. Los plenipotenciarios que los negocien han de estar autorizados de la forma conveniente, y actuar con completa libertad. Un tratado no es válido si ha existido amenaza o fuerza que violen los principios del Derecho internacional consagrados en la Carta de las Naciones Unidas. (Universidad de las Américas de Puebla, 2019)

Además, es importante mencionar en qué contexto se desarrollan los Tratados de Libre comercio

✓ ¿Cómo se negocia el TLC?

Un TLC, es negociado por los gobiernos de los países interesados, previo a las reuniones de negociación, se llevan a cabo acercamientos informales que buscan un intercambio entre los países que iniciaron las negociaciones. A nivel nacional, antes de tomar la decisión de negociar un TLC, el Gobierno consulta con los distintos sectores sociales para determinar si existe interés en iniciar negociaciones y se empieza, así, una etapa de investigación y evaluación de la conveniencia de suscribir un Tratado. Una vez acordado el inicio de negociaciones, los países llevan a cabo reuniones que reciben el nombre de Rondas de Negociación, en las que se discute y acuerda el texto que contendrá el TLC.

La duración de la etapa de negociaciones depende de la capacidad de los países para encontrar acuerdos, que pueden durar desde uno hasta tres o cuatro años. Cuando inician las negociaciones, los países acuerdan qué temas se negociarán, de qué forma y en cuanto tiempo aproximadamente. (González, 2011).

Un TLC, constituye un acuerdo integral, que incluye temas clave de la relación económica entre las partes. En el caso del acceso al mercado de bienes, aborda aspectos relacionados con barreras arancelarias y no arancelarias, salvaguardias, normas de origen, obstáculos técnicos, medidas sanitarias y fitosanitarias y mecanismos de defensa comercial. El TLC, incorpora también asuntos relativos al comercio de servicios (telecomunicaciones, financieros, profesionales, construcción, software, entre otros), al comercio electrónico y las compras gubernamentales, la promoción y protección recíproca de inversiones y la protección de los

derechos de propiedad intelectual, el cumplimiento de las normas laborales y medioambientales y la aplicación de mecanismos de solución de controversias. (González, 2011).

Las categorías más importantes relacionadas con los TLC, son:

- ✓ Asimetría: se refiere al trato preferencial que recibirá un país en razón del atraso en sus niveles de productividad y tecnología que presentan una o varias ramas de su economía con respecto a la de su(s) contraparte(s) en el tratado.

Las asimetrías pueden compensarse por medio de los siguientes mecanismos:

- a) Las salvaguardias: son medidas temporales de regulación de las importaciones que un país puede adoptar cuando, como resultado de un proceso de apertura de mercados, algún sector de la producción nacional se encuentra dañado o puede ser gravemente dañado, ante la dificultad de competir exitosamente en el mercado interno frente a incrementos masivos de importaciones de productos similares o directamente competidores con los productos domésticos.

Su objetivo es inhibir temporalmente las importaciones y, por ende, la presión de competencia leal de productos extranjeros en el mercado interno, a fin de proporcionar un periodo de alivio a las industrias nacionales dañadas o amenazadas de daño grave y facilitar así su proceso de ajuste a las nuevas condiciones.

- b) Las Exclusiones: se refiere a la decisión de un país de excluir a un sector o rama de la economía del acuerdo de libre comercio en virtud del carácter estratégico que dicho sector o rama tiene para la economía.

Debido a que una vez firmados los TLC, son las empresas privadas las que hacen uso de estos beneficios, por tanto, pueden cometerse violaciones de las normativas (por ejemplo: normas de origen, dumping, etc.) existen tribunales en la OMC, para dirimir las controversias que así surjan. Esto implica el establecimiento de comisiones investigadoras que recogerán todas las pruebas y que luego serán evaluadas por un tribunal a fin de determinar la existencia o no de violaciones a los tratados y las consecuentes penalizaciones para el país infractor.

- c) Las reglas de origen: son los requisitos mínimos de fabricación, contenido o elaboración en la región que debe cumplir un producto para poder ser considerado como originario del país signatario; es decir, para que el producto tenga derecho a los beneficios del tratado en materia de aranceles aduaneros. Los bienes serán considerados de la región cuando sean totalmente obtenidos o producidos en la región, cumplan con un cambio de clasificación arancelaria específico para ese bien, o cumplan con un requisito de contenido regional.

La importancia de un TLC, radica en la conformación de una estructura comercial sólida que resulte beneficiosa para el desarrollo de los países participantes. De acuerdo a las políticas propias de cada país, además, podrán ser beneficiados sectores que antes no podían impulsar su crecimiento, es decir que tendrían a la desaparición de cara a la competencia con las grandes corporaciones.

Los objetivos principales de un TLC, son:

- a) Eliminar barreras que afecten o mermen el comercio entre las zonas que firman el tratado.
- b) Promover las condiciones para una competencia justa.
- c) Incrementar las oportunidades de inversión.
- d) Proporcionar una protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual.
- e) Establecer procesos efectivos para la estimulación de la producción nacional y la sana competencia.
- f) Fomentar la cooperación entre países miembros.
- g) Ofrecer una solución a controversias.
- h) Los tratados de libre comercio son importantes para acabar con el proteccionismo económico (que protege la producción nacional) pues se constituyen en un medio eficaz para garantizar el acceso de productos a los mercados externos, de una forma más fácil y sin barreras.
- i) Formalmente, el TLC, se propone la ampliación de mercado de los participantes mediante la eliminación de los derechos arancelarios y cargas que afecten las exportaciones e importaciones. En igual sentido busca la eliminación de las barreras no arancelarias, la liberalización en materia comercial y de subsidios a las exportaciones agrícolas, la reestructuración de las reglas y procedimientos aduaneros para agilizar el paso de las mercancías y unificar las normas fitosanitarias y de otra índole.

✓ Las ventajas de los TLC

- a) Acceso a mercados más amplios: fundamental para economías pequeñas.
- b) Acceso a productos de mayor calidad y menor precio.
- c) Contacto con avances tecnológicos y científicos.
- d) Mejores sueldos y calidad de empleo.

- e) Abre las puertas del mercado más grande del mundo.
- f) Consolida preferencias y abarcara todo el universo arancelario.
- g) Es vinculante, y se reduciría la incertidumbre.
- h) Implica menores costos en la importación de insumos y en la calidad.
- i) Genera mejoras en la productividad y competitividad.
- j) Fomenta la realización de reformas estructurales, y la estabilidad de las reglas del juego.
- k) Atrae inversión directa extranjera

✓ Las desventajas de los TLC

- a) La apertura comercial generará una mayor integración del país a la economía mundial, lo que hará posible reducir la volatilidad de su crecimiento, a nivel de riesgo-país y el costo de financiamiento de la actividad privada en general.
- b) Apertura a un nuevo mercado con poder de adquisición mayor al nuestro.
- c) No todos los sectores de la economía se benefician de igual manera con los tratados de libre comercio, hay productos de mayor sensibilidad que son protegidos con determinados tipos de mecanismos de defensa comercial.
- d) Los efectos negativos sobre ciertos productos también pueden atenuarse si se toman las medidas adecuadas para impulsar su competitividad o en todo caso incentivar su reconversión hacia actividades con un mayor potencial de crecimiento.
- e) Convulsión social por la agudización de la pobreza y explotación de los pequeños campesinos y microempresas.
- f) Pérdida de oportunidad de desarrollo por la venta de productos a precios de mercado, ante la explotación amañada de nuestros recursos naturales. (Olivares, 2017)

6.3. Normativo

La normativa para dicha investigación a nivel internacional es la siguiente:

- a) Los INCOTERMS 2020 que reflejan las normas de aceptación voluntaria por las partes en un contrato de compra venta internacional de mercaderías, acerca de las condiciones de entrega de las mercaderías
- b) La Organización Mundial del Comercio donde se involucran el sistema multilateral y los acuerdos comerciales. Cabe mencionar que el tratado con Corea del Sur es bilateral siempre cumpliendo con los objetivos de dicha organización.
- c) Sistema Armonizado aceptado internacionalmente de la Organización Mundial de Aduanas.
- d) CAUCA y RECAUCA que nacen con el propósito de unificar las economías de los cinco países Centroamericanos con un solo objetivo el cual es impulsar en forma conjunta el desarrollo de los mismos.
- e) Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) es la nomenclatura utilizada en la región, desde 1993, como base del Arancel Centroamericano de Importación. Esta nomenclatura también es utilizada para las exportaciones y todo lo relacionado con el Comercio Exterior, sirviendo como marco de referencia para las negociaciones comerciales con terceros países en lo que concierne a listados de desgravación arancelaria, normas de origen, entre otros aspectos.
- f) Tratado de Libre Comercio Centroamérica - Corea del Sur: El tratado está compuesto por 24 capítulos que resaltan los siguientes puntos:
 - 1. Disposiciones Iniciales y Definiciones Generales
 - 2. Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado
 - 3. Reglas de Origen y Procedimientos de Origen
 - 4. Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio
 - 5. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
 - 6. Obstáculos Técnicos al Comercio

7. Defensa Comercial
8. Contratación Pública
9. Inversión
10. Comercio Transfronterizo de Servicios
11. Servicios Financieros
12. Entrada Temporal de Personas de Negocios
13. Telecomunicaciones
14. Comercio Electrónico
15. Derechos de Propiedad Intelectual
16. Laboral
17. Ambiental
18. Transparencia
19. Cooperación
20. Política de Competencia
21. Disposiciones Institucionales
22. Solución de Controversias
23. Excepciones
24. Disposiciones Finales
25. Textos legales conjuntos: Normativas iguales para todos los países.
26. Listas bilaterales de Acceso al Mercado de bienes.
 - a) Listados individuales de reservas de servicios e inversiones.
 - b) Restricciones a la aplicación del Tratado, sujetas a las leyes nacionales.
 - c) Listados bilaterales para compromisos en materia de Contratación Pública.

En la normativa a nivel nacional se tiene:

- a) La Constitución de la República en la sección tercera, tratados considera los siguientes artículos.

Art. 144.- Los tratados internacionales celebrados por El Salvador con otros Estados o con organismos internacionales, constituyen leyes de la República al entrar en vigencia, conforme a las disposiciones del mismo tratado y de esta Constitución. La ley no podrá modificar o derogar lo acordado en un tratado vigente para El Salvador. En caso de conflicto entre el tratado y la ley, prevalecerá el tratado.

Art. 145.- No se podrán ratificar los tratados en que se restrinjan o afecten de alguna manera las disposiciones constitucionales, a menos que la ratificación se haga con las reservas correspondientes. Las disposiciones del tratado sobre las cuales se hagan las reservas no son ley de la República.

Art. 146.- No podrán celebrarse o ratificarse tratados u otorgarse concesiones en que de alguna manera se altere la forma de gobierno o se lesionen o menoscaben la integridad del territorio, la soberanía e independencia de la República o los derechos y garantías fundamentales de la persona humana. Lo dispuesto en el inciso anterior se aplica a los tratados internacionales o contratos con gobiernos o empresas nacionales o internacionales en los cuales se someta el Estado salvadoreño, a la jurisdicción de un tribunal de un estado extranjero. Lo anterior no impide que, tanto en los tratados como en los contratos, el Estado salvadoreño en caso de controversia, someta la decisión a un arbitraje o a un tribunal internacional.

Art. 147.- Para la ratificación de todo tratado o pacto por el cual se someta a arbitraje cualquier cuestión relacionada con los límites de la República, será necesario el voto de las tres cuartas partes, por lo menos, de los diputados electos. Cualquier tratado o convención que celebre el Órgano Ejecutivo referente al territorio nacional requerirá también el voto de las tres cuartas partes, por lo menos, de los diputados electos.

Art. 148.- Corresponde a la Asamblea Legislativa facultar al Órgano Ejecutivo para que contrate empréstitos voluntarios, dentro o fuera de la República, cuando una grave y urgente necesidad lo demanda, y para que garantice obligaciones contraídas por entidades estatales o municipales de interés público. Los compromisos contraídos de conformidad con esta disposición deberán ser sometidos al conocimiento del Órgano Legislativo, el cual no podrá aprobarlos con menos de los dos tercios de votos de los diputados electos. El decreto legislativo en que se autorice la emisión o contratación de un empréstito deberá expresar claramente el fin a que se destinarán los fondos de éste y, en general, todas las condiciones esenciales de la operación.

Art. 149.- La facultad de declarar la inaplicabilidad de las disposiciones de cualquier tratado contrarias a los preceptos constitucionales, se ejercerá por los tribunales dentro de la potestad de administrar justicia. La declaratoria de inconstitucionalidad de un tratado, de un modo general, y obligatorio, se hará en la misma forma prevista por esta Constitución para las leyes, decretos y reglamento.

CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

7.1. Método de investigación

La investigación se desarrolló a través de la recopilación, procesamiento y análisis de los datos obtenidos, con el fin de crear un informe dirigido a empresarios salvadoreños que muestra información relevante sobre los productos con potencial exportador hacia el mercado surcoreano.

El método aplicado es el deductivo, dentro del cual se establecen predicciones específicas partiendo de un entorno general, que implica la creación de premisas para llegar a conclusiones lógicas por medio de la observación y el análisis del sujeto estudiado, la naturaleza del método permite aceptar o rechazar una hipótesis a través de un proceso sistematizado que da paso al planteamiento de soluciones a la problemática. (Sampieri, 2014)

7.2. Tipo de investigación

Se realizó un análisis del TLC entre Centroamérica y Corea del Sur para determinar si implica una oportunidad de mercado para los empresarios salvadoreños interesados en exportar sus productos hacia el país asiático, a través de beneficios como el acceso inmediato de las mercancías y menos restricciones arancelarias.

Se emplea el tipo de investigación no experimental, en la cual según Sampieri, no se construye ninguna situación porque las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas. En este caso la investigación no experimental analiza la evolución de las relaciones comerciales de ambos países durante los últimos cinco años haciendo uso de las bases de datos del Banco Central de Reserva y dentro de la recolección de datos empleando técnicas e instrumentos de investigación como lo son las entrevistas y encuestas a gremios, exportadores, e instituciones. (2014)

7.3. Diseño de investigación

En la investigación se aplicó el diseño transeccional exploratorio, para obtener un panorama de las oportunidades de mercado que la firma del TLC supone para los empresarios salvadoreños, identificando los sectores que se encuentran beneficiados con el acuerdo, tomando en cuenta que se debió cumplir con un tiempo específico para el desarrollo del análisis.

Según Sampieri, el propósito de los diseños transeccionales exploratorios es identificar una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. (2014)

La investigación pretende analizar si las oportunidades de mercado de los productos salvadoreños en el mercadeo surcoreano, tienen relación con el incremento de las exportaciones hacia el referido país, y como se pueden aprovechar para hacer más eficientes las transacciones comerciales salvadoreñas.

7.4. Enfoque de investigación

El enfoque que se utilizó fue el mixto porque es una combinación de los enfoques cuantitativo y cualitativo, se ejecuta la observación y el análisis de variables cuantitativas y cualitativas para obtener un panorama específico de las oportunidades que el TLC representa para El Salvador. (Sampieri, 2014)

Se extrajeron datos estadísticos de las relaciones comerciales que El Salvador ha mantenido con Corea del Sur durante los últimos 10 años para determinar si con el acuerdo comercial el flujo comercial se ha incrementado, o es una oportunidad que no se ha podido aprovechar hasta la fecha por la escasa difusión de los beneficios que posee, por parte de las instituciones que se encargan del comercio exterior.

7.5. Fuentes de investigación

7.5.1. Primaria.

La información primaria se obtuvo mediante las diferentes técnicas e instrumentos de investigación aplicados, la encuesta y el cuestionario respectivamente. En el caso de los representantes de diversos rubros del comercio exterior entre ellos instituciones como el MINEC, PROESA, COEXPORT, BCR, la Asociación Azucarera de El Salvador y representantes de la embajada de Corea del Sur, entre otros se desarrolló una entrevista basada en los indicadores de la investigación.

Se recopiló información por medio de la encuesta dirigida a exportadores de los departamentos de San Salvador y La Libertad para analizar su experiencia en el proceso de exportación e internacionalización de productos salvadoreños e identificar las debilidades de la difusión de información referente al comercio exterior.

7.5.2. Secundaria.

La investigación se respaldó de material bibliográfico relacionado a temas del comercio exterior dentro de las cuales podemos mencionar:

- ✓ Tesis,
- ✓ Libros,
- ✓ Informes oficiales de comercio exterior,
- ✓ Publicaciones de revistas económicas
- ✓ Bases de datos de comercio
- ✓ Publicaciones de periódicos especializados.
- ✓ Sitios Web

7.6. Técnicas e instrumentos de investigación

El enfoque de la investigación es el mixto, las técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizados son cualitativos y cuantitativos. Además, se realizó una prueba piloto de los instrumentos para determinar la comprensión de las interrogantes y si era suficiente para explicar cada indicador. Dichas técnicas e instrumentos se exponen a continuación.

Prueba piloto

La prueba piloto estuvo conformada por 10 cuestionarios online, los encuestados fueron seleccionados de forma aleatoria simple dentro de la muestra y se determinó que las interrogantes han sido comprendidas y cumplen con el objetivo de cada indicador y variable contemplados en la investigación, por lo tanto, se procedió a realizar la encuesta.

La prueba piloto como su nombre lo indica es una prueba que permite conocer si las interrogantes son comprendidas en su totalidad y si la información recabada será útil para la investigación. Dentro de la prueba piloto se identificó también que era necesario ordenar de forma diferente algunas interrogantes para mantener el orden cronológico de la investigación.

7.6.1. Cuantitativa.

a) Técnica: encuesta

La encuesta es una técnica de investigación cuantitativa y hace uso del cuestionario como instrumento de recopilación de datos, dentro del cual se plantean interrogantes con respuestas cerradas y abiertas, dirigida a empresarios exportadores que se encuentran en los departamentos de San Salvador y La Libertad. Los temas expuestos son respecto a la experiencia de los empresarios exportando, y sobre las expectativas que poseen del TLC entre Centroamérica y Corea del Sur.

La encuesta se desarrolló online debido a la ubicación geográfica de los exportadores que se encuentran dentro de la muestra y por el factor tiempo donde manifestaron no poder atender de forma presencial, siendo más funcional hacerlo online. Se hace uso de la herramienta de google forms para posteriormente enviar los correos con el link disponible. Dichas direcciones de correo electrónico se tomaron del directorio de exportadores de PROESA (ver Anexo 4).

b) Instrumento: cuestionario

Este instrumento se produjo de manera breve con trece interrogantes puntuales del tipo cerradas y abiertas para comprensión de los exportadores encuestados, con estas interrogantes se solventan cada uno de los indicadores y variables contempladas dentro de la metodología de investigación.

7.6.2. Cualitativa.

a) Técnica: entrevista mixta o semiestructurada

La entrevista es una técnica cualitativa que se dirigió a representantes de la Embajada de Corea del Sur, autoridades del comercio exterior del BCR, Ministerio de Economía, PROESA, COEXPORT, entre otras, para indagar si el acuerdo comercial cubre las expectativas de corto y largo plazo y que hacen ellos como instituciones para difundir el tratado.

b) Instrumento: guía de preguntas

La guía de preguntas previa para la entrevista profundizó en temas específicos, como expectativas, industrias y productos con potencial exportador, inversiones y difusión del tratado, adicionalmente se formularon nuevas interrogantes surgidas al momento de la entrevista que aportó datos de interés para la investigación. La información obtenida se encuentra respaldada con grabaciones de audio y apuntes.

7.7. Diseño de instrumento de investigación

Los instrumentos de investigación se seleccionaron tomando en cuenta el enfoque de la investigación el cual es de carácter mixto es necesario el uso de técnicas e instrumentos cualitativo y cuantitativo.

En la técnica cuantitativa se optó por la encuesta, para conocer la experiencia de los exportadores, y el instrumento a utilizar es el cuestionario conformado por 13 preguntas entre ellas cerradas y abiertas.

Dentro de la técnica cualitativa se elige la entrevista la cual se mantiene con expertos en el comercio exterior de instituciones públicas y gremios privados, el instrumento o guía de preguntas contiene 12 preguntas abiertas orientadas a las expectativas que se mantienen respecto al TLC en estudio, y además se cuenta con la ventaja que dentro de esta técnica pueden surgir otras interrogantes a partir de las respuestas que cada experto proporciona.

7.7.1 Cuantitativa.

Código 01



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



CUESTIONARIO DIRIGIDO A: Empresarios exportadores de los departamentos de San Salvador y La Libertad.

SOLICITUD DE COLABORACIÓN Somos estudiantes de la carrera de Licenciatura en Mercadeo Internacional, realizando estudio de tesis para la Universidad de El Salvador que lleva como título “Análisis de oportunidades de mercado generadas por el tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur”, solicitamos su valiosa colaboración respondiendo al siguiente cuestionario que será utilizado para fines académicos. Toda la información será tratada confidencialmente, de antemano gracias.

Objetivo. Recopilar datos sobre la experiencia en la exportación y el funcionamiento de los tratados de libre comercio que poseen los exportadores salvadoreños.

I. DATOS DE CLASIFICACIÓN

1. Género:

a) Femenino b) Masculino

2. Edad:

a) 18 a 30 años c) 41 a 50 años
 b) 31 a 40 años d) 51 años o más

II. CUERPO DEL CUESTIONARIO

Indicaciones: Por favor responda de manera breve y clara a cada pregunta cuando sea necesario o marque con una “X” dentro del cuadro, la respuesta que mejor exprese su opinión.

1. ¿Conoce los tratados de libre comercio que El Salvador posee con los diferentes países?

a) SI

b) NO

Menciónelos:

2. ¿Está enterado que El Salvador forma parte del tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur?

a) SI

b) NO

3. ¿Cuáles son las limitantes que identifica para poder exportar? Menciónelas

4. ¿Por qué decidió exportar sus productos?

a) Necesidad de expansión

b) Internacionalización de sus productos

- c) Ferias
- d) Oportunidades de un TLC
- e) Otro: _____

5. ¿Cómo clasifica el producto que exporta?

- a) Materia Prima
- b) Producto final

6. ¿Qué productos exporta?

7. ¿Cuánto tiempo tiene de ser exportador?

- a) Menos de un año
- b) De 1 a 3 años
- c) De 4 a 6 años
- d) Más de 10 años

8. ¿Cuáles son los destinos de sus productos?

9. ¿Por qué exporta a ese destino?

10. ¿Ha logrado crecer económicamente a través de la exportación?

a) SI

b) NO

11. ¿Consideraría exportar sus productos a nuevos mercados? ¿Cuáles y por qué?

a) SI

b) NO

Especifique: _____

12. ¿Identifica alguna institución pública o privada que otorgue información sobre el funcionamiento de los acuerdos comerciales?

SI NO

Especifique:

13. ¿Estaría interesado en conocer que productos pueden ser exportados hacia Corea del Sur?

a) SI

b) NO

¿Por qué?

7.7.2 Cualitativa.

Código 02



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



GUÍA DE PREGUNTAS

DIRIGIDA A: Expertos en el comercio exterior del sector público y privado.

INSTRUCCIONES: Somos estudiantes de la carrera de Licenciatura en Mercadeo Internacional, realizando estudio de tesis para la Universidad de El Salvador que lleva como título “Análisis de oportunidades de mercado generadas por el tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur”. Las siguientes preguntas son abiertas con el fin de dinamizar la entrevista, dentro de la cual pueden surgir nuevas interrogantes que permitan ampliar los conocimientos sobre el tema en estudio

Objetivo. Identificar las oportunidades que el TLC representa para El Salvador, de acuerdo a su experiencia.

1. ¿Qué expectativas tiene El Salvador con el Tratado Comercial entre Centroamérica y Corea del Sur?
2. ¿Qué beneficios ofrece para el exportador salvadoreño este acuerdo comercial?
3. ¿Qué sectores productivos son los que han sido considerados en el Tratado Comercial?
4. ¿Qué productos tienen mayor potencial para ser exportados hacia Corea del Sur?
5. ¿En qué medida el intercambio Comercial promoverá una mayor participación por parte del empresario salvadoreño?

6. ¿Los aranceles que se manejan en el tratado comercial? ¿Qué tan flexibles son para incentivar la exportación?
7. ¿Cuál es el perfil exportador que están buscando?
8. ¿En el largo plazo el TLC se puede modificar o renegociar para que otros productos puedan ser exportados hacia Corea del Sur con aranceles preferenciales?
9. ¿Cómo los empresarios surcoreanos aprovechan los productos salvadoreños, en forma de materia prima o como producto terminado?
10. ¿Qué interés muestran los empresarios surcoreanos en invertir en El Salvador? Y cuáles son las industrias o sectores más atractivos, ¿por qué?
11. ¿Por qué Corea del Sur es un destino atractivo para exportar?
12. ¿Qué pueden hacer las instituciones para difundir las oportunidades del TLC?

DATOS DE CONTROL:

Fecha _____

Hora _____

Lugar _____

Entrevistador _____

8. UNIDADES DE ANÁLISIS

8.1. Determinación de unidad de análisis

La unidad de análisis utilizada fue el directorio de exportadores de PROESA, debido a que representa a cada uno de los sectores productivos, y es considerado importante para respaldar la investigación.

Se incluyó dentro de la investigación empresas exportadoras de diversos rubros que se encuentran en los departamentos de San Salvador y La Libertad con el fin de que sea representativa de todos los sectores productivos. Se excluirán de la investigación empresas exportadoras que se encuentren en otros departamentos distintos de San Salvador y La Libertad.

Esta unidad de análisis fue considerada para obtener la información que luego fue clasificada agrupada y tabulada según los objetivos de la investigación para luego presentar gráficamente los resultados y con ello dar respuesta a las hipótesis planteadas en el desarrollo del análisis del tema de investigación.

PROESA es una de las instituciones que da asesoría a los exportadores permitiéndoles que puedan exportar sus productos a diversos destinos, brindando asistencia técnica, es por ello que su directorio agrupa a exportadores de todos los rubros y es considerado un referente para realizar la investigación, debido a que permite contar con un conglomerado de empresarios que se dedican a exportar sus bienes y servicios que son la unidad de análisis para la investigación.

8.2. Sujetos de investigación

Los sujetos de la investigación fueron determinados por los exportadores de San Salvador y La Libertad de los sectores incluidos en el directorio de PROESA el cual reúne parte de las empresas que se dedican a producir sus bienes y/ o servicios para comercializarlos fuera de El Salvador.

Es importante mencionar que las empresas exportadoras en su mayoría se concentran en los departamentos seleccionados, razón por la que los sujetos a estudiar serán representativos de todos los sectores económicos del país, logrando con ello información que permita dar respuesta a las interrogantes de la investigación.

Los sujetos de la investigación fueron exportadores de diversos rubros, situados en los departamentos de San Salvador y La Libertad, fueron seleccionados mediante fórmula estadística de población finita, con el objeto de que sea representativa y permita obtener la información necesaria para dar respuesta a las interrogantes de la investigación.

9. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA

9.1. Cálculo muestral

9.1.1. Enfoque cuantitativo.

Se procedió a realizar la encuesta de opinión a los exportadores salvadoreños de los departamentos de La Libertad y San Salvador, cuyos datos serán posteriormente presentarlos como resultados de la investigación, la elección de la muestra se determinó mediante la aplicación de fórmula estadística de población finita la cual indica el número de 112 encuestas que deben ser realizadas para obtener la información necesaria para presentar los resultados obtenidos mediante un informe estadístico infográfico, y que sea representativa del universo.

La muestra fue calculada considerando una población finita mediante el uso de la siguiente fórmula:

Fórmula población finita

$$n = \frac{Z^2 pq N}{(N-1) e^2 + Z^2 pq}$$

Donde la población a tomar en cuenta fue el directorio de exportadores de PROESA con el cual se determina la cantidad de exportadores a encuestar.

9.1.2. Enfoque cualitativo.

En este enfoque se realizó mediante entrevistas a representantes de instituciones de comercio exterior en El Salvador los cuales se seleccionaron con el muestreo causal o incidental para obtener información que enriquezca y sustente el tema en estudio para luego presentar los resultados de forma efectiva. Este muestreo se trata de un proceso en el que el investigador selecciona directa e intencionadamente a los individuos de la población. El caso más frecuente de este procedimiento es utilizar como muestra individuos con los que se tiene fácil acceso (Ferrer, 2010).

9.2. Tipo de muestreo

El muestreo que se utilizó en el proceso de investigación es no probabilístico o dirigido. Según Sampieri las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio¹³ estadístico de generalización. Se utilizan en diversas investigaciones cuantitativas y cualitativas (Sampieri, 2014).

Se ajusta a la investigación que se está desarrollando y permite determinar a los participantes para obtener la muestra más representativa mediante el uso de la fórmula estadística para poblaciones finitas, con el propósito que sean idóneos para el objeto de estudio, para la selección de la muestra se toma en cuenta la ubicación geográfica de los exportadores, que se encuentran en los departamentos de San Salvador y La Libertad, adicionalmente se seleccionaron a aquellos exportadores de productos finales y materias primas, dejando de lado los servicios en

¹³El criterio se fundamenta en un tamaño del efecto mediano, de acuerdo con el criterio de Cohen (1988)

consecuencia que se pretende identificar las oportunidades de mercado para productos tangibles salvadoreños en el mercado surcoreano.

9.3. Fórmula a utilizar

Al referirse a los sujetos de investigación exportadores del directorio de PROESA se cuenta con una población que se considera finita, se utiliza la siguiente formular para facilitar el proceso de investigación.

En donde:

Z= nivel de confianza.

p= Probabilidad a favor.

q= Probabilidad en contra.

N= Universo

e= error de estimación.

n= tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{(N-1) e^2 + Z^2 pq}$$

9.4. Justificación de los valores de la fórmula aplicada

Para determinar el tamaño de la muestra de los exportadores del directorio de PROESA se consideraron los siguientes criterios: se cuenta con una población finita, no se conocen investigaciones previas, a las probabilidades de que ocurra el evento (p) y la de que no se realice (q) se le asignará los valores p=0.50 y q=0.50, se toma un error del 5% esto con el fin de no reducir la validez de la información y con un nivel de confianza del 95%. Todo lo anterior con el fin de obtener resultados representativos. Quedando la fórmula de la siguiente forma.

En donde:

Z= 95% de nivel de confianza.

p= 50% de probabilidad a favor.

q= 50% de probabilidad en contra.

e= 5% de error.

N=158 Población

n=?

Sustituyendo en la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (158)}{(158-1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} = 112 \text{ Personas a encuestar}$$

La muestra obtenida fue de 112 personas, e indica que es la cantidad de encuestas representativas para recopilar la información y procesarlas para responder a la investigación.

CAPÍTULO 3: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

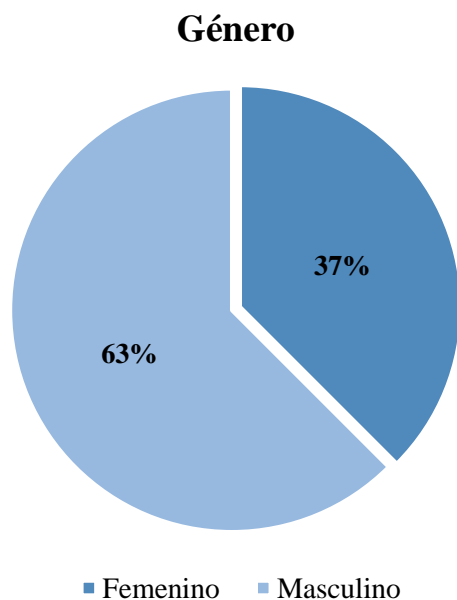
10. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

10.1. Encuesta

10.1.1. Generalidades.

Género de los exportadores encuestados

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	42	37%
Masculino	70	63%
Total	112	100%

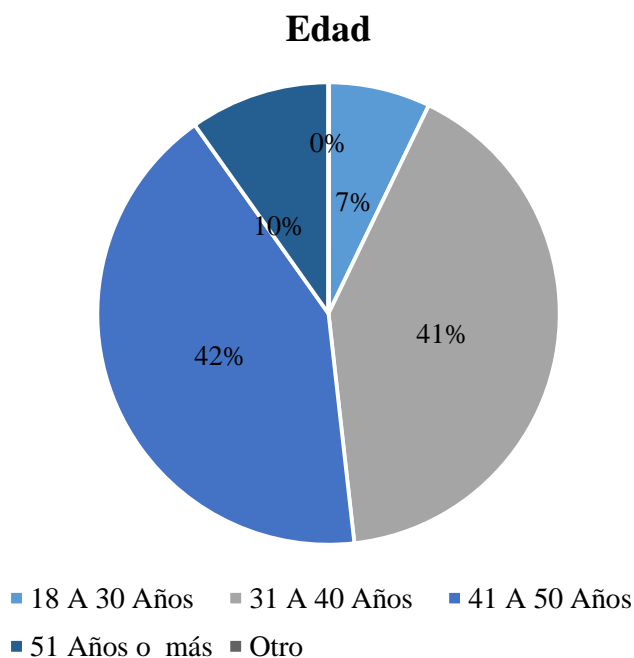


Interpretación: a través de la encuesta se logró apreciar que los exportadores dentro de la muestra forman parte del género masculino en un 63% y solo el 37% es femenino.

Análisis: El sector de exportadores en los departamentos de San Salvador y La Libertad está liderado por empresarios de género masculino, pero se identifica que el género femenino está tomando iniciativa en el rubro empresarial, con el objetivo que sus entidades incursionen en la expansión e internacionalización.

Edad de los exportadores encuestados

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
18 A 30 Años	8	7%
31 A 40 Años	46	41%
41 A 50 Años	47	42%
51 Años o Más	11	10%
Otro	0	0%
Total	112	100%



Interpretación: Las edades de los exportadores de 18 a 30 años representan un 7%, de 31 a 40 años un 41%, de 41 a 50 años un 42% siendo estos dos rangos los más representativos, y de 51 años o más representa el 10% restante.

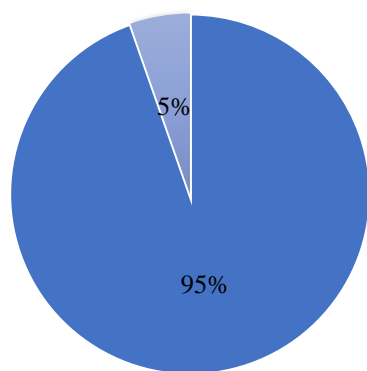
Análisis: El rango de edad más representativa de los exportadores en los departamentos de San Salvador y La Libertad ronda entre los 31 y 50 años, teniendo en cuenta que en esta etapa de la vida se adquiere la experiencia necesaria en los negocios y en los objetivos profesionales. También se observa la presencia e iniciativa representada por la juventud emprendedora que desea incursionar en esta actividad de exportación, aunque en menor escala con el 7% es importante apoyar esta pequeña porción que está buscando espacio en el comercio exterior.

10.1.2. Preguntas

1. ¿Conoce los tratados de libre comercio que El Salvador posee con los diferentes países?

Identifica los TLC's de El Salvador con otros países

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	106	95%
No	6	5%
Total	112	100%



■ Sí ■ No

Interpretación: El 95% de los exportadores de San Salvador y de La Libertad encuestados reconocen que El Salvador posee tratados comerciales con otros países y solo un 5% dijo no tener conocimiento alguno de ellos.

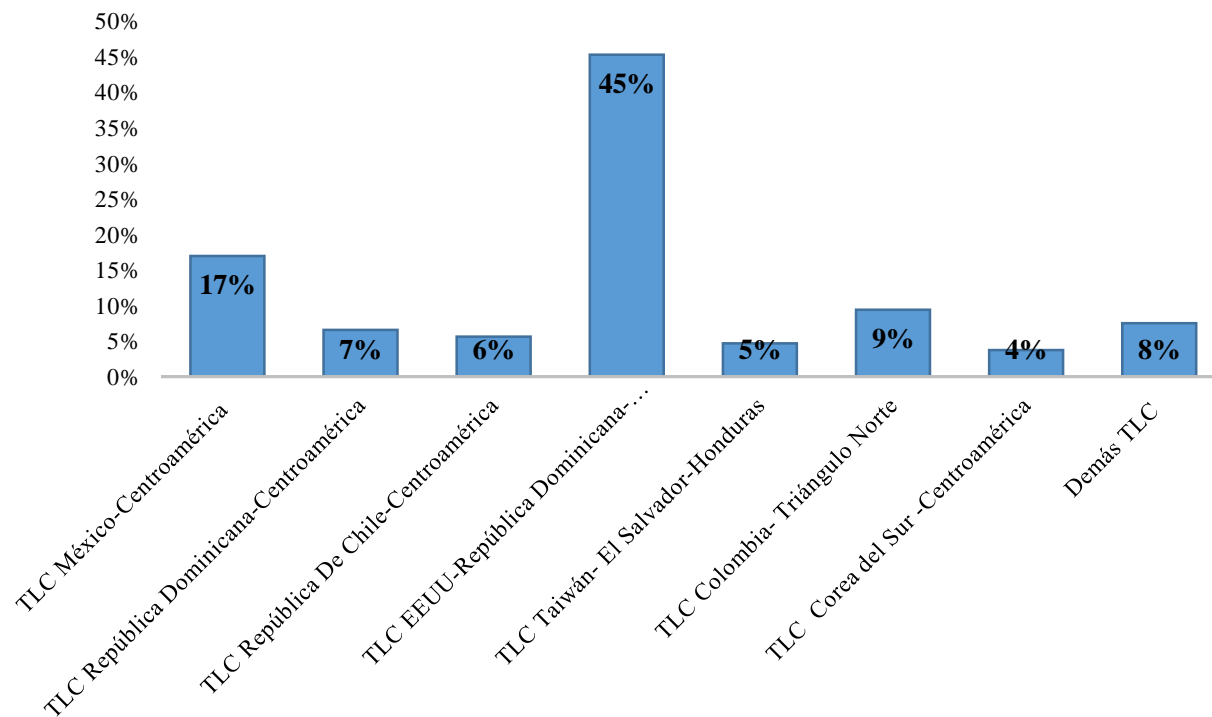
Análisis: Es de suma importancia que todo exportador tenga conocimiento de los tratados de libre comercio en los cuales participa su país, según los encuestados de los departamentos de San Salvador y La libertad están debidamente informados de su existencia, y del impacto que estos representan en el ámbito de trabajo sin embargo prefieren exportar a mercados ya explorados o que tienen cierta similitud cultural como los países de la región por la facilidad de acceso del producto sin hacerle muchas modificaciones. Una minoría de este grupo de exportadores todavía no ha tenido la inquietud necesaria para indagar sobre dicho tema que es de su propio beneficio y que les podría abrir puertas para incrementar sus ganancias.

1.1. Si su respuesta anterior es SI méncionelos, si su respuesta es NO, pase a la siguiente pregunta.

En esta pregunta abierta se agrupó la información de los TLC que obtuvieron mayor mención de la siguiente manera.

Los TLC´s más reconocidos por los exportadores salvadoreños

Tratado de Libre Comercio	Frecuencia	Porcentaje
TLC México-Centroamérica	18	17%
TLC República Dominicana-Centroamérica	7	7%
TLC República De Chile-Centroamérica	6	6%
TLC EEUU-República Dominicana-Centroamérica	48	44%
TLC Taiwán- El Salvador-Honduras	5	5%
TLC Colombia- Triángulo Norte	10	9%
TLC Corea del Sur -Centroamérica	4	4%
Demás TLC	8	8%
Total	106	100%



Interpretación: El total de los exportadores de San Salvador y La Libertad que posee conocimientos del TLC EEUU-República Dominicana-Centroamérica, es del 44%, un 17% México-Centroamérica, el 9% Colombia-Triángulo Norte, el 7% República Dominicana-Centroamérica, un 6% República de Chile- Centroamérica, el 5% Taiwán- El Salvador-Honduras, un 4% Corea del Sur-Centroamérica y los demás TLC el 8%.

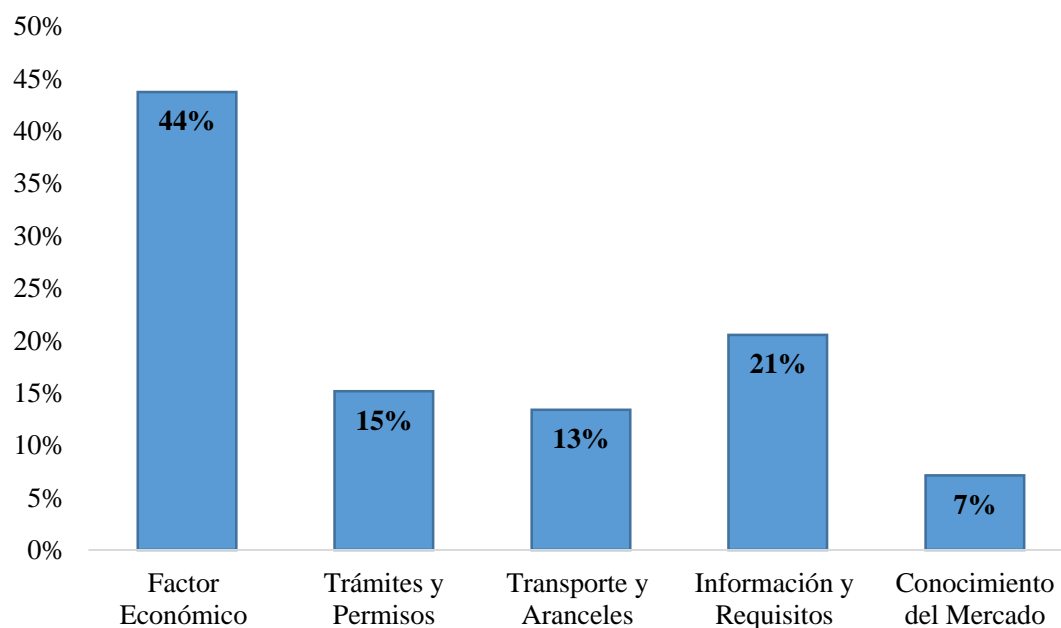
Análisis: Los tratados de libre comercio son una apertura que ayuda a los exportadores a expandir su mercado, todo exportador debe de estar informado sobre dichos acuerdos para gozar de los beneficios que promueven, los exportadores reconocen a EEUU como la oportunidad más inmediata y accesible teniendo en cuenta el porcentaje de habitantes salvadoreños y latinoamericanos que residen en este país, seguido de México y todo Centroamérica teniendo en cuenta la cercanía territorial, y las relaciones que existen entre estas naciones, por otra parte se observó que el TLC con Corea del Sur siendo el objeto de estudio no posee el conocimiento de los exportadores encuestados.

2. ¿Cuáles son las limitantes que identifica para poder exportar? Menciónelas

En esta pregunta abierta se agrupó con las siguientes opciones:

Limitantes para exportar

Limitante	Frecuencia	Porcentaje
Factor Económico	49	44%
Trámites y Permisos	17	15%
Transporte y Aranceles	15	13%
Información y Requisitos	23	21%
Conocimiento del Mercado	8	7%
Total	112	100%



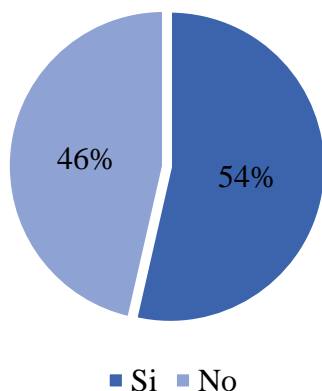
Interpretación: Como se observa en el gráfico el 44% de los exportadores encuestados considera que las limitantes para exportar se deben a un factor económico, seguido de la información y requisitos con un 21%, seguidamente los trámites y permisos con un 15%, también el 13 se encuentra representado el transporte y aranceles y finalmente con el 7% la falta de conocimiento de los mercados exteriores.

Análisis: Cuando se habla de exportación siempre surgen interrogantes para los exportadores por la falta de información o porque desconocen cuáles son las instituciones públicas que brindan apoyo informando respecto al comercio exterior y los destinos más competitivos para los productos salvadoreños, pero el factor que más incide en la toma de decisiones es el económico y como hacer con la inversión inicial que todo este proceso implica, a veces no se cuentan con los recursos financieros o con los créditos correspondientes para lograr exportar, al poseer información de las ventajas de los TLC se logra exportar de forma más competitiva a nuevos mercados.

3. ¿Está enterado que El Salvador forma parte del tratado de libre comercio entre Centroamérica y Corea del Sur?

Reconocimiento del TLC entre Centroamérica y Corea del Sur

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	60	54%
No	52	46%
Total	112	100%



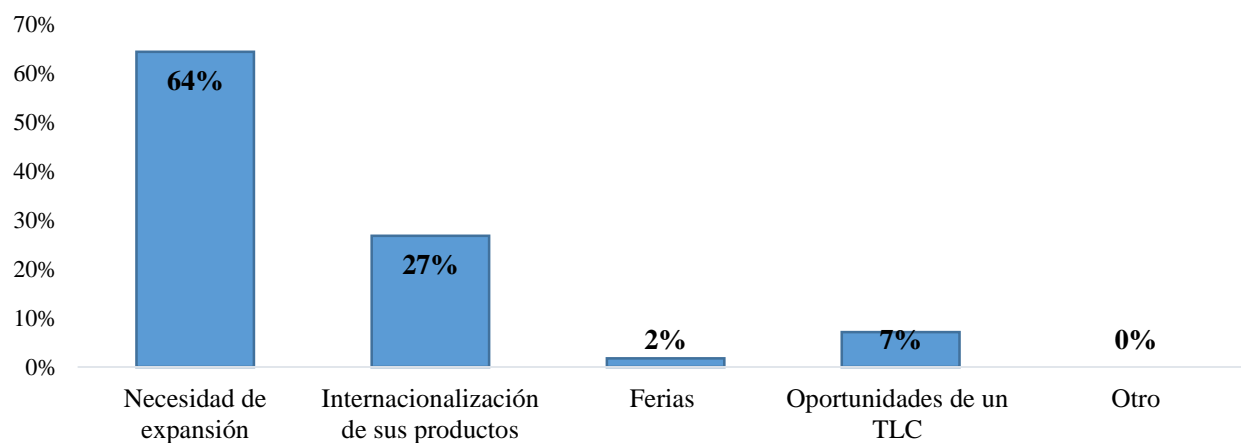
Interpretación: Respecto a esta pregunta se pretendía identificar que tan informados se encuentran los exportadores sobre nuevas oportunidades de mercado. Donde se observa que el 54% por lo menos ha escuchado respecto al TLC negociado entre Centroamérica y Corea del Sur, y el otro 46% dice desconocer información referente a dicho tratado.

Análisis: El TLC Corea del Sur –Centro América se ratificó el 21 de junio de 2018, es el acuerdo comercial más reciente que ha celebrado nuestro país, por lo que tiende a no estar tan claro para algunos de los exportadores encuestados, esto conlleva a una desinformación la cual se debe fortalecer y darle importancia para estar actualizados e informados de los cambios que pueden tener y el impacto en las actividades que realizan los empresarios inscritos como exportadores.

4. ¿Por qué decidió exportar sus productos?

Decisión para exportar los productos salvadoreños

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Necesidad de expansión	72	64%
Internacionalización de sus productos	30	27%
Ferias	2	2%
Oportunidades de un TLC	8	7%
Otro	0	0%
Total	112	100%



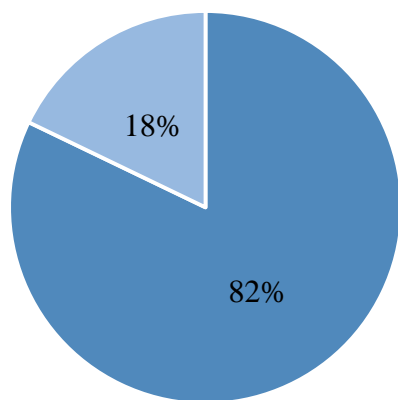
Interpretación: Los empresarios decidieron exportar sus productos por las siguientes opciones necesidad de expansión 64%, internacionalización de sus productos 27%, ferias 2% y oportunidades de un TLC 7%.

Análisis: Cuando un empresario decide ser exportador tiene varias inquietudes, respecto a ¿qué exportar?, ¿cómo lo tiene que hacer? y ¿hacia dónde? para que le genere resultados positivos en sus ingresos es por eso que una de las razones más claras para exportar es la necesidad de expansión según los encuestados al igual que la de internacionalizar y dar a conocer sus productos en otros mercados, otras opciones son las ferias que se realizan pero están representadas por un mínimo interés aunque estas podrían ser la apertura de conocimiento de mercado así como estar informado por los beneficios que puede representar un TLC.

5. ¿Cómo clasifica el producto que exporta?

Tipo de producto que exporta

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Materia prima	92	82%
Producto final	20	18%
Total	112	100%



■ Materia prima ■ Producto final

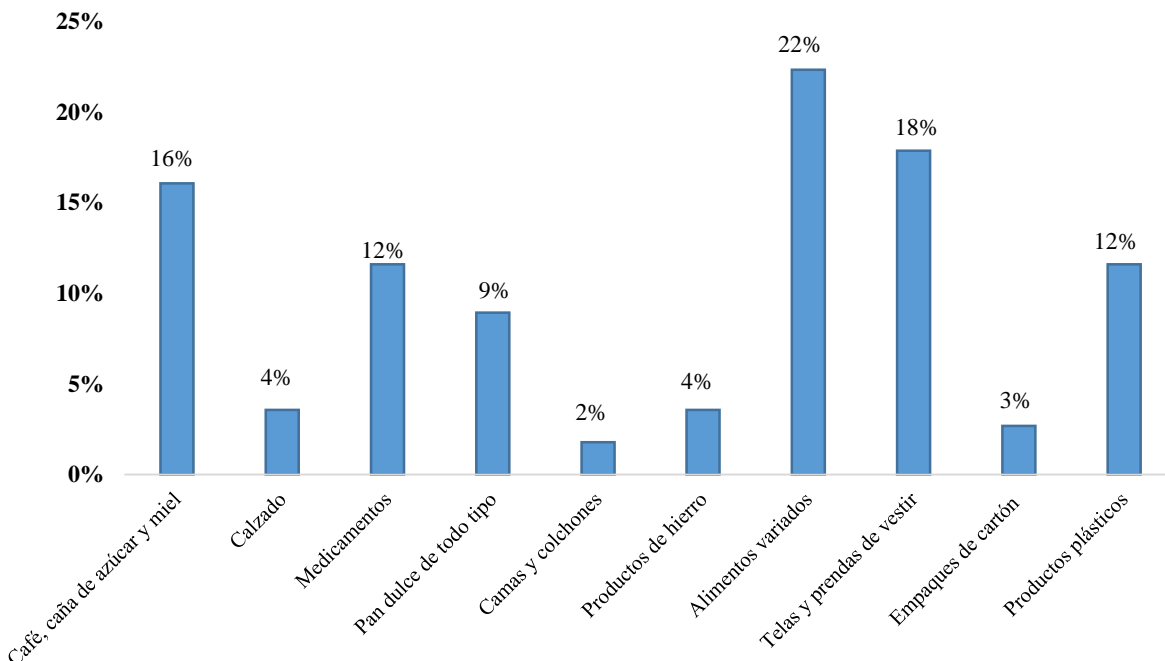
Interpretación: Según la clasificación que los exportadores encuestados dan a los productos que exportan el 82% son considerados materias primas, y el 18% restante se trata de la exportación de productos finales.

Análisis: El país tiene una variedad de productos para ofrecer, en los productos terminados se puede mencionar comida, medicamentos, prendas de vestir, servicios entre otros, estos productos son cultivados, fabricados y desarrollados con los estándares solicitados para su exportación a los distintos mercados en el exterior donde se comercializan y por otro lado tenemos la materia prima que también representa un porcentaje menor para los departamentos en estudio que es San Salvador y La Libertad, pero que son de mucho potencial por ejemplo los más fuertes son los sectores que exportan café, azúcar, granos, telas entre otros.

6. ¿Qué productos exportan?

Productos salvadoreños exportados

Productos	Frecuencia	Porcentaje
Café, caña de azúcar y miel	18	16%
Calzado	4	4%
Medicamentos	13	12%
Pan dulce de todo tipo	10	9%
Camas y colchones	2	2%
Productos de hierro	4	4%
Alimentos variados	25	22%
Telas y prendas de vestir	20	18%
Empaques de cartón	3	3%
Productos plásticos	13	12%
Total	112	100%



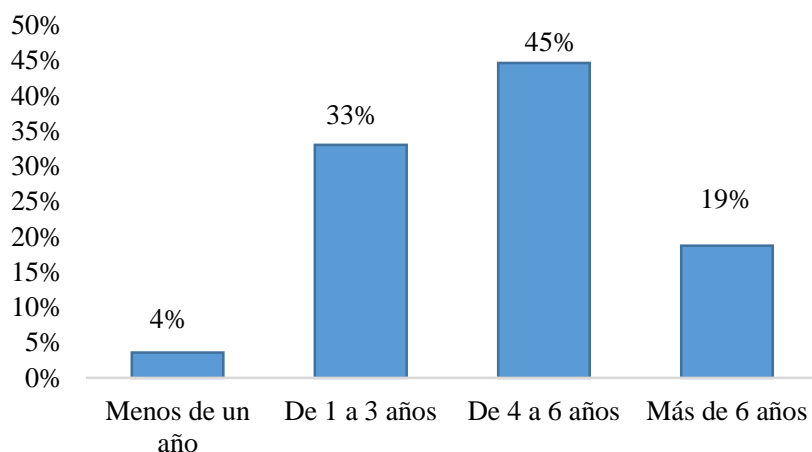
Interpretación: De acuerdo a los resultados recopilados se ha determinado que los productos que más se exportan son los alimentos con un 22% seguido de las telas y prendas de vestir con un 18%, así mismo los productos agrícolas como café y caña de azúcar que representan un 16% de los datos recopilados, en menor escala se encuentran el calzado y productos de hierro con 4%, los medicamentos y productos plásticos con un 12%. El pan dulce de todo tipo representa el 9%, los empaques de cartón con un 3% y las camas y colchones con un 2%.

Análisis: Según los datos obtenidos se ha identificado que los rubros que más se exportan son los alimentos en estado natural y procesados, telas y prendas de vestir, productos agrícolas como el café y la caña de azúcar, esto indica que El Salvador mantiene una economía basada en la producción de productos terminados, algunas materias primas y mano de obra para el área de maquilas, lo que representa el mayor recurso para competir en un mundo globalizado.

7. ¿Cuánto tiempo tiene de ser exportador?

Tiempo de exportar

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	4	4%
De 1 a 3 años	37	33%
De 4 a 6 años	50	45%
Más de 6 años	21	19%
Total	112	100%



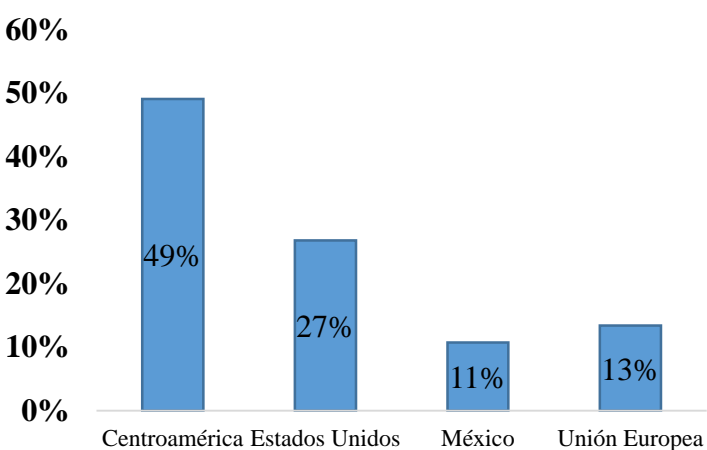
Interpretación: Se ha determinado que los exportadores salvadoreños no poseen trayectoria en esta actividad siendo el más representativo de cuatro a seis años con un 45% seguido de uno a tres años con un 33%, luego se encuentran los exportadores que tienen más de seis años y este son de un 19% y están empezando a incursionar como exportadores el 4% de los encuestados.

Análisis: Verificando los resultados obtenidos se puede apreciar que los exportadores salvadoreños son relativamente nuevos en esta actividad, debido a que en su mayoría tiene entre tres y seis años de estar llevando sus productos fuera de las fronteras, además permite identificar que falta camino por recorrer para tener experiencia y poder aprovechar de mejor manera los tratados comerciales.

8. ¿Cuáles son los destinos de sus productos?

Destinos de los productos salvadoreños

Destinos	Frecuencia	Porcentaje
Centroamérica	55	49%
Estados Unidos	30	27%
México	12	11%
Unión Europea	15	13%
Total	112	100%



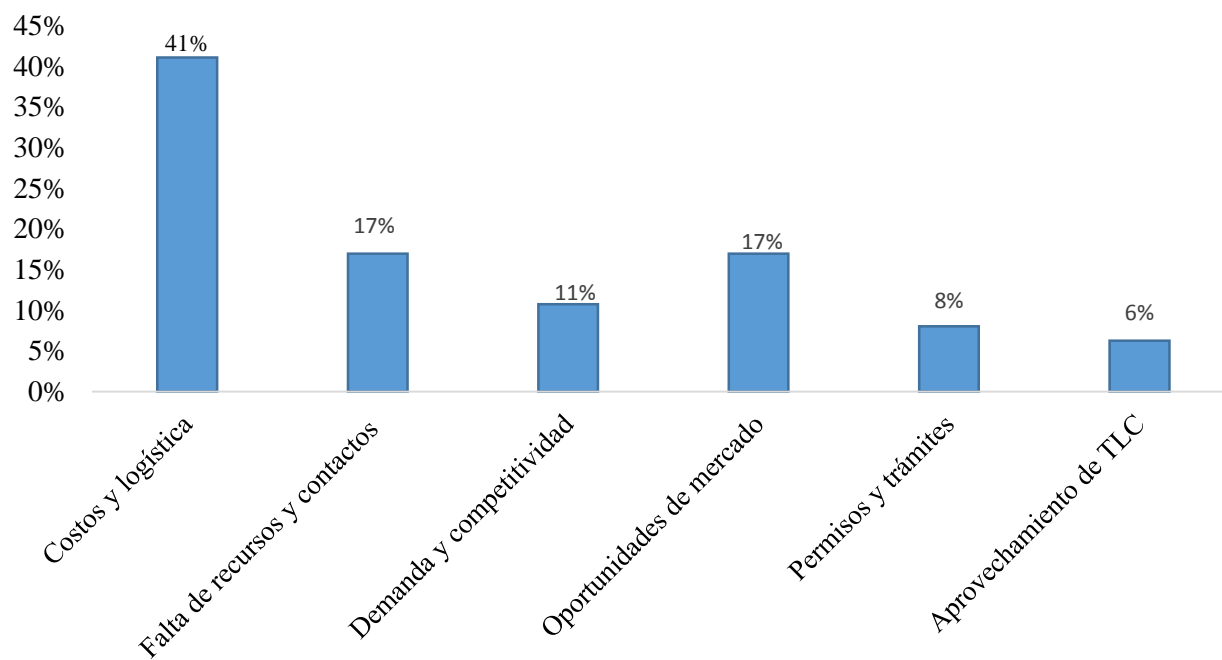
Interpretación: Los destinos hacia los cuales van las exportaciones salvadoreñas en su mayoría son en la región centroamericana que representa un 49% seguido de Estados Unidos como segundo destino con un 27% de las exportaciones y la Unión Europea está identificada con un 13% y por último el 11% restante corresponde a México.

Análisis: Es importante hacer notar que el principal destino de los productos salvadoreños es Centroamérica, y es debido a que poseen patrones de consumo y culturales similares y cercanía entre los países, lo que hace que sea más fácil llevar los productos, sin embargo se hacen grandes esfuerzos para ampliar el mercado de operación de los exportadores y muestra de ello es el porcentaje que se está llevando hacia Estados Unidos y la Unión Europea, que demuestra que se está apostando por mercados más grandes y competitivos con el fin de promover las exportaciones.

9. ¿Por qué exporta a ese destino?

Razones para exportar a determinado destino

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Costos y logística	46	41%
Falta de recursos y contactos	19	17%
Demanda y competitividad	12	11%
Oportunidades de mercado	19	17%
Permisos y trámites	9	8%
Aprovechamiento de TLC	7	6%
Total	112	100%



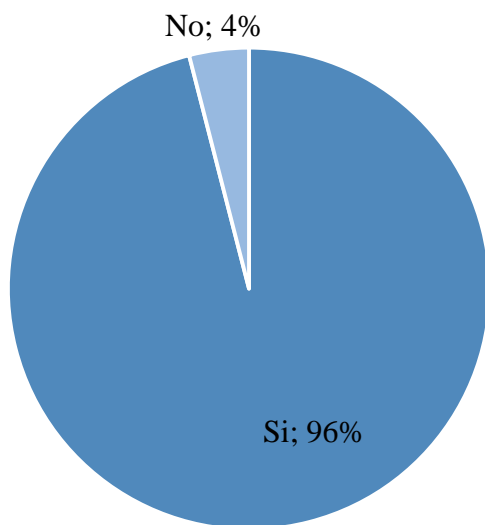
Interpretación : Entre las razones por las que los empresarios eligen los destinos como Centroamérica para exportar están los costos y logística que representa un 41% es decir son las de mayor peso al momento de decidir donde serán llevados los productos, le siguen razones como la falta de recursos y oportunidades de mercados con un 17%, la demanda y competitividad representan un 11% quedando como razones de menor impacto los permisos y trámites con un 8% y el aprovechamiento de tratados comerciales con un 6%.

Análisis: La importancia de definir que motiva a un empresario a llevar sus productos a un determinado destino, permite evaluar que tan preparado se encuentran los exportadores salvadoreños para hacer frente a grandes mercados y poder competir con un nivel aceptable si cuentan con las herramientas y recursos para aprovechar los acuerdos comerciales y poder expandirse, o por el contrario presenta dificultades para abrirse camino y se necesita mayor apoyo de las autoridades competentes en este sentido.

10. ¿Ha logrado crecer económicamente a través de la exportación?

Crecimiento económico a través de la exportación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	107	96%
No	5	4%
Total	112	100%



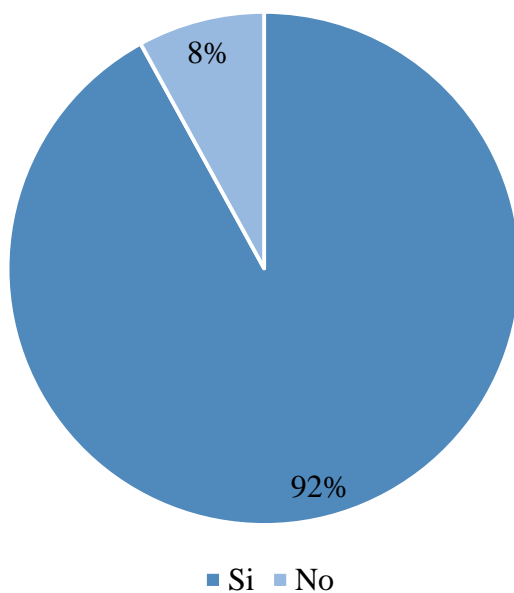
Interpretación: Mediante la encuesta se ha identificado que el 96% de los exportadores consideran que la exportación les ha permitido crecer económicamente y solo el 4% considera no haber percibido mejoras mediante este mecanismo.

Análisis: Es importante analizar el crecimiento económico de las empresas a través de la exportación porque de esta forma se puede incentivar a más empresarios para que opten por esta vía. Aunque de acuerdo a lo investigado el crecimiento económico se verá reflejado en un largo plazo.

11. ¿Consideraría exportar sus productos a nuevos mercados?

Exportaría sus productos a nuevos mercados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	95	85%
No	17	15%
Total	112	100%



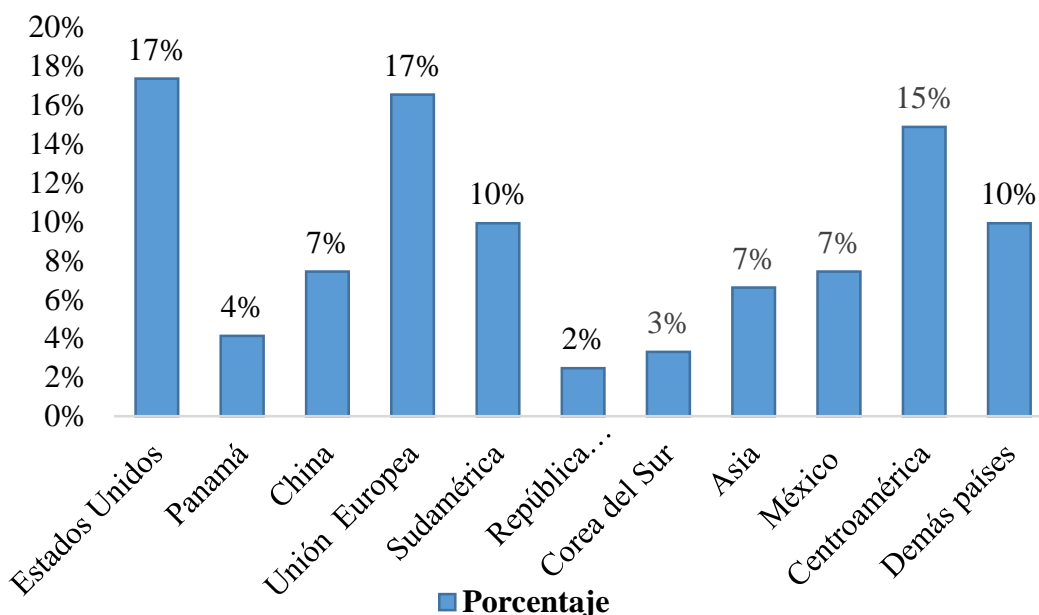
Interpretación: El 85% de los encuestados si optarían por exportar sus productos a nuevos mercados que les permita obtener una ventaja competitiva y solo un 15% no considera necesario salir de su zona de confort.

Análisis: Al observar el interés de los exportadores por explorar nuevos mercados se puede determinar que el motivo por el cual no se arriesgan es por la falta de información de una fuente confiable que les permita conocer cuáles son los mercados dentro de los cuales sus productos puedan ser más competitivos.

11.1 ¿Si su respuesta es SI mencione cuál (es)? Si es NO pase a la siguiente pregunta

Nuevos mercados considerados para exportar

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Estados Unidos	21	17%
Panamá	5	4%
China	9	7%
Unión Europea	20	17%
Sudamérica	12	10%
República Dominicana	3	2%
Corea del Sur	4	3%
Asia	8	7%
México	9	7%
Centroamérica	18	15%
Demás países	12	10%
Total	121	



Interpretación: los destinos más atractivos para los exportadores encuestados son Estados Unidos y la Unión Europea con el 17% cada uno, China, México y Asia con el 7% cada uno, Sudamérica con el 10%, Panamá con el 4%, República Dominicana con el 2%, Centroamérica con el 15%, Corea del Sur con el 3% y demás países con el 10% dentro de esta clasificación se encuentra países sobre todo del continente europeo que se encuentran fuera de la Unión Europea.

Análisis Estados Unidos es identificado como un destino atractivo de productos salvadoreños por la ubicación geográfica, la cantidad de centroamericanos que residen en ese país de manera legal e ilegal y por el acuerdo comercial que se mantiene vigente a la fecha mejor conocido como CAFTA-DR el cual incluye además a los demás países de la región centroamericana y a República Dominicana, aunque muchos productos tienen que cumplir con medidas muy estrictas que no pongan en peligro la salud de los habitantes de una nación.

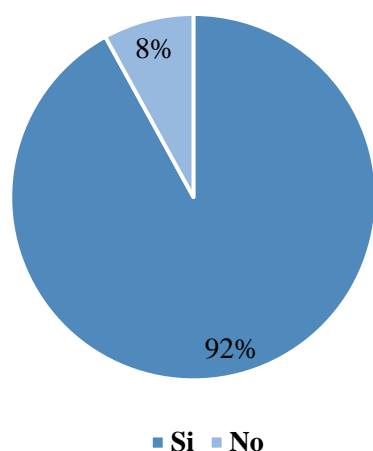
En el caso de China recientemente se han entablado acercamientos diplomáticos y económicos para que ambas partes se puedan ver beneficiadas con las importaciones y exportaciones, considerando que este socio comercial es uno de los mercados más grandes a nivel mundial; también los países sudamericanos son muy atractivos para los exportadores, por ejemplo, Colombia, Perú, Brasil, Chile, Argentina, también con algunos se cuenta con acuerdos de alcance parcial.

La Unión Europea, es un mercado grande y diversificado, y El Salvador posee un acuerdo de asociación con dicho bloque el cual hasta la fecha no ha logrado ser aprovechado óptimamente porque muchos empresarios desconocen los beneficios que poseen con este acuerdo, sin embargo el mayor inconveniente son los costos de logística y transporte tomando en cuenta que algunos son productos perecederos que requieren de cuidados especiales, Panamá también es considerado un destino atractivo por la cercanía con el país y porque es una economía que poco a poco va creciendo.

12. ¿Identifica alguna institución pública o privada que otorgue información sobre el funcionamiento de los acuerdos comerciales?

Identifica instituciones que informan sobre los TLC's

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	103	92%
No	9	8%
Total	112	100%



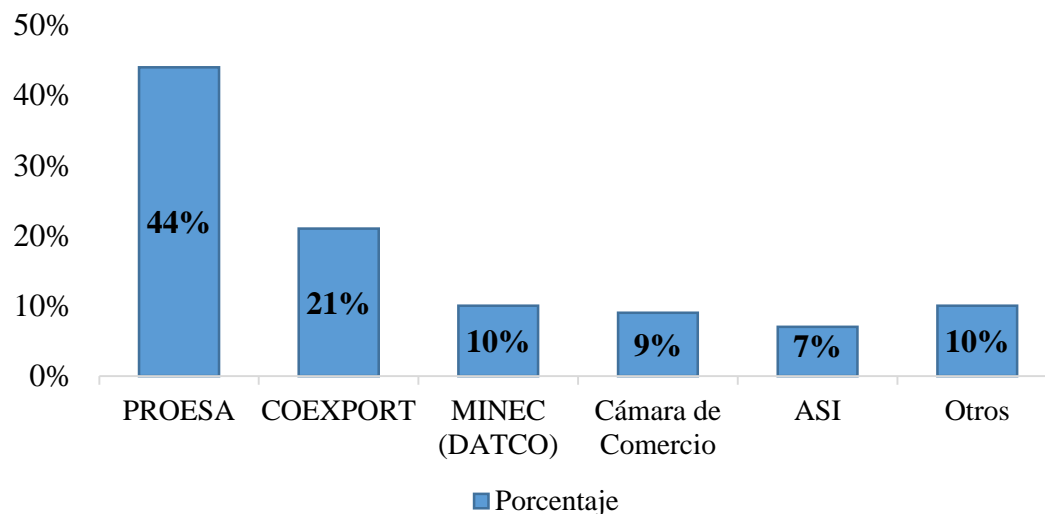
Interpretación: El 92% de los exportadores encuestados si identifica por lo menos a una de las instituciones nacionales encargadas del comercio exterior y solo el 8% afirmo desconocer cuales son las instituciones que brindan apoyo con los tratados de libre comercio.

Análisis: De lo anterior podemos decir que existe conocimiento de las instituciones que brindan apoyo, pero también hay que hacer énfasis que los exportadores consideran que no existe difusión de información que les permita obtenerla de manera inmediata.

12.1. Mencione las instituciones que identifica:

Instituciones que relaciona con los acuerdos comerciales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
PROESA	76	44%
COEXPORT	37	21%
MINEC (DATCO)	17	10%
Cámara de Comercio	15	9%
ASI	12	7%
Otros	17	10%
Total	174	



Interpretación: La institución mejor posicionada en la difusión de información para exportaciones y acuerdos comerciales es PROESA con el 44%, luego se encuentra COEXPORT con el 21%, el MINEC a través de la DATCO con el 10%, además otras instituciones entre las cuales se menciona CONAMYPE, CIEX, SIECA, etc., la Cámara de Comercio cuenta con el 9% y finalmente la ASI con el 7%.

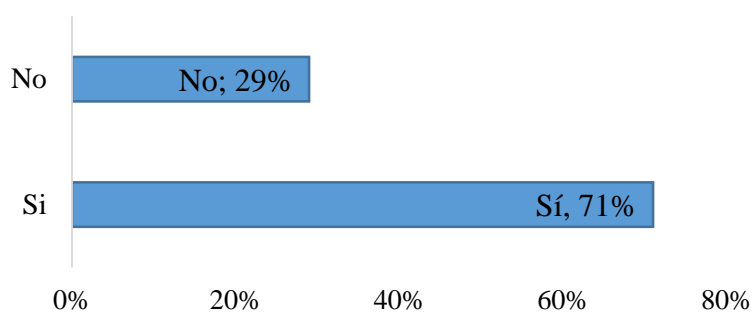
Análisis: PROESA es una de las instituciones que más contacto tiene con los empresarios y el público en general, para ofrecer información relacionada al comercio exterior y el aprovechamiento de los acuerdos comerciales, así también COEXPORT es otro gremio reconocido en el país por la labor de difusión del comercio exterior, y el MINEC desde la DATCO que según la opinión de los encuestados es una instancia que otorga información de forma oportuna y que además es de fácil acceso.

La Cámara de Comercio y la ASI también son instituciones importantes dentro del comercio exterior, es necesario identificar aquellas instituciones que trabajan de la mano con el exportador para tener un panorama respecto a las herramientas que tienen los empresarios salvadoreños para poder internacionalizar sus productos y para que futuros exportadores puedan hacer uso de estas con el fin de incentivar las exportaciones salvadoreñas.

13. ¿Estaría interesado en conocer que productos pueden ser exportados hacia Corea del Sur?

Le interesa saber si puede exportar hacia Corea del Sur

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	80	71%
No	32	29%
Total	112	100%



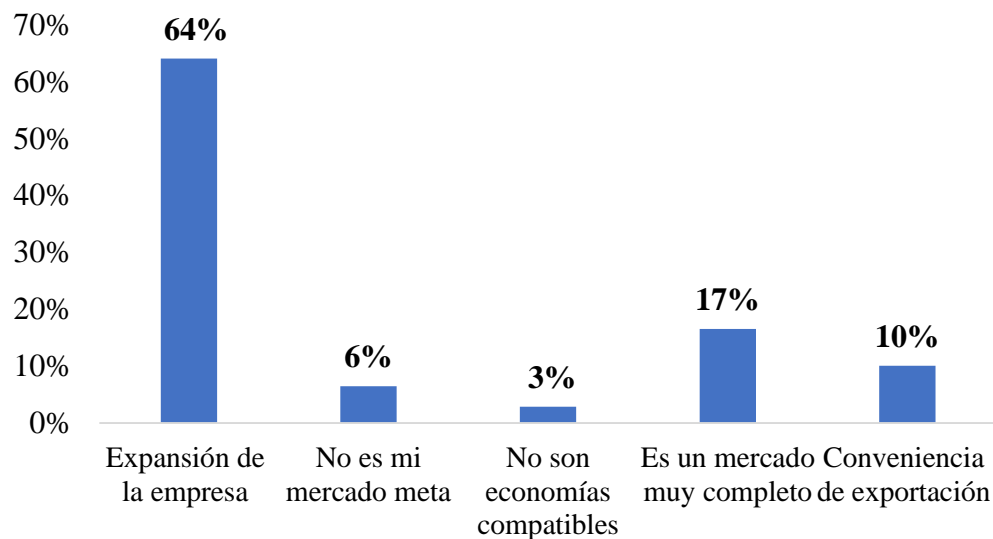
Interpretación: El 71% de los encuestados se encuentra interesado en identificar si sus productos se pueden exportar hacia Corea del Sur aprovechando los beneficios del acuerdo comercial entre ese país y Centroamérica, el otro 29% no lo considera como un mercado potencial para sus productos.

Análisis: El 71% que dijo estar interesado en conocer si sus productos tienen potencial para ser exportados hacia Corea del Sur también forman parte de aquellos que buscan oportunidad de expansión pero que desconocen los beneficios y oportunidades que dicho tratado implica el 29% restante no consideran necesario porque se encuentra cómodo en los mercados que actualmente tienen presencia o porque el producto que exporta no está hecho para un mercado tan exigente como el surcoreano.

13.1. ¿Por qué estaría interesado?

Razones para exportar al mercado surcoreano.

Razones	Frecuencia	Porcentaje
Expansión de la empresa	89	64%
No es mi mercado meta	9	6%
No son economías compatibles	4	3%
Es un mercado muy completo	23	17%
Conveniencia de exportación	14	10%
Total	139	100%



Interpretación: El 64% considera necesario conocer si su producto es exportable hacia Corea del Sur, como una oportunidad de expansión de sus empresas, el 17% lo considera un mercado muy completo y estable, el 10% por conveniencia de exportación es decir si es verdad que su producto tendrá acceso inmediato al mercado y sin aranceles costosos el 3% lo considera como economías no compatibles y el otro 6% no considera que sea mercado meta.

Análisis: El 64% que identifica la necesidad de poseer conocimiento respecto a los productos exportables hacia Corea del Sur es para poder expandirse como empresa y tener la oportunidad de internacionalizar sus productos, el 17% lo considera un mercado muy completo y además atractivo para exportar al no estar saturado por otras economías con productos que se dan en abundancia en la región centroamericana, el 10% identifica que pueden obtener una conveniencia de exportación al aprovechar las oportunidades que el TLC firmado con ese país puede contener.

El 9% que responde de forma negativa es decir que no lo consideran como mercado meta, ni como economías compatibles, se puede tratar por el tipo de productos que exportan, también por la distancia geográfica que existe, sin embargo, con el informe estadístico infográfico de productos con potencial exportador se pretende precisamente identificar aquellos productos que más posibilidades poseen de ingresar al mercado surcoreano.

10.1.3. Análisis global

Una vez obtenidos los resultados de la muestra se puede establecer que la mayoría de exportadores son del género masculino y están entre las edades de cuarenta y uno a cincuenta años, así mismo un alto porcentaje tiene conocimiento de los acuerdos comerciales que tiene El Salvador, sin embargo el que más identifican es el acuerdo entre Centroamérica y Estados Unidos, es decir el CAFTA-DR, y por consiguiente es el que más se aprovecha siendo Estados Unidos uno de los principales destinos por el que optan los empresarios salvadoreños para exportar sus productos, además hay que recordar el gran número de residentes centroamericanos en dicho país por lo que los productos salvadoreños son demandados.

Por otra parte entre las limitantes para exportar que se identificaron, está en primer lugar el factor económico, seguido del acceso a la información y requisitos así como trámites y permisos para los productos y por último se encuentran el transporte y los aranceles, cabe destacar que un buen número de los empresarios salvadoreños encuestados son relativamente nuevos en la actividad de exportación con un rango de cuatro a seis años llevando sus productos a otros mercados y es por ese motivo que necesitan más acceso a la información y es ahí donde las instituciones encargadas de promover el comercio deben enfocar sus esfuerzos para que cada día más empresarios tengan asesoría técnica y puedan conocer de primera mano cómo exportar sus productos a nuevos mercados ya sea como materia prima o producto terminado.

Falta mucho para tener un sector empresarial bien informado en cuanto a las oportunidades a través de los acuerdos comerciales, que les permita aprovecharlos de mejor manera, así como de instituciones que hagan más por divulgar dicha información y ayudar con eso a que los sectores productivos orienten sus esfuerzos en convertirse en exportadores para promover el crecimiento económico en el país.

10.2. Entrevistas

10.2.1. Guía de preguntas entrevistas

- 1) ¿Qué expectativas tiene El Salvador con el Tratado Comercial entre Centroamérica y Corea del Sur?

De acuerdo a las respuestas obtenidas se puede establecer que las expectativas con este TLC están enfocadas al acceso al mercado surcoreano que permitirá que los exportadores salvadoreños puedan ingresar con facilidad y promover así sus productos, dentro de los sectores

con mejores condiciones de exportación son los de pesca, azúcar, café, jugos y néctares, calzado de plástico y de cuero, medicamentos, además beneficios en los costos de productos importados desde Corea del Sur.

De la misma forma se ha tomado en cuenta proteger sectores salvadoreños vulnerables como lo son las industrias de hierro, aluminio, textil y confección, lácteos, granos básicos, avícolas y plásticos. Consideran un Tratado beneficioso para la región centroamericana.

2) ¿Qué beneficios ofrece para el exportador salvadoreño este acuerdo comercial?

El acceso inmediato de ciertos productos hacia el mercado surcoreano entre ellos los medicamentos, café oro y las boquitas insufladas, camisas de algodón para hombre y mujeres, calzoncillos de punto de algodón, lo que beneficia a sectores específicos directamente.

De igual forma busca este tratado potenciar los flujos de inversión extranjera, porque actualmente se cuenta con inversión desde Corea del Sur por ejemplo dentro del sector textil. Con la entrada en vigencia del tratado se espera que muchos más inversionistas se establezcan en el país.

3) ¿Qué sectores productivos son los que han sido considerados en el Tratado Comercial?

En el caso de los sectores salvadoreños beneficiados son sector agrícola con el café y caña de azúcar, medicamentos, industria de calzado, boquitas insufladas, colchones, néctares y jugos, productos de pesca, textil y confección entre otros.

En el caso de los productos más relevantes provenientes de Corea del Sur son: automóviles, llantas, autopartes, teléfonos móviles, productos de tecnología, cosméticos y línea blanca.

4) ¿Qué productos tienen mayor potencial para ser exportados hacia Corea del Sur?

Las materias primas como el café oro y caña de azúcar, así mismos medicamentos, las boquitas insufladas, calzado de plástico y cuero, según lo expresado por los colaboradores coinciden en estos productos.

5) ¿En qué medida el intercambio comercial promoverá una mayor participación por parte del empresario salvadoreño?

Permitirá que se involucre más en conocer los tratados comerciales para aprovechar las oportunidades que se le puedan dar al producto que fabrica, y en la medida que esté familiarizado con los aspectos del acuerdo se enfocará en producir o mejorar lo que el mercado surcoreano demanda. Además, aunque no es lo principal pero la reducción de los costos de importación de igual forma benefician a la producción salvadoreña, y les permite ser más competitivos.

6) ¿Los aranceles que se manejan en el tratado comercial? ¿Qué tan flexibles son para incentivar la exportación?

Se considera un acuerdo muy favorable para los productos salvadoreños debido a que dentro de las categorías de desgravación se encuentran varios sectores beneficiados, en la categoría A o de acceso inmediato se encuentran por ejemplo la pesca, azúcar, café, jugos y

néctares, calzado de plástico y de cuero, medicamentos, y luego se irán eliminando los aranceles en otras mercancías que van desde la categoría B que conforma tres tramos anuales. La categoría C con cinco años. La categoría D con siete años, la categoría E que eliminará aranceles en diez tramos iguales y así sucesivamente.

7) ¿Cuál es el perfil exportador que están buscando?

Dentro del perfil exportador a corto plazo, coinciden los entrevistados que se trata principalmente de empresas bien establecidas y con experiencia en la exportación, Sin embargo, no descartan la participación de PYMES, a las cuales también es necesario apoyarles para que puedan introducir sus productos al mercado surcoreano en el mediano y largo plazo.

8) ¿En el largo plazo el TLC se puede modificar o renegociar para que otros productos puedan ser exportados hacia Corea del Sur con aranceles preferenciales?

Este tratado comercial permitirá renegociar los términos de desgravación arancelaria, dentro de esta modalidad instituciones como PROESA están evaluando incluir en el corto plazo la desgravación arancelaria de categoría A o de acceso inmediato, a productos como el noni que en Corea del Sur es muy demandado.

9) ¿Cómo los empresarios surcoreanos aprovechan los productos salvadoreños, en forma de materia prima o como producto terminado?

Puesto que el tratado es nuevo se espera que los empresarios surcoreanos aprovechen los productos salvadoreños no solo como materia prima en productos como el azúcar a granel y el café oro, sino también como productos terminados que posean algo de valor agregado.

10) ¿Qué interés muestran los empresarios surcoreanos en invertir en El Salvador? Y cuáles son las industrias o sectores más atractivos, ¿por qué?

Por el momento es muy prematuro hablar de una inversión surcoreana fuerte, sin embargo, hay empresas surcoreanas funcionando en el país, con el TLC se espera que estas sigan incrementando sus inversiones y que otros inversores surcoreanos vean el potencial que El Salvador posee.

11) ¿Por qué Corea del Sur es un destino atractivo para exportar?

Por el amplio mercado que posee, además de ser una de las economías que más ha crecido en los últimos diez años, lo cual lo posiciona en un mercado favorable para invertir. Además, hay que tomar en cuenta la accesibilidad que dentro del TLC han demostrado permitiendo el acceso inmediato de varios productos salvadoreños. No se puede descartar la posibilidad de seguir internacionalizando los productos de El Salvador.

12) ¿Qué pueden hacer las instituciones para difundir las oportunidades del TLC?

En cuando a divulgación estamos un poco cortos, pues la mayoría de exportadores manifiestan que la asistencia técnica por parte de las instituciones juega un papel importante para promover las exportaciones y que se deberían buscar mecanismos que permitan que llegue a todos los interesados la información de los acuerdos comerciales y los procesos para aprovecharlos sean menos complejos.

Individualmente PROESA si manifiesta que ellos tratan de mantenerse cerca del exportador y de facilitarle la información y el apoyo cuando este lo requiera, sin embargo, reconocen que deben seguir trabajando para que la difusión de la información pueda llegar a más empresarios.

Además, dentro del Ministerio de Economía existen dependencias que ayudan al exportador, pero para obtener acceso deben de registrarse, lo que sugiere una ventaja pues los datos estadísticos del MINEC se pueden mantener actualizados, sin embargo, para algunos empresarios resulta engorroso realizar dicho procedimiento cuando solo desean poseer información acerca de un tratado de libre comercio específico o estudios de mercado en el exterior.

10.2.2. Análisis global

El acuerdo Comercial con Corea del Sur presenta ventajas inmediatas para productos específicos como el café oro, caña de azúcar , medicamentos y boquitas insufladas que serán los primeros en tener un acceso sin restricciones, esto beneficia significativamente al empresario salvadoreño para poner sus productos en un mercado tan competitivo como el surcoreano, logrando con ello que se abran nuevas oportunidades para producir y expandirse; por otra parte el acuerdo es flexible y permitirá que nuevos productos se vayan incorporando en plazos escalonados que van desde los tres a los diez años.

Si bien es cierto que muchos empresarios salvadoreños conocen como exportar sus productos, aún falta mucho trabajo por parte de las instituciones encargadas de promover el comercio para llevar información a más sectores y que puedan incorporarse y tener asesoría técnica para llevar sus productos al exterior y aprovechar así los acuerdos comerciales.

Este Tratado de libre comercio es considerado uno de los más beneficiosos que ha firmado El Salvador, debido a la amplia apertura que el mercado surcoreano está teniendo, logrando así que se aprovechen de todas las maneras posibles por medio de exportaciones de productos importantes e importaciones de materia prima y productos terminados a bajo costo con el fin de dinamizar la economía y lograr un crecimiento económico.

11. PLAN DE SOLUCIÓN

1.1. Objetivos de la propuesta.

1.1.1. Objetivo general.

- ✓ Presentar un informe estadístico infográfico que muestre los productos con potencial exportador y las oportunidades de mercado dentro del tratado de libre comercio entre Corea del Sur y Centroamérica.

1.1.2. Objetivos específicos.

- ✓ Identificar los productos salvadoreños con oportunidades de acceso inmediato al mercado surcoreano respaldado por el tratado de libre comercio entre Corea del Sur y Centroamérica.
- ✓ Explicar las principales oportunidades de mercado que ofrece para los sectores productivos salvadoreños con el tratado de libre comercio entre Corea del Sur y Centroamérica.
- ✓ Desarrollar un informe estadístico infográfico como propuesta para la difusión de información relevante acerca de los productos con potencial exportador hacia Corea del Sur.

11.2. Importancia de la propuesta.

11.2.1. Importancia para los exportadores.

De acuerdo a la investigación es notorio que los exportadores salvadoreños muchas veces desconocen los beneficios que la firma de tratados de libre comercio puede significar para ellos, por ejemplo, para el TLC en estudio la información que manejan es que se está negociando, pero no identifican los productos o sectores productivos con oportunidades a corto plazo o bajo qué medidas de desgravación arancelaria se encuentra su producto.

Entendiendo esta problemática se identificó cuáles son los sectores productivos más favorecidos y también cuáles se encontrarán protegidos para que no se vean afectados con importaciones desde Corea del Sur, se pretende facilitar esta información a los exportadores para que lo tomen en consideración como un mercado que ofrece oportunidades a los productos salvadoreños.

Un informe estadístico infográfico es una herramienta que permite conocer de manera sintetizada los resultados de una investigación, es de vital importancia para los exportadores identificar si sus productos poseen potencial para ser exportados al mercado surcoreano, a continuación la propuesta muestra una representación gráfica y de fácil comprensión de los elementos claves dentro del marco del TLC, así mismo se mantiene informado a los exportadores sobre las industrias más favorecidas en el corto plazo con este tratado.

11.2.2. Importancia para la sociedad

El impacto dentro de la sociedad salvadoreña se puede visualizar en la generación de empleos ya sea por el incremento de las exportaciones al aumentar la demanda de productos salvadoreños en el exterior que de igual forma se requiere de más mano de obra, más insumos, y además del incremento de las inversiones al país, por ejemplo de Corea del Sur se cuenta con inversión a través de la industria textil, de acuerdo a la investigación desarrollada se espera que estas condiciones no solo se mantengan sino que mejoren en el corto y largo plazo.

Al generar empleos y tecnificar la mano de obra salvadoreña se mejoran también las condiciones de vida dentro del país, del mismo modo los productos salvadoreños ganan prestigio dentro de la economía mundial, permitiendo el crecimiento económico. Estar respaldados por un TLC con una economía de rápido crecimiento como lo es Corea del Sur es un plus para la región Centroamericana y El Salvador.

11.3. Análisis del entorno de los exportadores salvadoreños

El Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador mejor conocido como PROESA cuenta con un directorio de treientos exportadores salvadoreños activos, dentro de los cuales existen empresas con un amplio conocimiento en cuanto al comercio exterior porque tienen mucho tiempo dentro del rubro, otras sin embargo empiezan a abrirse lugar dentro de un mercado internacional tan amplio y competitivo. Países como El Salvador buscan a través de tratados de libre comercio incrementar sus flujos comerciales para mejorar el crecimiento económico.

Con el tratado de libre comercio entre Corea del Sur y Centroamérica muchos sectores productivos salvadoreños se encuentran ante un escenario de oportunidades favorables, durante la negociación de este TLC tanto las instituciones públicas pertinentes como la empresa privada, trabajaron en conjunto para lograr un acuerdo que beneficiará a muchos sectores productivos salvadoreños, además se han tomado medidas para proteger a los sectores que puedan verse amenazados por las importaciones surcoreanas.

Por otro lado, a pesar de ser un TLC ya ratificado por las Partes involucradas, se ha dejado abierta la posibilidad de hacer modificaciones dentro del marco legal del acuerdo en busca de la continua mejora de las condiciones ante las cuales desarrollarán el comercio. Las instituciones salvadoreñas como la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO) perteneciente al Ministerio de Economía de El Salvador y El Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA) siguen analizando el acuerdo para incluir otros productos dentro de categorías de desgravación más competitivas.

El sector productivo con mayor dinamismo ha sido el agrícola, más específicamente productores de café y azúcar con altas expectativas de poder exportar su producto a gran escala al mercado surcoreano, gozando de la categoría A de acceso inmediato, esto notoriamente implica una ventaja competitiva para los productos salvadoreños ante otros países exportadores de estos que no poseen acuerdos comerciales con el país asiático.

11.4. Análisis FODA

El análisis FODA se ha desarrollado con base a lo negociado en el tratado de libre comercio y en las expectativas que El Salvador posee.

Es relevante recordar que Corea del Sur ha cedido el acceso inmediato de productos salvadoreños libres de aranceles, de los cuales son industrias importantes para la economía del país, además ha demostrado su cooperación en cuanto a aceptar medidas de protección que El Salvador ha solicitado para diferentes industrias que considera vulnerables. Es un tratado comercial muy amplio debido a que no solo incluye bienes y servicios sino también las inversiones, el país asiático busca fortalecer los lazos de amistad entre las naciones involucradas y el desarrollo empresarial.



Figura 2. Análisis FODA del TLC entre Corea del Sur y Centroamérica.

Fuente: Construcción propia.

11.5. Resumen del TLC entre Corea del Sur y Centroamérica

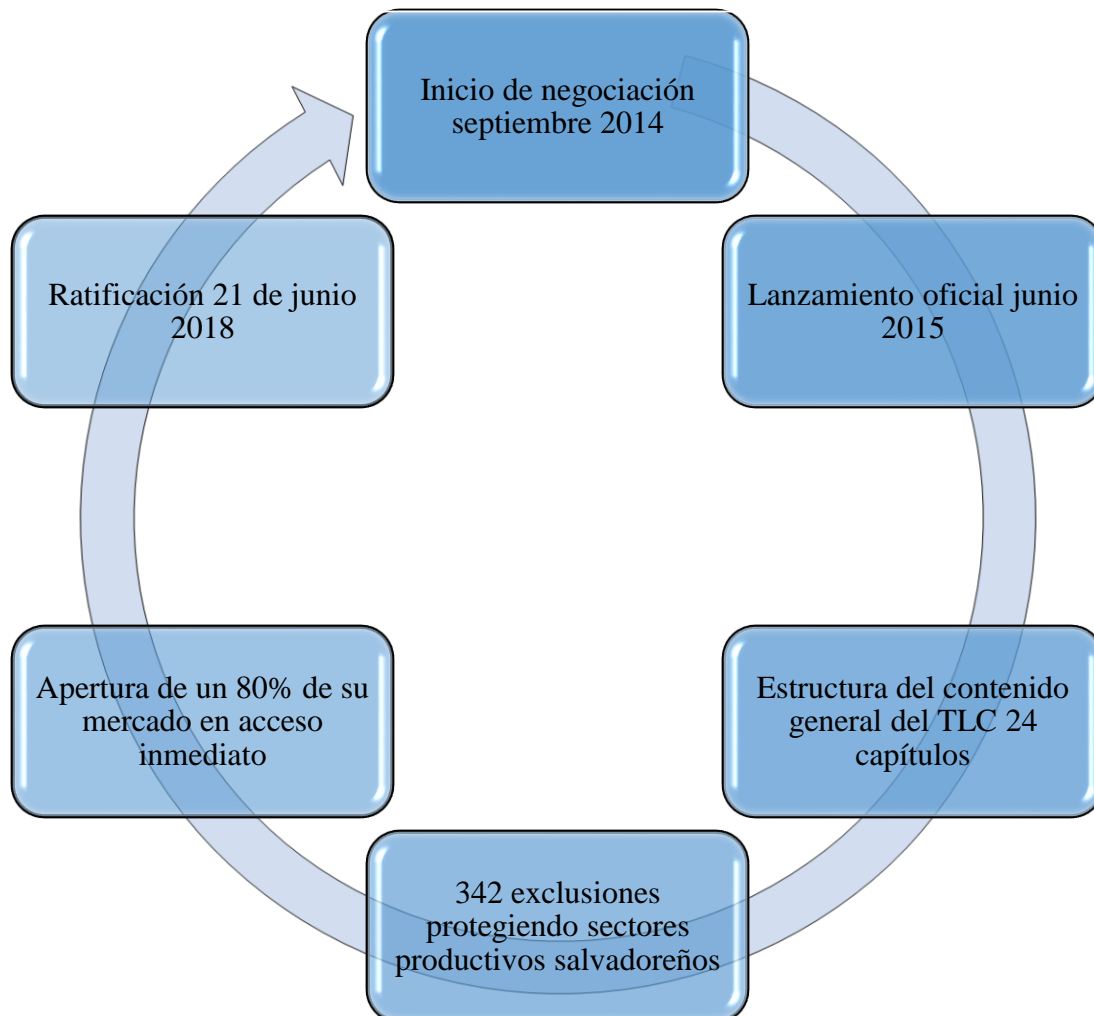


Figura 3. Resumen del TLC entre Corea del Sur y Centroamérica

Fuente: Construcción propia con datos de documento explicativo de TLC en estudio.

11.6. Acceso de mercancía salvadoreña al mercado surcoreano.

La relación marca-producto tiene alto impacto en la decisión de compra de los surcoreanos, es decir, valoran la calidad y están dispuestos a pagar por ella, para ellos el precio del producto es un equivalente con la calidad que este posee, además se encuentran mayormente interesados en productos para la salud y se fidelizan con el servicio post venta. Tienen una alta aceptación en los productos extranjeros en todos los estratos socioeconómicos. “El principal gasto en los hogares coreanos (16,1%) es en alimentos y bebidas no alcohólicas, seguido por muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar (13,6%), y en tercer término se ubica el ocio y la cultura con 11,9% del gasto total.” (Trademap, 2017).

Dentro de las mercancías con mayor interés exportador de los salvadoreños son las del sector agrícola destacando el azúcar cruda y el café oro, dentro de las negociaciones se encontraron fuertemente involucrados empresarios de este rubro, se espera que las exportaciones incrementen cuando el TLC se encuentre vigente.

Según datos del BCR, los destinos de la azúcar cruda salvadoreña son: Canadá, con 111 mil toneladas métricas, Corea del Sur con 47 mil, Taiwán con 46 mil y Estados Unidos con 43 mil, con el TLC se espera incrementar la cuota de exportaciones hacia el país asiático que sin un TLC es un consumidor importante de productos y materias primas salvadoreñas. (2019)

Respecto a las exportaciones de café oro, los principales destinos son: Estados Unidos, Alemania, Japón, Canadá, Reino Unido y Escandinavia, entre otros. Al año 2018 se exportaron 760,778 quintales según datos del Consejo Salvadoreño de Café con el acceso inmediato de este producto hacia el país asiático tienen altas expectativas para que el sector siga creciendo. (Departamento de Estudios Económicos y Estadísticas Cafetaleras, 2019)

La industria farmacéutica ha logrado un aumento en sus exportaciones desde el año 2010 según datos del BCR, para el año 2018 las exportaciones ascendieron a \$ 142.20 millones de dólares, dentro de los destinos más importantes perfilan los socios centroamericanos repartido con un 25 % en Guatemala, 23 % en Honduras, 16 % en Nicaragua y 12 % para Panamá. (2019)

Las boquitas insufladas son productos que se verán también beneficiados con la desgravación categoría A dentro del mercado sureño, además se espera que en el mediano y largo plazo puedan incluirse al tratado más productos que permitan el crecimiento económico de El Salvador.



Figura 4. Productos salvadoreños con categoría “A”

Fuente: Construcción propia con información de documento explicativo de TLC en estudio.

Además, se encuentran productos que cuentan con la categoría B en desgravación arancelaria, entre los más destacados se encuentran el atún en conserva, el chocolate y los derivados del café, pasados los 3 años estos productos quedarán libres de aranceles.



Figura 5. Productos salvadoreños con categoría “B”

Fuente: Construcción propia con información de documento explicativo de TLC en estudio.

El producto más destacado que se encuentra en la categoría C que equivale a una desgravación de 5 años para que entre libre de aranceles al mercado surcoreano es el calzado de plástico, es necesario recordar que es un producto terminado que posee algo de valor agregado.

Dentro de la categoría D equivalente a 7 años en desgravación arancelaria, se tienen los néctares naturales, se espera que este rubro pueda ampliar su cartera de clientes en el exterior y pueda ser más competitiva.



Figura 6. Productos salvadoreños con categoría “C” y “D”

Fuente: Construcción propia con información de documento explicativo de TLC en estudio.

11.7. Procedimientos aduaneros y facilitación del comercio

A continuación, se presenta una serie de pasos que permitan agilizar los procedimientos aduaneros y que faciliten el comercio, permitiendo a los salvadoreños ser más competitivos.

A raíz de la investigación de campo se logró identificar que los exportadores salvadoreños consideran que una de las principales barreras para exportar son los procedimientos engorrosos que deben de realizarse para esta actividad, una manera simplificada de hacer negocios con el exterior, se ejemplifica en la siguiente figura. (Ministerio de Economía, 2017)

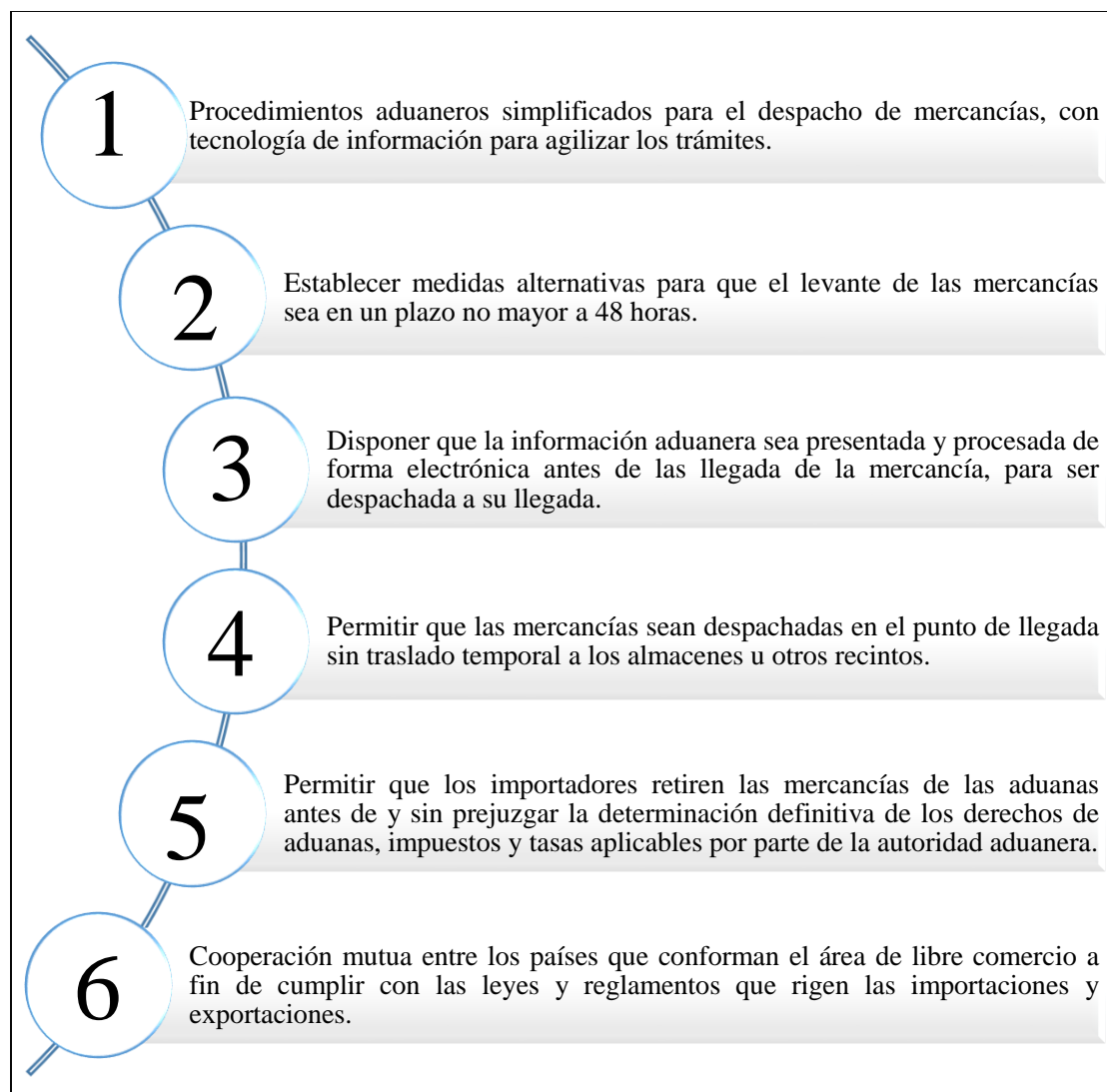


Figura 7. Procedimientos aduaneros.

Fuente: Construcción propia con información de documento explicativo de TLC en estudio.

11.8. Obstáculos técnicos al comercio

El obstáculo técnico al comercio busca establecer mecanismos que mejoren la cooperación y comunicación entre las autoridades regulatorias. En el Tratado se acordó hacer uso de las buenas prácticas de reglamentación, entre ellas, utilizar las normas internacionales pertinentes como base para la reglamentación técnica. (Ministerio de Economía, 2017)

Las partes reconocen que existe una amplia gama de mecanismos para facilitar la aceptación, en el territorio de una Parte, de los resultados de los procedimientos de evaluación de la conformidad realizados en el territorio de la otra parte. Por consiguiente, las Partes podrán acordar lo siguiente:



Figura 8. Obstáculos técnicos al comercio.

Fuente: Construcción propia con información de documento explicativo de TLC en estudio

11.9. Difusión de los Tratados de Libre Comercio

De acuerdo a la investigación se comprueba que los salvadoreños no hacen uso de la información que tienen a través de las diferentes instancias, una de las razones es porque se maneja que la atención pública es de mala calidad por ese motivo las personas prefieren no acercarse, pero lo cierto es que en las entidades gubernamentales es donde los exportadores pueden obtener la información sobre los convenios comerciales con el exterior, además pueden ser apoyados con los programas para el desarrollo de empresarios y emprendedores que poseen, por ejemplo la dependencia del Ministerio de Economía (DATCO), PROESA, COEXPORT, entre otras.

Otra de las dificultades que identifican es lograr tener acceso a los medios virtuales de las entidades gubernamentales porque se debe realizar una serie de registros, por ejemplo, para tener acceso a estudios de mercado que el ministerio de economía ha desarrollado es necesario registrarse en su portal, en ocasiones resulta tedioso, se manifiesta no poseer suficiente tiempo y además no saben si realmente esos estudios les puedan ser de utilidad.

Es probable que los métodos y medios para difundir la información no sean los adecuados o no se están utilizando al cien por ciento, es necesario analizar si los sitios web son amigables para sus visitantes, si se está haciendo uso de redes sociales para difundir información de comercio exterior, de productos con potencial exportador y de mercados con los cuales se pueden mantener negociaciones favorables.

Para solidificar la economía salvadoreña es importante que el sector público y privado trabaje en conjunto para obtener resultados en el corto y mediano plazo, además de encontrar alternativas para simplificar los procedimientos aduanales y la obtención de permisos y certificaciones, tomar en cuenta que hay muchos empresarios jóvenes que recientemente han

iniciado actividades de exportación y muchos otros que todavía no se arriesgan a realizarlo por la incertidumbre que provoca el no poseer conocimientos de las entidades que se encargan de proporcionar información e ignoran cómo funcionan los tratados de libre comercio para que puedan exportar de manera competitiva, añadiéndole que no tienen ningún conocimiento acerca de mercados exteriores, y de qué manera pueden adaptar sus productos para exportarlos a países con culturas drásticamente diferentes o variadas. Algunas medidas que se pueden tomar son:

- a) Foros: Una buena alternativa para difundir la información es a través de foros informativos sobre los tratados de libre comercio vigentes, además identificar los productos que poseen mayores oportunidades, es decir que se vean respaldados por un acuerdo para reducir costos de exportación mediante los contingentes arancelarios y cuantitativos.

Las instituciones de gobierno poseen bases de datos de los exportadores salvadoreños e identifican los productos que se están exportando, los mercados exteriores más competitivos para los productos salvadoreños y como se debe de exportar.

- b) Charlas informativas: Enfocadas a los procedimientos de exportación y al aprovechamiento de los TLC, dichas deben ser dirigidas por especialistas e impulsadas por aquellas instituciones en las cuales los exportadores se encuentran registrados o afiliados por ejemplo COEXPORT.
- c) Capacitaciones: orientadas en la competitividad productiva en el mercado exterior y en la exploración de nuevos mercados, además de promover el correcto uso de las herramientas que las instituciones públicas ponen a disposición del público en general y estudios especializados al cual pueden tener acceso los exportadores.



Figura 9. Alternativas para difundir información sobre el comercio exterior.

Fuente: Construcción propia.

11.10. Requisitos para inscribirse como exportador persona natural

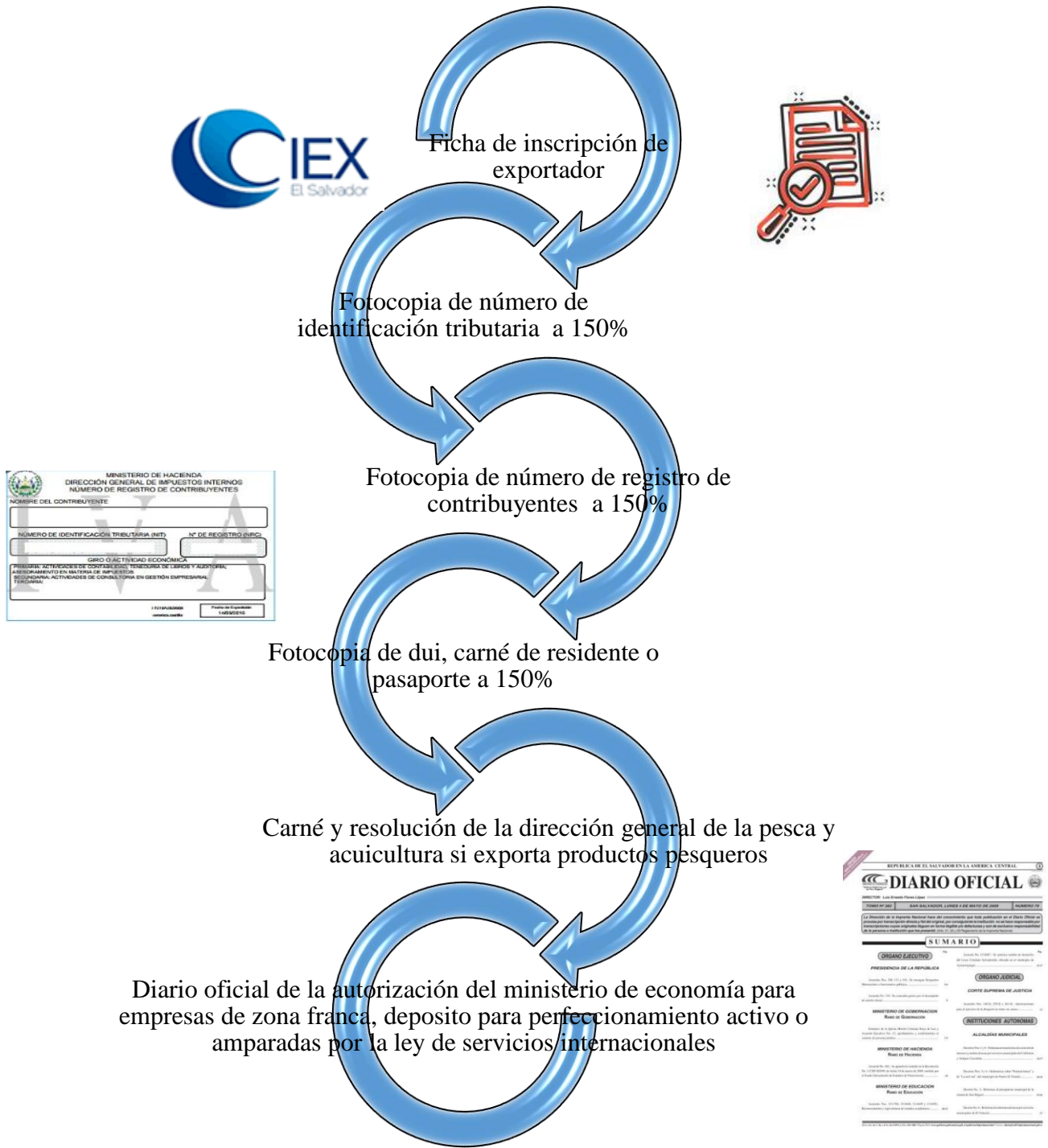


Figura 10. Requisitos de inscripción como exportador.

Fuente: Construcción propia, tomado de sitio web del Sistema Integrado de Comercio Exterior año 2020

11.11. Requisitos para inscribirse como exportador persona jurídica



Ficha de inscripción de exportador

Fotocopia de número de identificación tributaria a 150%

Fotocopia de número de registro de contribuyente a 150%

Escritura de constitución de la empresa

Credencial vigente de representación legal y dui de representante legal a 150%

Carné y resolución de la dirección general de la pesca y acuicultura, si exporta productos pesqueros

Diario oficial de la autorización del ministerio de economía para empresas en zonas francas, deposito para perfeccionamiento activo o amparadas por la ley de servicios internacionales

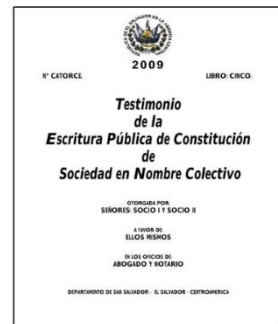


Figura 11. Requisitos de inscripción como exportador persona jurídica.

Fuente: Sitio web del Sistema Integrado de Comercio Exterior año 2020

11.12. Trámites aduaneros para la exportación a Corea del Sur

Los exportadores de alimentos de Latinoamérica deben conocer cuatro aspectos importantes para introducir sus productos al mercado surcoreano, los cuales son:

1. Licencias de importación

La gran mayoría de los productos pueden ser exportados a Corea del Sur sin ninguna licencia previa, pero se requiere una declaración de importación al momento de realizar el ingreso en ese país. Los productos son sometidos a sistemas de control dependiendo de la clasificación que tenga el importador en el servicio de aduanas. Si el importador tiene un historial de no conformidad, sus productos serán inspeccionados automáticamente. (Connectamericas, 2018).

2. Notificación

De acuerdo con la Ley de Inocuidad Alimentaria¹⁴ (*Food Sanitation Act*), para importar alimentos a Corea del Sur se debe realizar una notificación ante el *Korea Food and Drug Administration*¹⁵ (KFDA) con la siguiente información: lista de ingredientes, detalles y procesos de fabricación, informe o certificado de inspección, etiquetado coreano, y otros detalles. (Connectamericas, 2018). Tal como se respalda en el tratado los productos exportados deben estar etiquetados con lo antes mencionado para que puedan ingresar al país.

¹⁴ Esta ley establece disposiciones generales y específicas relacionadas con la fabricación, venta y distribución de alimentos y aditivos alimentarios, aparatos, contenedores y envases para alimentos y aditivos alimentarios.

¹⁵ La Administración Coreana de Productos Alimentarios y Farmacéuticos.

Si el producto es aprobado por la inspección que realiza el KFDA, la oficina de aduanas realizará el proceso de notificación de importación, según la Ley de Aduanas. Si es rechazado en la inspección, el producto puede ser devuelto, destruido o utilizado para un propósito diferente. Cualquier producto que esté sujeto a cuarentena no podrá ingresar al país hasta que se haya aprobado el análisis de riesgo de acuerdo a lo que dispone la reglamentación coreana. (Connectamericas, 2018).

3. Registro de importadores

El Gobierno de Corea del Sur introdujo el registro de los importadores conocido como el Sistema de Buenas Prácticas de Importación (GIP Importer) con el fin de facilitar la importación de productos de plantas productoras registradas. En estos casos no se requiere inspección y el producto puede ingresar al país bajo un sistema fast-track (vía rápida). (Connectamericas, 2018).

Para realizar el registro como importador, se debe llenar el formulario que se encuentra en la página web del KFDA y adjuntar los documentos necesarios. Se tienen en cuenta cinco tipos de criterios: seguridad para ingredientes y embalaje, seguridad para las instalaciones del sitio de fabricación, higiene del personal, administración de la seguridad de alimentos durante su manufactura y procesamiento y seguridad para productos terminados. (Connectamericas, 2018)

4. Inspección de productos alimenticios

Los productos alimenticios exportados a Corea del Sur deben pasar por un proceso de inspección y, si el caso lo amerita, de cuarentena. Los alimentos procesados y aditivos alimentarios están sujetos únicamente a inspección. Sin embargo, los productos de origen animal y los vegetales frescos para consumo humano están sujetos a procedimientos adicionales de cuarentena. (Connectamericas, 2018)

La Agencia de Inspección y Cuarentena de Animales, Plantas y Productos de la Pesca (*Animal, Plant and Fisheries Quarantine and Inspection Agency - QIA*) examina productos de origen animal y de pesca; mientras que el KFDA analiza alimentos procesados y aditivos alimentarios. El procedimiento de inspección se inicia con la tramitación de un formulario por parte del importador, el cual debe estar acompañado por una aprobación de importación y otros documentos necesarios según el tipo de alimento que se esté importando. (Connectamericas, 2018)

Las inspecciones que se llevan a cabo se dividen en:

- ✓ Inspección de documentos: incluye solo los documentos, también el etiquetado de los alimentos.
- ✓ Inspección organoléptica: comprende el contacto visual y de tacto con el producto.
- ✓ Inspección de laboratorio: se basa en pruebas físicas, químicas y microbiológicas de los alimentos.
- ✓ Inspección arbitraria: dependiendo de la categoría del alimento, el inspector puede llevar a cabo una inspección organoléptica y de muestreo en el área de almacenamiento. Si el producto requiere una inspección de laboratorio, es llevada a

cabo por el KFDA o por entidad reconocida para realizarla de acuerdo al *Food Code* y *Food Additive Code*. (Connectamericas, 2018)

Cuando el producto cumple con los requisitos establecidos por la regulación, se emite un certificado de importación para su posterior liberación por parte de la aduana. Si el producto no cumple los requisitos puede devolverse a su lugar de origen o destruirse. Una vez que el producto importado ingresa al mercado coreano, está sujeto a las mismas normas de vigilancia que los productos locales. (Connectamericas, 2018)

11.13. Regímenes arancelarios

Para exportar a Corea del Sur no hay restricciones solo aquellos materiales o productos que tengan que ver con armamento, energía nuclear o que se encuentran fuera del TLC.

Despacho de aduana de mercancías: El proceso de declaración en aduana para la exportación puede hacerse de 3 formas diferentes: aceptación automática, aceptación tras examinación y aceptación tras inspección. (Santandertrade, 2017)

- ✓ Aceptación automática. Cuando la declaración de exportación es automáticamente aceptada tras procesar los datos de la operación. La exportación de bienes no sujetos a inspección o sumisión a documentación es también aceptada de forma automática por el Sistema e-Clearance de Corea del Sur. (Grupo Ei Comercio Exterior, 2019)
- ✓ Aceptación tras examinación. Aplica para bienes sujetos a inspección y aquellos que no son aceptados de forma automática. Las autoridades aduanales aceptan la

exportación después de examinar los bienes declarados. (Grupo Ei Comercio Exterior, 2019)

- ✓ Aceptación tras inspección. El método se aplica a los artículos y bienes que son catalogados como de alto riesgo o si las autoridades aduanales juzgan necesaria la verificación de los artículos y bienes a exportar. (Grupo Ei Comercio Exterior, 2019)

Dentro de las declaraciones necesarias se encuentra la declaración de importación la cual debe ser realizada por la aduana que corresponda al lugar de almacenaje de las mercancías. El proceso se realizará mediante el método EDI¹⁶ especificando el nombre del propietario del carguero, un agente de aduanas y una sociedad de corredores de aduanas. (Santandertrade, 2017)

La declaración debe realizarse en un formulario de declaración de importación dejando constancia de la descripción de mercancías, así como la cantidad, el valor y otros detalles requeridos. El formulario debe acompañarse de los siguientes documentos:

- ✓ Licencia de importación (para las mercancías que lo necesiten)
- ✓ Factura
- ✓ Precio de declaración
- ✓ Conocimiento de mercancía
- ✓ Relación detallada de expedición
- ✓ Certificado de origen
- ✓ Solicitud de exención/reducción de aranceles, de tarifas preferenciales, etc.
- ✓ Control de calidad de los productos
- ✓ Empresas de control de calidad
- ✓ Red de Estándares de Servicio Coreana (KSSN)
- ✓ Agencia Coreana para la Tecnología y Estándares (KTS)

¹⁶ El EDI (*Electronic Data Interchange*) constituye una valiosa herramienta para optimizar las operativas de importación y exportación en los puertos.

- ✓ Asociación de Normas Coreanas (KSA) para KS, Normas Industriales Coreanas
- ✓ Laboratorio de Pruebas de Corea (KTL)

11.14. Cómo se transporta la mercancía hacia Corea del Sur

Principales medios de transporte: En Corea del Sur, las carreteras siguen siendo la infraestructura más importante, soportando más del 90% del volumen de transportes del país. Corea cuenta con 57 líneas ferroviarias, que siguen siendo el modo principal de transporte para mercancía pesada. (Santandertrade, 2017)

Por vía marítima cuenta con tres grandes puertos que es donde ingresa la mayoría de mercancías hacia el país asiático con un total aproximado de 17 millones de TEUs¹⁷ según cifras del Servicio Aduanal Coreano.

Puertos:

- ✓ Autoridad Portuaria de Busán (BPA)
- ✓ Autoridad Portuaria de Incheon (IPA) (en inglés)
- ✓ Autoridad Portuaria de Ulsan (UPA)

¹⁷ TEU (*Twenty-foot Equivalent Unit*) Significa Unidad Equivalente a Veinte Pies. Una TEU es la capacidad de carga de un contenedor normalizado de 20 pies (6,1 m).

Profesionales del transporte:

- ✓ Korea Container Terminal Authority (KCTA)
- ✓ Asociación de Logística Portuaria de Corea (KOPLA)
- ✓ Asociación de Marina Mercante de Corea (KSA)
- ✓ Asociación Internacional de Agencias de Marina Mercante de Corea (ISAAK)
- ✓ Asociación de Transitarios de Flete Internacional (KIFFA)
- ✓ Registro de Corea (KR)

Por vía aérea

Aeropuertos:

Existen ocho aeropuertos internacionales, incluyendo el aeropuerto internacional de Incheon, y siete aeropuertos domésticos. Alrededor de 77 líneas de pasajeros y cargamento internacionales operan con vuelos frecuentes entre Corea y muchos países de todo el mundo. (Santandertrade, 2017)

Aeropuertos Internacionales:

- ✓ Aeropuerto Internacional de Daegu
- ✓ Aeropuerto Internacional de Gimhae
- ✓ Aeropuerto Internacional de Gimpo
- ✓ Aeropuerto Internacional de Incheon
- ✓ Aeropuerto Internacional de Jeju

- ✓ Aeropuerto Internacional de Muan
- ✓ Aeropuerto Internacional de Yangyang
- ✓ Aeropuerto Internacional de Cheongju

Profesionales del transporte:

- ✓ Corporación de Aeropuertos Coreanos (KAC)
- ✓ Asociación para el Desarrollo de la Aviación Civil de Corea (KADA)
- ✓ Korean Air
- ✓ Asiana Airlines (en inglés)

Por vía terrestre

Profesionales del transporte:

- ✓ Asociación de Camioneros Coreanos (KTA)
- ✓ Korea Express
- ✓ Dongbu Express
- ✓ Hanjin Corp

12. CONCLUSIONES

El Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica, es una ventana a un mercado más amplio y competitivo en constante movimiento que permite a los empresarios salvadoreños expandir sus oportunidades de desarrollo económico, mediante la exportación a dicho país. Se identificó con la investigación que los productos con acceso inmediato a Corea del Sur son: azúcar cruda, boquitas insufladas, café de oro y medicamentos, los cuales entraran sin restricciones al país asiático.

Así mismo se determinó que los productos salvadoreños tienen gran potencial para ser exportados a Corea del Sur debido a que los asiáticos abrieron un 80% de su mercado en acceso inmediato lo que permite acceder sin ninguna limitante, por otra parte, se han establecido 342 exclusiones logrando proteger la producción nacional para no afectar los sectores productivos sensibles tanto en el sector agrícola como el industrial. Se espera que en el largo plazo se puedan incluir otros productos a este tratado comercial y aprovechar todas las ventajas que vayan surgiendo con el intercambio de bienes y servicios de modo que se aproveche al máximo el amplio mercado surcoreano.

Los países de destino de las exportaciones son en su mayoría a Centroamérica y Estados Unidos, principalmente por los productos nostálgicos en los cuales, muchos empresarios salvadoreños han encontrado un segmento de mercado. Los siguientes destinos de las exportaciones son los países europeos porque para los empresarios extenderse a otros países representa mayores costos y más esfuerzos. Cuando se negocia un tratado comercial representa una ventana para la producción nacional para darse a conocer a otros mercados y lograr un buen posicionamiento a nivel internacional.

Las oportunidades de mercado para los exportadores salvadoreños se diversifican con este acuerdo comercial de igual manera la obtención de materias primas a un bajo costo les permitirá ser más competitivos y lograr crecimiento económico. El informe estadístico infográfico presenta de manera resumida los resultados obtenidos de la investigación, que podrán ser consultados por los exportadores y personas interesadas con el fin de conocer que productos pueden ser exportados con facilidad o a que sectores productivos se les concede mayor beneficio, logrando con ello tomar decisiones para incrementar las exportaciones y aprovechar de esta forma el acuerdo comercial con Corea del Sur.

13. RECOMENDACIONES

El Salvador debe de concentrar sus esfuerzos en las relaciones comerciales que posee con Corea del Sur, debido a que antes de seguir buscando mercados más amplios se debe de especializar en cubrir y satisfacer las necesidades y exigencias de sus actuales socios comerciales. Para poseer sectores comerciales e industriales más informados y capacitados que puedan competir con grandes mercados como el surcoreano, es necesario que exista un mayor interés y apoyo por parte de las instituciones dedicadas a brindar asesoría e información.

Se sugiere la existencia de programas que incentiven tanto a comerciantes como a productores salvadoreños a interesarse en la obtención de información y de esa forma lograr tener ideas más claras sobre la importancia que representan las relaciones comerciales con otros países. La preparación de foros y conferencias informativas que promuevan las exportaciones, así como la asistencia para el acompañamiento a los empresarios y de esa forma involucrarlos directamente en el acuerdo comercial, a fin de potenciar la industria, El Salvador debe realizar y llevar acabo proyecciones a largo plazo, tal como lo hace Corea del Sur, pues de esa manera se logrará dinamizar la economía y planificar adecuadamente el papel del empresario salvadoreño y el gobierno en la búsqueda de nuevos mercados para las exportaciones

Es importante motivar a la industria salvadoreña a crear ventajas comparativas que promuevan la especialización en determinada producción de bienes. Así mismo realizar alianzas estratégicas con empresas extranjeras en países que se tiene Tratados de Libre Comercio, que ayuden a ser más asertivos al momento de ingresar y posicionar los productos salvadoreños. Todo lo anterior requiere de atención y sobretodo compromiso para llevar a cabo cada una de las actividades necesarias para hacer de las exportaciones un factor vital en el crecimiento económico salvadoreño.

14. GLOSARIO

C

- ✓ **Capacidad competitiva:** Capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.

- ✓ **Comercio:** Actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación.

- ✓ **Comercio internacional:** Intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas.

D

- ✓ **Desgravación Arancelaria:** Eliminación progresiva y cronológica de aranceles aduaneros.

E

- ✓ **Exportaciones:** Es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país.

G

- ✓ **Globalización:** Fenómeno de apertura de las economías y las fronteras, como resultado del incremento de los intercambios comerciales, los movimientos de capitales, la circulación de las personas y las ideas, la difusión de la información, los conocimientos y las técnicas, y de un proceso de desregulación.

I

- ✓ **Importaciones:** Cualquier bien (por ejemplo, materias primas) o servicio traído de un país extranjero de una forma legítima por lo general para su uso comercial.
- ✓ **Inversión extranjera:** Es la colocación de capitales a largo plazo en algún país extranjero, para la creación de empresas agrícolas, industriales y de servicios, con el propósito de internacionalizarse.

N

- ✓ **Nivel competitivo:** Capacidad para competir en los mercados por bienes o servicios.

O

- ✓ **Organización Mundial del Comercio (OMC):** Es el organismo encargado de regular el comercio internacional y aboga por la reducción de aranceles.

P

- ✓ **Posicionamiento:** El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

- ✓ **Producción:** Proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos. Es la actividad principal de cualquier sistema económico que está organizado precisamente para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades humanas.

- ✓ **Producto:** Es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización.

- ✓ **Política comercial:** Manejo del conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo; comprende, entre otros, la política arancelaria, que es un mecanismo protector y de captación de recursos.

S

- ✓ **Sector Comercio:** Actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación.

✓ **Sector Industrial:** Es el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados, de forma masiva. Existen diferentes tipos de industrias, según sean los productos que fabrican.

✓ **Socio Comercial:** Países firmantes de un Tratado de Libre Comercio.

T

✓ **Tratados de Libre Comercio (TLC):** Consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes.

U

✓ **Unión Europea:** Es una comunidad política de Derecho constituida en régimen de organización internacional, nacida para propiciar y acoger la integración y gobernanza en común de los estados de Europa.

15. REFERENCIAS

a) Libros

Carbaugh, R. J. (1998). *Economía Internacional*. CENGAGE Learning.

Galván, J. (2004). *Acuerdos de Libre Comercio de los países Centroamericanos*. Costa Rica: IICA.

González, R. (2011). *Diferentes Teorías del Comercio Internacional*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3637993>

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Education.

Sulser, R. A. (2016). *Tratados Comerciales Internacionales*. México: Ediciones Fiscales ISEF.

Weisleder, S. (2004). *Tratado de Libre Comercio Centroamérica- Estados Unidos*. Procesos y resultados. Costa Rica: EUNED-BCIE.

b) Informes

Fondo Monetario Internacional. (2019). *La Libertad del Comercio Mundial y los Países en Desarrollo*.

Ferrer, J. (2010). *Metodología*. Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/tipos-de-muestreo.html>

Ministerio de Economía (2018). *Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur*. San Salvador, República de El Salvador.

Ministerio de Economía (2019) *Sistema de Información Comercial*. Recuperado de Obtenido [https:// infotrade.minec.gob.sv](https://infotrade.minec.gob.sv)

Organización de los Estados Americanos (1969). *Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados*. Austria. Recuperado de http://www.oas.org/36ag/espanol/doc_referencia/convencion_viena.pdf

Olivares, D. (3 de Abril de 2017). *Blog Economista*. Recuperado de <http://blogeconomista.com>

- Rodríguez, C. (2012). RED TERCER MILENIO S.C. Recuperado de <http://www.aliat.or>
- Salvador., G. (2013). Acuerdo de Asociación: Ofreciendo Oportunidades para el Desarrollo. San Salvador : Contracorriente Editores g.mx
- Naciones Unidas (2008) Programa de Análisis de las Políticas de Inversión: un marco para atraer y aprovechar la IED. Recuperado de <https://unctad.org/>
- Trademap, (2017) Departamento de Inteligencia, Guía del Exportador. Recuperado de <https://www.trademap.org/Index>
- Universidad de las Américas Puebla, (2019). Dirección de Bibliotecas. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lfis/carrillo_s_am/glosario.pdf

c) Otros

- Asamblea Legislativa de la República de El Salvador (2006). Ley Orgánica de la Dirección General de Aduanas por la cual se reglamenta en ejercicio de la dirección general de aduanas. San Salvador: Asamblea Legislativa de la República de El Salvador
- Banco Central de Reserva. (2018-2019). Recuperado de <https://www.bcr.gob.sv/>
- Banco Mundial (2019). ¿Quiénes somos?. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/>
- Asamblea Legislativa de la República de El Salvador Constitución de la República de El Salvador (1983). Constitución de la República de El Salvador. San Salvador
- Casa Asia, (2018). Claves de Mercado en Corea del Sur. Recuperado de <https://www.casaasia.es/pdf/2707124418PM1170848658494.pdf>
- Connectamericas, (2018). Guía para exportar productos alimenticios a Corea del Sur. Recuperado de <https://connectamericas.com/>
- Datosmacro.com. (2018). Índice de percepción de corrupción de Corea del Sur. Recuperado de <https://datosmacro.expansion.com/>
- Departamento de Estudios Económicos y Estadísticas Cafetaleras, (2019). Consejo Salvadoreño del Café. Recuperado de <file:///C:/Users/gerencia/Downloads/>

- Diccionario Económico Expansión (2019) Diccionario Económico [versión electrónica]. Cataluña. Unidad Editorial Información Económica S.L. Recuperado de <https://www.expansion.com/diccionario-economico/>
- Embajada de Corea del Sur. (2019). Recuperado de <http://overseas.mofa.go.kr/sv-es/index.do/>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2019). Convención sobre los Derechos del Niño. Recuperado de https://www.unicef.org/spanish/crc/index_30207.html
- Grupo Ei Comercio Exterior. (2019). Obtenido de <https://blog.grupoei.com.mx/certificado-de-origen-documentacion-para-exportar-corea-del-sur>
- Ministerio de Hacienda (2019). Glosario ABC. Recuperado de <https://www.mh.gob.sv/pmh/es/Ayuda/Glosario.html>
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2019). Acerca de la OMC. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2019) Sobre la OMPI. Recuperado de <https://www.wipo.int/about-wipo/es/>
- Cámara de Comercio Internacional (ICC). ¿Quiénes somos?. Recuperado de <https://www.iccspain.org/icc/quienes-somos/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2019). Acerca de la OECD. Recuperado de <https://www.oecd.org>
- Observatorio de Complejidad Económica. (2018). El Observatorio de Complejidad Económica. Recuperado de : <https://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/kor/>
- Santandertrade. (2017). Corea del Sur. Exportacion de productos. Recuperado de <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/corea-del-sur/exportacion-de-productos>

16. ANEXOS

Anexo 1: Exportaciones salvadoreñas hacia Corea del Sur

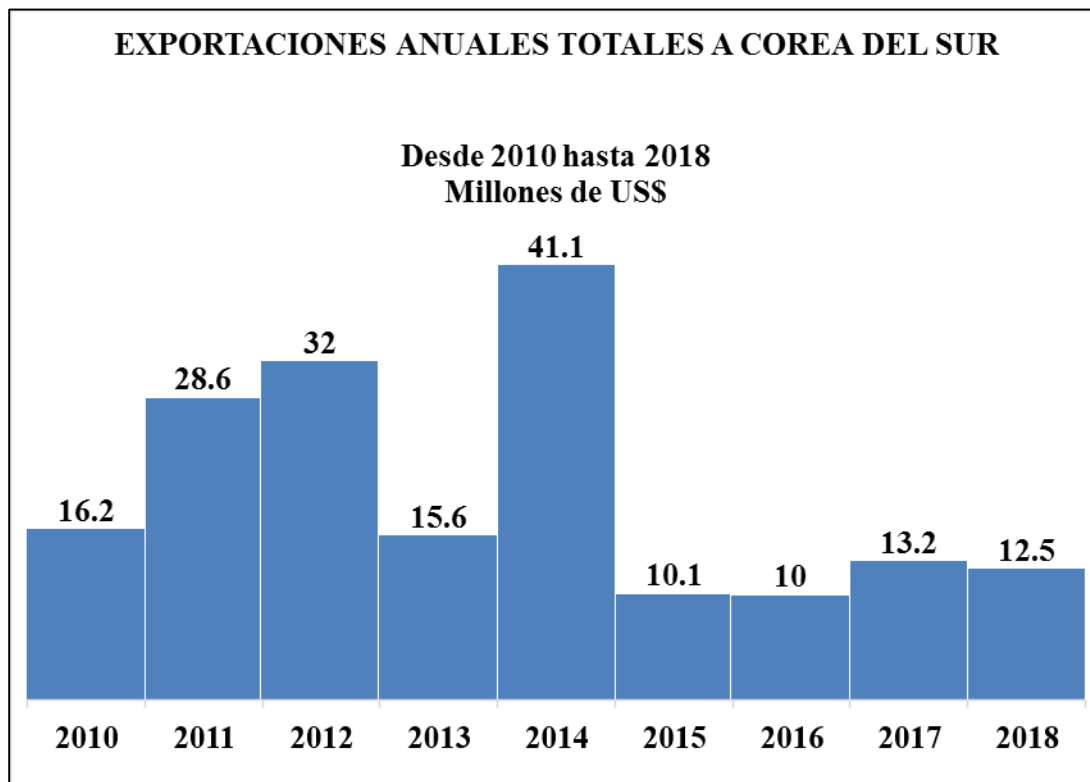


Figura 12. Exportaciones anuales totales hacia Corea del Sur. Con datos tomados del Banco Central de Reserva 2019

Anexo 2: Exportaciones totales de los principales 10 productos hacia Corea del Sur

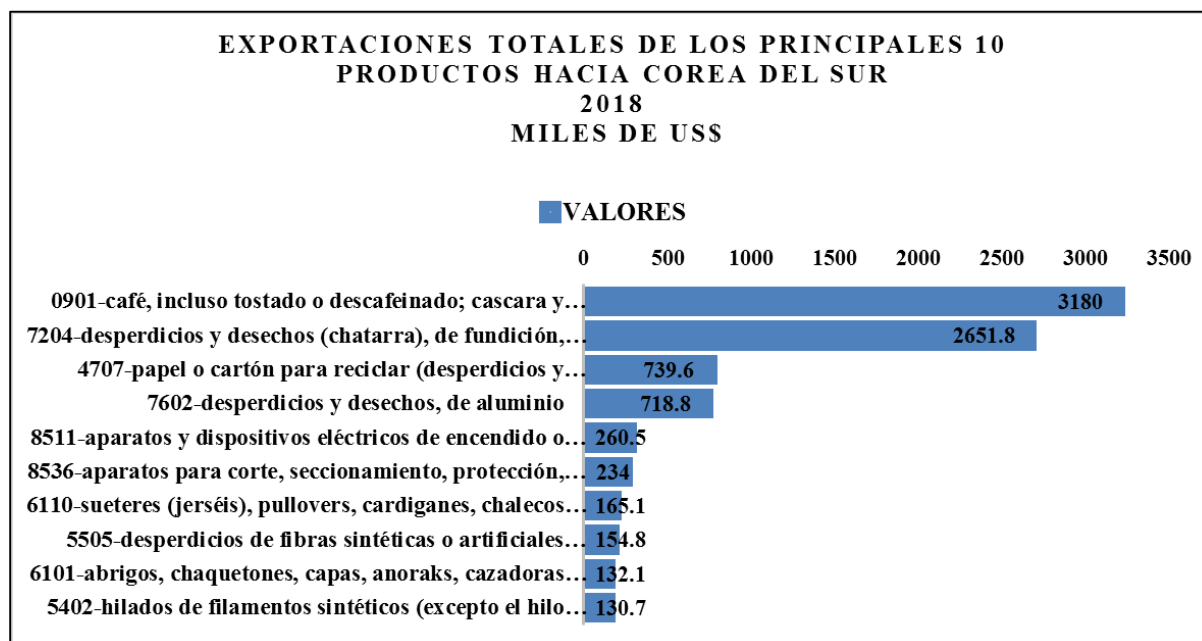


Figura 13. Exportaciones totales de los principales 10 productos hacia Corea del Sur. Con datos tomados del Banco Central de Reserva

El año 2018 las autoridades del BCR registraron los 10 productos más exportados hacia Corea del Sur, como se observa el café se posiciona como el primer lugar con \$ 3,180 miles de dólares exportados.

ASAMBLEA LEGISLATIVA - REPÚBLICA DE EL SALVADOR

INDICE LEGISLATIVO

DECRETO N° 39

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR,

CONSIDERANDO:

I.- Que el 21 de febrero de 2018, fue suscrito el Tratado de Libre Comercio entre la República de Corea y las Repúblicas de Centroamérica.

II.- Que el referido instrumento ha sido aprobado por el Órgano Ejecutivo, mediante Acuerdo N° 1018/2018 del 25 de mayo de 2018 y sometido a consideración de esta Asamblea Legislativa para su ratificación.

III.- Que el Tratado al que se refieren los Considerandos anteriores, no contiene ninguna disposición contraria a la Constitución, siendo procedente su ratificación.

POR TANTO, en uso de sus facultades Constitucionales y a iniciativa del Presidente de la República por medio del Viceministro de Relaciones Exteriores, Integración y Promoción Económica, Encargado del Despacho.

DECRETA:

Art. 1.- Ratifícase en todas sus partes el Tratado de Libre Comercio entre la República de Corea y las Repúblicas de Centroamérica, suscrito el 21 de febrero de 2018, instrumento que consta de: un Preámbulo; Capítulo 1 Disposiciones Iniciales y Definiciones Generales, mismo que contiene el Anexo 1-A Definiciones Específicas por País; Capítulo 2 Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado, conteniendo el Anexo 2-A Trato Nacional y Restricciones a la Importación y Exportación, Anexo 2-B Eliminación de Aranceles Aduaneros*, (cuyas secciones se desarrollan aparte), su Apéndice 2-B-1 Corea, Anexo 2-C Impuestos, Gravámenes

y otros Cargos a la Exportación; Capítulo 3 Reglas de Origen y Procedimientos de Origen, conteniendo Anexo 3-A Reglas de Origen Específicas por Producto, Anexo 3-B Comité de Zona de Perfeccionamiento Pasivo en la Península Coreana, Anexo 3-C Certificado de Origen; Capítulo 4 Procedimientos Aduaneros y Facilitación del Comercio; Capítulo 5 Medidas Sanitarias y Fitosanitarias; Capítulo 6 Obstáculos Técnicos al Comercio, complementado con el Anexo 6-A Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio; Capítulo 7 Defensa Comercial; Capítulo 8 Contratación Pública, conteniendo Anexo 8-A Cobertura, Anexo 8-B Medio Electrónico o Impreso Utilizado por las Partes para la Publicación de Información en Virtud del Artículo 8.5, Anexo 8-C Medio Electrónico o Impreso Utilizado por las Partes para la Publicación de Avisos Requeridos en los Artículos 8.6 y 8.15.2; Capítulo 9 Inversión, conteniendo Anexo 9-A Derecho Internacional Consuetudinario, Anexo 9-B Propósito Público, Anexo 9-C Expropiación, Anexo 9-D Entrega de Documentos a una Parte de Conformidad con la Sección B, Anexo 9-E Tributación y Expropiación, Anexo 9-F Transferencias y Anexo 9-G Amicus Curiae; Capítulo 10 Comercio Transfronterizo de Servicios; Capítulo 11 Servicios Financieros, el cual contiene Anexo 11-A Comercio Transfronterizo, Anexo 11-B Comité de Servicios Financieros; Capítulo 12 Entrada Temporal de Personas de Negocios, el cual contiene el Anexo 12-A Entrada Temporal de Personas de Negocios, y sus Apéndices 12-A-1 Visitantes de Negocios, 12-A-2 Medidas Migratorias Vigentes; Capítulo 13 Telecomunicaciones, con Anexo 13-A Obligaciones Adicionales Relacionadas con los Proveedores Importantes, Anexo 13-B Servicios Rurales, Anexo 13-C Servicios de Telecomunicaciones - Obligaciones Aplicables a Costa Rica; Capítulo 14 Comercio Electrónico, y su Anexo 14-A Producto Digital Fijado en su Medio Portador; Capítulo 15 Derechos de Propiedad Intelectual; Capítulo 16 Laboral; Capítulo 17 Ambiental; Capítulo 18 Transparencia; Capítulo 19 2 Cooperación, conteniendo Anexo 19-A Cooperación en Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, Anexo 19-B Co-Producción y Servicios Audiovisuales, Anexo 19-C Mejora del Entorno Empresarial, Anexo 19-D Cooperación en la Industria de la Salud; Capítulo 20 Política de Competencia; Capítulo 21 Disposiciones Institucionales, conteniendo Anexo 21-A Comité Conjunto, Anexo 21-B Implementación de las Modificaciones Aprobadas por el Comité Conjunto, Anexo 21-C Comités y Grupos de Trabajo, Anexo 21-D Coordinadores del Tratado; Capítulo 22 Solución de Controversias y su Anexo 22-A Remuneración y Pagos de Gastos; Capítulo 23 Excepciones; Capítulo 24 Disposiciones Finales; *Anexo 2-B Eliminación de Aranceles Aduaneros, Sección

A: Corea-Costa Rica, Lista de Desgravación de Corea y Lista de Desgravación de Costa Rica, Sección B: Corea- El Salvador, Lista de Desgravación de Corea y Lista de Desgravación de El Salvador; Sección C: Corea- Honduras, Lista de Desgravación de Corea y Lista de Desgravación de Honduras; Sección D:Corea-Nicaragua, Lista de Desgravación de Corea y Lista de Desgravación de Nicaragua; Sección E:Corea Panamá, Lista de Desgravación de Corea y Lista de Desgravación de Panamá; Anexo I Lista de Corea, Nota Explicativa; Anexo II Lista de Corea, Nota Explicativa, con Apéndice II-1; Anexo III Lista de Corea, Nota Explicativa, Notas Horizontales, Sección A, Sección B, con Apéndice III-1 Ciertas Medidas no Inconsistentes con el Artículo 11.2 u 11.4 o sujetas al 1 1.10.1; Anexo I Lista de Costa Rica, Nota Explicativa; Anexo II Lista de Costa Rica, Nota Explicativa; Anexo III Lista de Costa Rica, Nota Explicativa, Anexo III Lista de Costa Rica, Notas Horizontales, Anexo III, Lista de Costa Rica, Sección A, Sección B, con Apéndice III-1 Ciertas Medidas que no son Incompatibles con los Artículos 11.2 u 11.4, o sujetas al Artículo 11.10; Anexo I Lista de El Salvador, Nota Explicativa; Anexo II Lista de El Salvador, Nota Explicativa; Anexo III Lista de El Salvador, Nota Explicativa, Notas Horizontales, Sección A, Sección B; Anexo I Lista de Honduras, Nota Explicativa; Anexo II Lista de Honduras, Nota Explicativa; Anexo III Lista de Honduras, Nota Explicativa, Notas Horizontales, Sección A, Sección B, Apéndice III-A Honduras, Ciertas Medidas que no son Inconsistentes con los Artículos 11.2 o 11.4, Sujeto al Artículo 11.10; Anexo I Lista de Nicaragua, Nota Explicativa; Anexo II Lista de Nicaragua, Nota Explicativa; Anexo III Lista de Nicaragua, Nota Explicativa, Sección A; Anexo 1 Lista de Panamá, Notas Explicativas; Anexo II Lista de Panamá, Notas Explicativas; Anexo III Lista de Panamá, Notas Explicativas; aprobado mediante Acuerdo Ejecutivo No. 1018/2018, del 25 de mayo de 2018.

Art. 2.- El presente Decreto entrará en vigencia ocho días después de su publicación en el Diario Oficial.

DADO EN EL SALÓN AZUL DEL PALACIO LEGISLATIVO: San Salvador, a los veintiún días del mes junio del año dos mil dieciocho.

Anexo 4: Directorio de PROESA para muestra de investigación

Tabla 5. Directorio de exportadores salvadoreños de PROESA

Nº	EMPRESA	RUBRO	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO
1	PRODUCTOS ALIMENTICIOS BOCADELI	Plátanos frito	2297-9007, 78561258 Contacto : Bessie Majano	bessie.majano@bocadeli.com
2	PAN SANTA EDUVIGIS (ERNESTINA CASTRO S.A DE C.V.)	Semita de piña y guayaba	2506-4000 Contacto: Pedro Duran	pedroduran@santaeduvigis.com
3	AGRICOLA INDUSTRIAL SAN PABLO, S.A. DE C.V.	Cafè	2124-6774 Contacto: Mariano Salazar Chavez	mariano.salazar.chavez@gmail.com
4	CAFE DE DON JUSTO	Cafè	2225-2746 Contacto : Estela de González	nov182003@yahoo.com
5	CAFÉ MONTE SION	Cafè	2508-1410,2124-7482 Contacto: Liliana de Narvaez	lillianadenarvaez@montesion.com.sv
6	COEX, S.A. DE C.V.	Cafè	2560-5400 Contacto: Diego Cladella	diego.cladellas@coex.com.sv
7	EXPORTADORA AGRICOLA COMERCIAL S.A. DE C.V.	Cafè y sus derivados	2564-0520 Contacto: Gilberto Antonio Barahona	gbaraona@usa.net
8	PLANTA DE TORREFACIÓ N DE CAFÉ S.A. DE C.V.	Cafè	S 2236-5207, 7170-6739 Contacto: Héctor Nolasco	exportaciones@cafeelsavador.com
9	QUALITY GRAINS, S.A. DE C.V.	Cafè	2507-1300 Contacto: Juan Carlos Alas	export@qualitygrains.com.sv
10	URRUTIAS ESTATE COFFEE, S.A. DE C.V.	Cafè	2223-2686 Contacto : Enrique Alfonso Urrutia	contact@upcoffee.com
11	CALZADO GRACIA	Calzado	2447-2493, 7844-5200 Contacto: Rodolfo Rivas	rodolfo.rivas@industriasgracia.com
12	JAMCALZA	Calzado	2216-6004, 7985-3739 Contacto:Fredy Monterrosa	gmonterrosa@jamcalza.com
13	RICARFELLI	Calzado	2286-0360 , 7308-6664 Contacto: Roberto Galileo Zelaya	ricarfelli.i@gmail.com
14	AINSA	Desinfectante	2223-1111 ext. 2208 Contacto: Nelson Escobar Flores	contabilidad@ainsa.com.sv
15	BIOKEMICAL	Medicamentos	2219-6309, 2219-6310 Contacto:Jacqueline Ramirez	jramirez@biokemical.com.sv
16	DUISA S.A. DE C.V.	Desinfectante	2234-9600 Contacto: Carlos Argueta	cargueta@coquinsa.com
17	GRUPO PAILL, S.A. DE C.V.	Medicamentos	2231-1680, 7841-7576 Contacto: Ruth Majano	rmajano@paill.com
18	LABORATORIOS FARDEL	Medicamentos	2500-0400, 6196-4626 Contacto : Dina Gutierrez	digutierrez@grupoguardado.com.sv
19	LABORATORIOS LOPEZ, S.A. DE C.V.	Mediamnetos	2251-5900 Contacto: René Arturo Rodriguez	r.rodriguez@lablopez.com.sv
20	FERSA, S.A. DE C.V.	Medicamentos	2261-0114 Contacto: Fanor Fernández	3ffersa@gmail.com

21	ACOPANELA, DE R.L.	Dulce de panela	2396-3541, 7856-2609 Contacto Fátima Domínguez	lamoliendaverapaz@yahoo.com
22	ACOPIDECHA DE R.L.	Miel de abeja	2306-1819, 7530-7109 Contacto : Luis Hernadez	exportacionesacopidecha@hotmail.com
23	AGROINDUSTRIAS E INVERSIONES	Coco pelado	2269-4000 Contacto: Cristian Quiñones	chquinonez@deinver.com
24	AGROINDUSTRIAS UNIDAS, S.A. DE C.V.	Bálsamo del Perú	2249-7949 Contacto : Romeo Papini	rj.papini@agrounidas.com.sv
25	ARROCERA OMOA, S.A. DE C.V.	Arroz	2221-2250 Contacto: José Tudo	omoatudo@salnet.net
26	COMERCIAL E INDUSTRIAL FORMOSA, S.A	Mariscos	2278-9488, 7736-5623 Contacto: Jenny Claros	formasafishing@yahoo.com
27	DISTRIBUIDORA DISOGA	Chiles Verdes, Berenjenas y Guisquiles	7305-5599 Contacto: Gabriela Avila	asesoria_ae@hotmail.com
28	EXAGROLI, S.A. DE C.V.	Miel de abeja	2289-0872, 2289-0599 Contacto: Roberto Liebes	rniebes@exagrol.com.sv
29	HEALTHCO, S.A. DE C.V.	Productos de colmena	2248-7431, 7874-5869 Contacto: Roxana Carreño	roxana_carreno@vape.com.sv
30	LA CASTELLANA	Derivados de la panela	2527-0200, 7695-8341 Contacto: Teresa de Pacheco	mercadeo@mariscalgroup.com
31	LA QUIRUBA	Jocotes, Lorocos, Mermeladas, etc.	7740-1676 Contacto: José Miel Zarceño	gerencia@laquiruba.com
32	M&L MULTINVERSIONES, S.A. DE C.V.	Limón Pérsico	2274-0792, 7924-5306 Contacto: Ivan Ernesto Martinez	ml.multinversiones@gmail.com
33	PRODUCTOS CÁRNICOS, S.A. DE C.V.	Chorizos, Jamones, Mortadelas	2298-3800, 23143601 Contacto: Pedro Gutierrez	pgutierrez@sigma-alimentos.com.sv
34	VAPE, S.A. DE C.V.	Miel de abeja	2248-7407 / 2248-7400 Contacto: Carlos Antonio Sosa	carlos_sosa@vape.com.sv
35	CALVO DISTRIBUCION EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	Atunes enlatados	2244-4811, 7160-1167 Contacto: Juan Mojica	juan.mojica@grupocalvo.com.sv
36	COMALI FOODS	Fijoles	2278-8250 Contacto: Juan manuel Pérez	jmperez@comalifoods.com
37	CONOS Y PAJILLAS SOL, S.A. DE C.V.	Conos de harina para sorbetes	2226-3140, 2225-0080 Contacto: Samuel Rivera	samuel.rivera.2011@gmail.com
38	CUSCATLÁN MANUFACTURING S.A. DE C.V.	Jaleas	7842-1842, 7910-3165 Contacto: Marlene Castro	cuscaman2011@gmail.com
39	DESTILERIA FLOR DE FUEGO	Agua Ardiente y Licor	2324-0826, 7988-9597 Contacto: Claudia Cáceres	ccaceres@sacadera.com
40	FLORENCE	Pastelitos de piña y guayaba	2523-2201, 2523-2222 Contacto : Rosa Vanegas	florencecafe@integra.com.sv

41	FRUTALETAS, S.A. DE C.V.	Paletas de fruta y helados	2250-8202, 7852-4357 Contacto: Walter mata	walter@heladostasty.com
42	HERMEL, S.A. DE C.V.	Productos de panaderia	2218-0806, 2218-0886 Contacto: Mario Deras	exportaciones@hermel-sa.com
43	LA MICHOACANA, S. A. DE C. V.	Paletas y helados	2225-3168,7468-9893 Contacto: Jaime Trejo	jaimetrejo@heladoslamichoacana.net
44	JARDIN DEL PAN	Semita	2243-1298, 7900-9293 Contacto: Leonor de Osorio	jardindelpan85@gmail.com
45	LIVSMART AMERICAS, S.A. DE C.V.	Bebidas	2319-4010, 2319-4910 Contacto: Luis Valladares	lvalladares@be-liv.com
46	MCCORMICK DE CENTRO AMERICA S.A. DE C.V	Mayonesa , salsas , especias.	2212-8580 Contacto: Carlos Uriarte	carlos_uriarte@mccormick.com
47	PAN SAMSIL, S.A. DE C.V.	Pan tostado tipo galleta	2225-7186, 7180-5339 Contacto: Samuel Escobar	samuel_samsil@yahoo.es
48	PAN SAN ANTONIO	Pan dulce, variedad	2286-0963, 7318-3095 Contacto: Juan Pablo Lemus	pansanantonio@gmail.com
49	PANADERIA MONICO	Semita piña y guayaba	2228-6826 / 2228-0592 Contacto: Nancy Mendoza de Lopez	ventas@panaderiamonico.com
50	PRODUCTOS ALIMENTICIOS EL TESORO	Cobertura de chocolate	2447-7743 Contacto: Daniel Polanco	dpolanco@productoseltesoro.com
51	PROINCA, S.A. DE C.V.	Fresco en polvo, atoles	2220-0083 Contacto: Haydee Baños	haydee@proinca.net
52	CASA BAZZINI, S.A. DE C.V.	Semillas deshidratadas	2319-0500 Contacto : Sabina Macia	sabina.magana@casabazzini.com
53	CANDYMAN	Maní acaramelado, crocante.	2224-6026 Contacto: Alma Rosa Bustamante	almatuza@gmail.com
54	CHOCOLATES MELHER	Cobertura de chocolate	2500-6800 Contact: Alexander Carranza	acarranza@melher.com
55	CONFITERIA AMERICANA	Dulce, chicles, maní confitado	2243-1150, 7870-2081 Contacto: José Daniel Cabrera	jdkabrera88@gmail.com
56	ACPA ATAISI DE R.L.	Café ,caña de azucar, miel de abeja.	2483-4679, 7356-4216 Contacto: Ernesto Mestizo	hdez1067@gmail.com
57	HIMALAYA, S.A. DE C.V	Café	2263-6272, 2263-6272 Contacto: Sonia Castaneda	himalayacoffee@gmail.com
58	JASAL, S.A. DE C.V	Café	2264-8422; 2264-8424 Contacto: Andres Salaverria	asalaverria@jasalcafe.com
59	PRODUCTOS LA CANASTA	Bebidas instantaneas	2564-7342 Contacto: Rosario de Barriere	rbarriere@lacanasta.com.sv
60	ROBERTONI	Cónsomes	2525-3600 Contacto: Marco Andres Cader Peña	marco.cader@robertoni.com.sv

61	SABOR AMIGO	Condimentos sasonadores	2218-8300 Contacto: paulina Quintanilla	ventas@saboramigo.com.sv
62	GRUPO GW S.A. DE C.V.	Confecciones	2225-7665, 7024-1124 Contacto: Ingrid Zelada	ventas@gwgowalk.com
63	CONFECCIONES SAMIA	Ropa interior	2536-0500, 7787-0933 Contacto: gerardo Bandak	gerardobandak16@hotmail.com
64	INDUSTRIAS E IMPRESOS LA UNION	Ropa interior, impresos de cajas	2206-5900, 7604-9788 Contacto: Beatriz Leiva	bealeiva.launion@hotmail.com
65	INDUSTRIAS JORMA, S.A. DE C.V.	Ropa interior, varias	2280-0438, 7308-6215 Contacto: Antonio Manzur	antonio.manzur@industriasjorma.com
66	MULTITEX DE EL SALVADOR, S.A. DE C.V.	Jeans	2282-4375, 7842-0626 Contacto: Gerardo Zablah	multitex_sal@yahoo.com
67	TEYCO S.A DE C.V.	Telas de algodón	2273-5555 Contacto: Diego Miguel	gerencia@teyco.com.sv
68	INDUSTRIAS CAPRI, S.A. DE C.V.	Camas, camarotes	2242-0011, 7729-1893 Contacto: René Machuca	gerenciacomercial@industriascapri.com
69	MAYPROD S.A. DE C.V.	Tornos	2237-2286 Contacto: Ivette de Huevo	ivette.huevo@corporacionmayprod.com
70	CORINCA, S.A. DE C.V.	Varillas	2314-3308 Contacto: Carlos Henriquez	chenriquez@corinca.com.sv
71	IMFICA, S.A. DE C.V.	Transmisión y distribución de energía	2214-0800, 7742-7938 Contacto: Nefitali Acevedo	neftali.acevedo@imfica.com
72	INDUFOAM, S.A. DE C.V.	Camas, colchones	2316-7000 Contacto: José Roberto Gutierrez	josergutierrez@induf foam.com
73	AGAVE, S.A. DE C.V.	Sacos de yute y henequén	2508-1100 Contacto: Delmy Martinez	vtasagave@borgonovo.com.sv
74	AMANCO	Lámina	2500-9200 Contacto: Jorge Pineda	jopineda@mexichem.com
75	CASA ANTIGUA, S.A. DE C.V.	Velas y materia prima para velas	2306-2790, 2306-2792 Contacto: Marlina García	casaantigua.mg@gmail.com
76	DECORALON	Toldos en general	2524-6500, 2524-6502 Contacto: Mayra De Paz	mayramedrano.decoralon@gmail.com
77	INDUSTRIAS JABONERA	Jabones de tocador	2263-1750, 7919-2384 Contacto: Jose Alfredo Pineda	japineda_46@hotmail.com
78	SABESA, S.A. DE C.V.	Shampú, desodorantes	2304-2025 Contacto: Gloria Bernal	importacion@sabesa.com.sv
79	ALAS DORADAS S.A DE C.V.	Papel higiénico, Servilletas	2304-2200 Contacto: Evangelina Herrera	eherrera@alas-doradas.com
80	ARTES GRAFICAS PUBLICITARIAS	Cartón y papel personalizado	2251-5400, 7859-3718 Contacto: Angel Hernández	ahernandez@agp.com.sv

81	D'EMPAQUE, S.A. DE C.V.	Cajas corrugadas	2228-1511, 2228-1364 Contacto: Federico Rivera	federico@dempaque.com
82	DILISA	Listones	2429-8500 Contacto : Carla Escobar	carlaeo@yahoo.com
83	EMPAQUES PLASTICOS S.A DE C.V.	Bolsas impresas	2278-8659, 7208-3093 Contacto: Elizabeth de Bonilla	elidebonilla@emplasa.com.sv
84	IMPRESA LA TARJETA	Tarjetas , sobres, bolsas impresas	2121-4100; 2121-4107 Contacto: Frnacisco Lovos	lovomolina@yahoo.com
85	IMPRESORA LA UNION	Empaques Plegadizos	2249-2400 Contacto: José Manuel Dutriz	jmdutriz@impresoralaunion.com
86	MULTIPRINT, S.A. DE C.V.	Etiquetas para medicinas	2242-5355, 2241-4897 Contacto: Ruben Rodriguez	multiprintartes@yahoo.com
87	INDUSTRIAS MIKE MIKE S.A. DE C.V.	Carteras, mochilas cinchos, billeteras	2271-8999 Contacto: Carlos Miguel	mikesa@mikemike.com.sv
88	CARVAJAL EMPAQUES, S.A. DE C.V.	Vasos y cubiertos de plastico	2248-7830, 2248-7800 Contacto: Carlos Cabrera	carlos.cabrera@carvajal.com
89	FILPERSA	Cordeles, mascones	2222-4629, 2222-4670 Contacto: José Isart	f.filpersa@gmail.com
90	GRAMI, S.A. DE C.V.	Productos de plasticos	2222-0209, 7899-4992 Contacto: Javier Mirandona	gramisa@gmail.com
91	INDUSTRIAS MOLINA, S.A. DE C.V.	Herrajes de ataud	2270-2445, 7681-8258 Contacto: Brenda Molina	molina@industriasmolina.com
92	INDUSTRIAS PICHINTE	Escobas, cepillos	7301, 7603-4830 Contacto: Marcela Pichinte	marcela.pichinte@gmail.com
93	MATRICERIA INDUSTRIAL ROXY, S.A. DE C.V.	Envases plásticos	2214-0508, 7988-4381 Contacto: Francisca Castellanos de Durán	ventas@matriceriaroxy.com
94	POLIFLEX S.A. DE C.V.	Envases de bebidas	2294-0655 Contacto: José Francisco Martinez	fmartinez@poliflexsa.com
95	PROPLASTIC S.A DE C.V.	Ganchos plásticos	2297-2637, 7967-1860 Contacto: Alba Ramos	albaramos0276@gmail.com
96	RECICLEMOS, S.A. DE C.V.	Productos Plásticos	7851-7394 Contacto: Ricardo Martinez	ricardo.martinez@reciclemos.com.sv
97	SALVAPLASTIC INTERNACIONAL S.A. DE C.V.	Ganchos para ropa	2511-3400 Contacto: Guillermo Schaufller	gs@salvaplastic.com.sv
98	TACOPLAST, S.A. DE C.V.	Productos para el hogar	2228-1088 Contacto: Moises Frech	mfrech@tacoplast.com.sv
99	TERMO ENCOGIBLES, S.A. DE C.V.	Empaque para alimentos	2212-7301 Contacto: Rodrigo Tona	rtona@termo.com.sv
100	CENTRUM, S.A. DE C.V.	Productos farmacéuticos	2211-3401 Contacto: héctor Herrera	h.herrera@centrum.com.sv

101	DROGUERIA Y LABORATORIOS FALMAR	Yodo	2270-0222 Contacto: Francisco Sosa	f.sosa@falmar.biz
102	GAMMA LABORATORIES, S.A. DE C.V.	Medicamentos uso pediátrico	2121-4392, 7797-1983 Contacto: Carlos Carias	ccarias@gammalaboratories.com
103	LABORATORIOS BIOLÓGICOS DE EL SALVADOR LABIS S.A. DE C.V.	Vitaminas , antibióticos	2222-7011 Contacto: Edgar Medina	emedina@labis.com
104	LABORATORIOS FERSON	Productos Farmacéuticos	2247-3700 Contacto: Guadalupe de Guzmán	fdepaz@ferson.com.sv
105	LABORATORIOS MEDITECH	Medicamentos para uso humano	2264-1856, 7039-1428 Contacto: Jessica López	jessica.lopez@meditechlaboratorios.com
106	LABORATORIOS PHARMEDIC	Analgésicos	2251-5790 Contacto: David R. Hernández	compras@labpharmedic.com
107	AVERY DENNISON	Etiquetas y viñetas	2327-0639 Contacto: Alejandro Mayorga	alejandro.mayorga@averydennison.com
108	COMERCIAL TECNICA INTERNACIONAL, S.A. DE C.V.	Prendas de vestir	2243-6233 Contacto: Michelle Soto	michelsoto@ctisadecv.com
109	FERSA, S.A. DE C.V.	Cordones, cintas para calzado	2261-0114 Contacto: Fanor Fernández	3fffersa@gmail.com
110	PETTENATI CENTRO AMERICA, S.A. DE C.V.	Telas	2526-1300 Contacto: Francesco Pilenga	pettenati@pettenati.com.sv
111	POLYESTER Y FILAMENTOS, S.A. DE C.V.	Tela de tejido de punto	2278-0444 Contacto: Joaquin Lara	polyfilsa@gmail.com
112	SACOS SINTETICOS CENTROAMERICANOS, S.A. DE C.V.	Tela de polipropileno	2524-5500 Contacto: Efrain Maza	emaza@sasicasa.com
113	UNIFI CENTRAL AMERICA, LTDA. DE C.V	Hilados Texturizados	2348-9700 Contacto: Reynaldo Figueroa	rfigueroa@unifi.com
114	INTERMP S.A de C.V	Páginas web, campañas publicitarias	2223-0385, 7741-9902 Contacto : Carla Martínez	cmartinez@impgrupo.com
115	KADEVJO STUDIO	Soluciones empresariales móviles	2512-6461, 7605-0165 Contacto : Carlos Rivas	carlos.rivas@kadevjo.com
116	LA FABRICA DBM	Diseño de empaques	2543-7327 Contacto: Juan Antonio Moran	jmoran@lafabricadbm.com
117	MOBILE EL SALVADOR	Sitios web	2511-3100, 7885-6922 Contacto: Mauricio Rosales	mauricio.rosales@mobilesv.com
118	OUTSTANDING GLOBAL SERVICES CORP OGS CORP	Soporte informático	2261-2408 Contacto: Santiago Abarca	santiago@ogscorp.com.sv
119	SOFTWARE LATINO	Sistemas ERP	2273-5716, 2273-5716 Contacto: Alex Manzano	manzanoaa@gmail.com
120	SOLUCIONES PROFESIONALES DE SOFTWARE, S.A. DE C.V.	Software para Universidades	2504-9955 Contacto: Luis Antonio Calderón	lcalderon@spssoftware.net

121	A&T S.A DE C.V.	Servicios de construcción	2263-4392, 7840-6473 Contacto: Brinder Cisneros	b4cisneros@gmail.com
122	EL SALVADOR TELECOMUNICACIONES S.A. DE C.V.	Call Center	2560-6015, 7469-1990 Contactos Jorge Orellana	jorge.orellana@tucallcenter.com
123	DATA GUARD S.A. DE C.V	Cloud Service	2264-8442, 7737-6218 Contacto: Andrea Bonilla	abonilla@dataguardgroup.com
124	DOBLE SENTIDO,	Identidad Corporativa	2519-6203, 7608-1930 Contacto: Elsy Serpas	doblesentido1@gmail.com
125	EDIFICACIONES Y SERVICIOS, S.A. DE C.V.	Servicios de diseño	2526-2400, 7803-4804 Contacto: Carlos Ramirez	carlosramirez@edisesa.com.sv
126	EXCELERGY, S.A. DE C.V.	Energía eléctrica	2514-6000 Contacto: Elman Guevara	eguevara@excelergy.com.sv
127	GUAZA, S.A. DE C.V.	Diseño Identidad de marca	2264-6401, 7695-3200 Contacto: Alvaro Guatemala	alvaro.guatemala@guaza.com
128	KOMUNICARE, S.A. DE C.V.	Traducción de documentos	2264-7337 Contacto: Ruvídia Santamaría de López	komunicare@komunicare.com
129	HAPPY PUNK PANDA	Publicidad	2218-0660 Contacto. Javier Guerra	javi@happypunkpanda.com
130	PENSERTRUST	Inteligencia de negocios	2526-9223 Contacto: Raul Barrenechea	sales@pensertrust.com
131	COMERCIALIZADORA 503	Tamales de elote	2227-2781, 2227-2772 Contacto : Claudia Merlos	claudiamerlos@503.sv
132	PESCAS PELAGICOS AURORA	Aletas de tiburón	2274-0138, 7924-8961 Contacto: Rafael Baires	rbaires@hotmail.com
133	PRODUCTOS MARYSOL	Productos salados, pescado fresco, camarones congelados	2283-9936, 7934-7114 Contacto: Marisol de Rodríguez	dalilamarisols@yahoo.es
134	DESTICENTRO	Agua Ardiente	7140-5700 Contacto : Johana Fernandez	johana@destileriacentral.com
135	LAS GAUCHITAS	Empanadas estilo argentinas	2257-3120, 7929-1581 Contacto : Carolina Sanabria	ventas@lasgauchitas.com.sv
136	LETRAS CAFE	Salsas marinadoras	2243-2955, 7743-1867 Contacto: Anan Cecilia Aquino	letrascafe@gmail.com
137	ASEAL DE EL SALVADOR	Almidones proteínas	2203-4704 Contacto: Lisset Muñoz	lrvivas@grupoaseal.com
138	SCAES, DE R.L.	Miel de abeja	2353-0203, 7033-4850 Contacto : Diana Rodas	dianarodasz@hotmail.com
139	CALEB DE QUEZADA Y HERNANDEZ	Buche de anguila	2286-9885 Contacto: Caleb de Quezada	elenita2638@yahoo.com
140	CAPOSA	Semilla de palmera y otros	2225-5744 Contacto: Margarita Córdova	margarita.cordova@caposaplants.com

141	INVERSIONES MONTECARLO, S.A. DE C.V.	Vodka	2241-0495, 7850-8928 Contacto: Rafael Arce	rafael.arce@liza.com.sv
142	PAHNAS, S.A. DE C.V.	Tamales de elote	2278-1305 Contacto: Rodolfo Papini	rogpapini@gmail.com
143	ARAUCA, S.A. DE C.V.	Iguanas verdes	2298-3170, 7887-7707 Contacto: Rosa Mejia	arauca@iguanaselsalvador.com
144	GRANJA LA UNICA	Tortugas de candado, tortugas de madera roja	2330-3363, 7877-3282 Contacyto: Jorge Alvarez	afrodcio@hotmail.es
145	SALVANONI-EXPRONAV	Productos derivados de noni	2263-3226, 7195-4850 Contacto: Oscar Navas	expronav@gmail.com
146	JASAL, S.A. DE C.V.	Café	2264-8422; 2264-8424 Contacto: Andres Salaverria	asalaverria@jasalcafe.com
147	JEQUES	Alimentos Gourmet	2263-2142, 7683-9766 Contacto: Jenny Zablah	jequesgourmet@gmail.com
148	COVAL MANUFACTURING, S.A. DE C.V.	Ropa deportiva	2209-4100 Contacto: Jaime Valle	o.valle@coval.com.sv
149	CREACIONES PIO	Prendas de vestir	2288-4003, 7890-0312 Contacto : Frnacisco Valle	creaciones_pio@yahoo.com
150	INDUSTRIAS TEXANO	Chaquetas, pantalones, shorts	2452-1536 , 7921-4179 Contacto: Jhuran Osorio	josorio@industriastexano.com
151	UNDESA	Camisas, blusas	2278-0210 Contacto: David Cordero	undesathor@hotmail.com
152	PRONETEXCA, S.A. DE C.V.	Prendas de vestir hospitalarias	6025-4090,7505-0434 Contacto: Julio Martinez	itequetzali@hotmail.com
153	MAYAN GIFTS ARTESANIAS	Artesanias en varios materiales	2512-0515, 7574-8087 Contacto: Marisol Monge	marisolnegrita@yahoo.com
154	BAKERY INTERNATIONAL	Industria alimentaria	2236-5959 Contacto: Julio Bracamonte	jbracamonte@bkyconsultores.com
155	FAMENSAL, S.A. DE C.V.	Máquinas envasadoras	2205-6800, 7987-7756 Contacto: Jaime García	jaimegarcia@famensal.com.sv
156	TERNIUM INTERNACIONAL EL SALVADOR S.A. DE C.V.	Láminas galvanizadas, tejas, polines	2520-4800 Contacto: Jorge Roca	jroca@ternium.com
157	ASFALTOS DE CENTRO AMERICA, S.A. DE C.V	Emulsiones asfálticas	2209-2500 Contacto: Carlos Mata	carloscorvera@asfalca.com
158	CHAVEZ CASTRO, ASISTENCIA INDUSTRIAL	Filtro de poliester para aire	2243-1998, 7226-8627 Contacto: Daniel Chavez	chavezcastro_ai@yahoo.com

Fuente: Elaboración propia con datos del directorio de exportadores de PROESA

Anexo 5: Perfil del mercado de Corea del Sur

Corea del Sur, situada en el este de Asia, tiene una superficie de 100.339 Km²; con una población de 51.635.000 personas, se encuentra en la posición 27 de la tabla de población, compuesta por 196 países y tiene una alta densidad de población, con 515 habitantes por Km². Su capital es Seúl y su moneda Won surcoreanos. (Casa Asia, 2018)

Corea del Sur es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2017 fue de \$612.075 millones de dólares, con una deuda del 37.68% del PIB. Su deuda per cápita es de \$11.902 dólares por habitante. La última tasa de variación anual del IPC publicada en Corea del Sur es de diciembre de 2018 y fue del 1.3%.

(Casa Asia, 2018)



Figura 14. Mapa geográfico de Corea del Sur

Fuente: Cuba debate. Recuperado de <http://www.cubadebate.cu/noticias>, 2010

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Corea del Sur, en 2018, fue de \$33.320 dólares, por lo que se encuentra en el puesto 31 de los 196 países del ranking de PIB per cápita. (datosmacro.com, 2018)

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los surcoreanos tienen una buena calidad de vida. En cuanto a los negocios se encuentra en el 5° puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. (datosmacro.com, 2018)

En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Corea del Sur ha sido de 57 puntos, así pues, se encuentra en el puesto 45 del ranking de percepción de corrupción formado por 180 países en el 2018. (datosmacro.com, 2018)