

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



**“ESTUDIO SOBRE EL APROVECHAMIENTO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE  
EL SALVADOR CON TAIWAN Y LA INCIDENCIA DE FIRMAR UN TRATADO COMERCIAL CON LA  
REPUBLICA DE CHINA”**

**TRABAJO DE INVESTIGACION PRESENTADO POR:**

MARCELA PATRICIA AGUILAR BARRERA

NEUCDI YOSELI MEDRANO CRUZ

YENI YASMIN MEJIA DELGADO

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

**MARZO 2013**

**SAN SALVADOR EL SALVADOR CENTROAMERICA**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

RECTOR (A) : ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIO GENERAL : DOCTORA ANA LETICIA AMAYA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO(A) : M.B.A. JOSÉ CIRIACO GUTIÉRREZ CONTRERAS

DOCENTE DIRECTOR : LIC. NIXON ROGELIO HERNANDEZ VASQUEZ

COORDINADOR DE SEMINARIO : LIC. BRUNO JOSE ALAS CASTILLO

MARZO 2013

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA

## AGRADECIMIENTOS

*No existe satisfacción más grande al saber que se culmina un logro más en mi vida, y todo se lo agradezco a Dios por sostenerme, darme fuerzas, sabiduría y acompañarme a lo largo de este incomparable triunfo.*

*A mis papas quienes me apoyaron incondicionalmente, a mis hermanos por estar al pendiente de mí y animarme en todo momento.*

*A mis compañeras de tesis, Neucdi Medrano y Yeni Delgado, porque sin el esfuerzo de ellas en esta labor nada hubiese sido posible, a pesar que el tiempo fue nuestro peor enemigo "Lo logramos"*

*Agradezco a Dios Todopoderoso, ya que sin la ayuda de él nada es posible; gracias por darme la fuerza y la capacidad para haber alcanzado con éxito este nuevo triunfo.*

*Doy gracias a Dios, por permitir darle el agrado a mi Padre Angel Medrano, al ver que todos sus esfuerzos no han sido en vano. Gracias papá por su apoyo incondicional.*

*A mis Queridos Hermanos y Hermanas porque siempre estuvieron conmigo en los momentos más difíciles de mi carrera y por ayudarme a alcanzar mis metas.*

*A mis amigas y colegas de tesis Marcela Aguilar y Yeni Delgado por soportarnos unas a otras y con dura dedicación cumplir con nuestra meta.*

*La culminación de mis estudios ha sido posible porque he contado con grandes personas a quienes agradezco infinitamente:*

*Agradezco a Dios por la vida por darme cada día y la fuerza para seguir adelante*

*Agradezco a mi mamá María Consuelo Delgado que siempre ha sido una madre incondicional y que estuvo siempre conmigo compartiendo mis preocupaciones, problemas y desvelos.*

*Agradezco a mi papá Evelio Mejía Zamora que se desveló cada noche conmigo y que siempre buscaba la forma de ayudarme para que yo pudiera terminar cada trabajo.*

*Agradezco a mis hermanos que siempre estuvieron ayudándome para poder terminar mis estudios*

*Agradezco a mi hija Amy Saori que ha sido mi inspiración porque con ella Dios me demostró que en la vida lo que parece imposible es posible y que se debe confiar siempre en que todo saldrá bien.*

*Agradezco a todas las personas que de alguna forma me ayudaron, a mis compañeras Neucdi y Marcela que siempre me apoyaron para no rendirme.*

*A nuestros asesores universitarios Lic. Nixon Hernández y Lic. Bruno Alas, que con todo su empeño nos aportaron todos sus conocimientos de una forma desinteresada, terminando de esta forma de esculpir lo que un día empezó.*

Marcela Barrera

Neucdi Medrano

Yeni Mejía

## INDICE

RESUMEN

**INTRODUCCIÓN.** . . . . . i

**CAPITULO I MARCO TEÓRICO SOBRE EL ESTUDIO DEL APROVECHAMIENTO DE LAS RELACIONES  
COMERCIALES CON TAIWAN Y CHINA PARA LOS PRODUCTORES Y COMERCIANTES  
SALVADOREÑOS**

**1.1 COMERCIO MUNDIAL.** . . . . . 1

**1.2 MODALIDADES DEL COMERCIO.** . . . . . 2

1.2.1 Zona de Libre comercio. . . . . 2

1.2.2 Unión Aduanera. . . . . 2

1.2.3 Unión Económica. . . . . 3

1.2.4 Mercado Común. . . . . 3

**1.3 ORGANIZACIONES MUNDIALES DEL COMERCIO.** . . . . . 3

1.3.1 Organización Mundial del Comercio. . . . . 3

1.3.2 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. . . . . 4

1.3.3 Cámara de Comercio Internacional. . . . . 4

1.3.4 Conferencia sobre Comercio y Desarrollo. . . . . 4

1.3.5 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. . . . . 5

1.3.6 Fondo Monetario Internacional. . . . . 5

1.3.7 Banco Mundial. . . . . 6

1.3.8 Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional. . . . . 6

1.3.9 Agencia de Cooperación y de Información para el Comercio Internacional. . . . . 6

**1.4 TRATADOS DE LIBRE COMERCIO A NIVEL MUNDIAL.** . . . . . 6

1.4.1 Unión Europea. . . . .	6
1.4.2 Estados Unidos de América. . . . .	7
1.4.3 República de China. . . . .	7
1.4.4 Japón. . . . .	7
<b>1.5 COMERCIO EN CENTROAMERICA.</b> . . . .	<b>7</b>
<b>1.6 INSTITUCIONES SALVADOREÑAS RELACIONADAS CON LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR.</b> . . . .	<b>9</b>
1.6.1 Ministerio de Economía. . . . .	9
1.6.2 Agencia Nacional de Promoción de Inversiones. . . . .	12
1.6.3 Exporta. . . . .	12
1.6.4 Cámara de Comercio e Industria de El Salvador. . . . .	13
1.6.5 Corporación de Exportadores de El Salvador. . . . .	13
1.6.6 Asociación Nacional de la Empresa Privada. . . . .	13
1.6.7 Asociación Salvadoreña de Industriales. . . . .	13
<b>1.7 TRATADOS DE LIBRE COMERCIO DE EL SALVADOR CON EL RESTO DEL MUNDO.</b> . . . .	<b>13</b>
1.7.1 Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana - Centroamérica - Estados Unidos (CAFTA-DR). . . . .	14
1.7.2 Acuerdo Comercial Chile - El Salvador (Chile - Centroamérica). . . . .	14
1.7.3 Tratado de Libre Comercio El Salvador – México. . . . .	15
1.7.4 Tratado de Libre Comercio El Salvador - República Dominicana. . . . .	15
1.7.5 Tratado de Libre Comercio Panamá - El Salvador. . . . .	16
1.7.6 Tratado de Libre Comercio El Salvador – Colombia. . . . .	16

<b>1.8 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE EL SALVADOR, HONDURAS Y TAIWAN.</b>	16
1.8.1 Beneficios.	16
1.8.2 Beneficiados.	18
1.8.3 Desgravación arancelaria.	19
1.8.4 Clausulas desaprovechadas del Tratado de Libre Comercio.	20
1.8.4.1 Comercio transfronterizo de servicio..	20
1.8.4.2 Entrada temporal de personas de negocios.	20
1.8.5 Restricción de cantidades a exportar.	20
1.8.6 Inversión Taiwanesa.	21
1.8.7 Principales productos de exportación.	21
<b>1.9 DESARROLLO DEL SECTOR INDUSTRIAL EN EL SALVADOR.</b>	21
1.9.1 Concepto de industria.	21
1.9.2 Generalidades.	21
1.9.3 Industria salvadoreña ante el Tratado de Libre Comercio con Taiwán.	24
<b>1.10 DESARROLLO DEL SECTOR COMERCIO EN EL SALVADOR.</b>	25
1.10.1 Antecedentes históricos del sector comercio.	25
1.10.2 Sector comercio salvadoreño ante el Tratado de Libre Comercio con Taiwán.	26
<b>1.11 CASO COSTA RICA-TAIWÁN.</b>	26
<b>1.12 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA REPÚBLICA DE CHINA Y COSTA RICA.</b>	
<b>RICA.</b>	27
1.12.1 Principales productos que exporta Costa Rica a China.	27
1.12.2 Evolución de las exportaciones de Costa Rica hacia China.	27
1.12.3 Análisis China Costa Rica.	28

<b>1.12 POTENCIAL PARA INGRESAR A CHINA.</b>	28
--	----

## **CAPITULO II INVESTIGACION DE MERCADO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS COMERCIANTES Y PRODUCTORES DEL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR (AMSS) CON LA ENTRADA DE PRODUCTO TAIWANES Y CHINO EN EL MERCADO SALVADOREÑO**

<b>2.1 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION.</b>	31
<b>2.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.</b>	31
2.2.1 GENERAL.	31
2.2.2 ESPECIFICOS.	31
<b>2.3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.</b>	32
2.3.1 Método de investigación.	32
2.3.2 Tipo de investigación.	32
2.3.3 Fuentes de información a utilizar.	32
<b>2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.</b>	33
2.4.1 Cuestionario Estructurado.	33
2.4.2 Entrevista.	33
<b>2.5 ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.</b>	33
<b>2.6 UNIDADES DE ANÁLISIS.</b>	33
2.6.1 Medianas empresas industriales salvadoreñas.	33
2.6.2 Comercio minoristas.	33
2.6.3 Especialistas en comercio internacional.	33
<b>2.7 UNIVERSO O POBLACION.</b>	34
<b>2.8 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.</b>	34

2.8.1 Sector industrial. . . . .	34
2.8.2 Sector comercial. . . . .	35
<b>2.9 DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION.</b> . . . .	<b>35</b>
<b>2.10 ALCANCES Y LIMITACIONES.</b> . . . .	<b>36</b>
2.10.1 Alcances. . . . .	36
2.10.2 Limitaciones. . . . .	36
<b>2.11 RESULTADOS.</b> . . . .	<b>36</b>
2.11.1 Cuadros resúmenes de tabulación e interpretación de encuestas. . . . .	36
<b>2.12 TABULACION E INTERPRETACION DE DATOS.</b> . . . .	<b>38</b>
2.12.1 Encuestas sector industrial. . . . .	38
2.12.2 Encuestas sector comercial. . . . .	42
<b>2.12.3 RESULTADO DE ENTREVISTAS.</b> . . . .	<b>45</b>
2.12.3.1 Análisis de entrevista al Ministro Embajador de Taiwán delegado para El Salvador. . . . .	45
2.12.3.2 Análisis de entrevista al especialista en aranceles de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO). . . . .	46
2.12.3.3 Análisis de entrevista al Embajador de Costa Rica delegado para El Salvador. . . . .	47
2.12.3.4 Análisis de entrevista al especialista en aranceles de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO). . . . .	48
<b>2.13 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS COMERCIANTES Y PRODUCTORES POR LA ENTRADA DE PRODUCTO TAIWANES Y CHINO.</b> . . . .	<b>49</b>
2.13.1 Análisis de los productos más afectados por las importaciones de producto taiwanés	

y chino..	49
2.13.2 Análisis del sector más favorecido.	49
<b>2.14 CONCLUSIONES.</b>	<b>53</b>
<b>2.15 RECOMENDACIONES.</b>	<b>56</b>
 <b>CAPITULO III FORMULACION DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVAD DEL PAIS A NIVEL NACIONAL (POR LA ENTRADA DE PRODUCTOS ASIATICOS) E INTERNACIONAL, IMPULSANDO LAS EXPORTACIONES PARA APROVECHAR AL MAXIMO LAS RELACIONES COMERCIALES CON TAIWAN Y CHINA</b>	
 <b>3.1 IMPORTANCIA DE LA IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS EN EL MERCADO SALVADOREÑO.</b>	
	57
<b>3.3ANALISIS FODA.</b>	<b>58</b>
3.3.1 Análisis FODA de la industria salvadoreña.	58
3.3.2 Análisis FODA del comercio salvadoreño.	64
3.3.3 Nivel competitivo de la industria salvadoreña.	67
3.3.4 Posicionamiento de los productos taiwaneses en el mercado salvadoreño.	68
 <b>3.4 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE EL SALVADOR CON TAIWAN ANTES Y DESPUÉS DEL TLC.</b>	
	69
3.4.1 Evolución del comercio exterior de El Salva.	69
 <b>3.5 PRODUCTOS EXPORTADOS E IMPORTADOS, COMPRENDIDOS EN EL TLC EL SALVADOR TAIWAN.</b>	
	70
 <b>3.6. DETERMINACION DE UN PRODUCTOS SALVADOREÑO CON POTENCIAL PARA INGRESAR AL MERCADO TIWANES COMPREDIDO EN EL TLC.</b>	
	74
3.6.1 Industria de productos deshidratados en El Salvador.	75

<b>3.7. NIVEL DE APROVECHAMIENTO DE LAS RELACIONES COMERCIALES CON TAIWAN,</b>	
<b>EN EL SECTOR INDUSTRIAL Y COMERCIAL SALVADOREÑO.</b>	79
3.7.2 ¿Cómo aprovechar el Tratado de Libre Comercio Con Taiwán.	80
<b>3.8 POSICIONAMIENTO DE LA REPUBLICA DE CHINA A NIVEL MUNDIAL.</b>	81
3.8.1 Economía.	81
3.8.2 Comercio de la República de China.	81
3.8.3 Política Comercial.	82
3.8.4 Otros aspectos de la política comercial.	82
3.8.5 Principales destinos y orígenes de las exportaciones e importaciones de China.	83
<b>3.9 POSICIONAMIENTO DE EL SALVADOR A NIVEL MUNDIAL.</b>	83
3.9.1 Economía.	83
3.9.2 Comercio.	84
3.9.3 Principales socios comerciales.	84
3.9.4 Política Comercial.	85
3.9.5 Industria.	85
3.9.6 Comparación de Indicadores.	87
<b>3.10 CAPACIDAD EXPORTADORA DE EL SALVADOR .</b>	88
3.10.1 Capacidad productiva.	88
3.10.2 Capacidad instalada.	88
<b>3.11 BARRERAS COMERCIALES Y POLITICAS SALVADOREÑAS .</b>	89
<b>3.12 BARRERAS POLITICAS.</b>	90
<b>3.12.1 El Salvador y Taiwán.</b>	90

3.12.2 El Salvador y China. . . . .	91
3.13 ATRACTIVO COMERCIAL DE EL SALVADOR PARA CHINA . . . . .	91
3.14 ATRACTIVO COMERCIAL DE CHINA PARA EL SALVADOR. . . . .	93
BIBLIOGRAFIA. . . . .	94
GLOSARIO. . . . .	96
ANEXOS	

## INTRODUCCIÓN

Este estudio se ha realizado con el objeto de identificar cual ha sido el aprovechamiento que ha tenido el sector industrial y comercial en el Tratado de Libre Comercio entre El Salvador y Taiwán, que entró en vigencia en el año 2008, con el fin de incentivar las exportaciones e importaciones, como también la inversión entre ambos países.

De igual forma se indaga sobre la incidencia de firmar un acuerdo comercial con la República de China, para ello se consideró las ventajas y desventajas que éste traería consigo para El Salvador.

En el estudio se destaca el desempeño del sector industrial y comercial ante el Tratado de Libre Comercio con Taiwán y las limitantes que las empresas salvadoreñas han tenido para aprovechar al máximo dicho acuerdo.

Se presenta también las repercusiones que los productos provenientes de la República de China tienen en los sectores antes mencionados.

El comercio mundial ha contribuido a mejorar las relaciones comerciales con otros países tanto con países desarrollados, como en vías de desarrollo, para lo cual intervienen organizaciones mundiales del comercio, las cuales regulan el comercio y facilitan las relaciones entre dos o más países.

Dentro de la investigación se encontraron datos determinantes que contribuyeron a formular un análisis más exhaustivo y asertivo, dado que la industria salvadoreña ve como desfavorable el Tratado de Libre con Taiwán, a pesar que este fue realizado con la intención de incrementar el comercio entre ambas naciones; la industria percibe que los productos provenientes de Taiwán absorben un buen nicho de mercado por contar con variedad de productos a bajo costo de adquisición, capacidad instalada preparada para abastecer mercados y contar con tecnología atractiva para los consumidores.

Por el contrario, el sector comercial, lo ve desde el punto que al vender productos asiáticos obtienen mayores márgenes de ganancias, al sopesar ese factor consideran que les es conveniente impulsar productos taiwaneses, sin embargo, un dato importante sobre este sector es que no saben distinguir entre producto taiwanés, chino, coreano, etc., lo cual dificulta saber el verdadero posicionamiento de dichos productos en el mercado salvadoreño.

Finalmente la propuesta para el estudio, se enfoca en analizar cómo se ha aprovechado el Tratado de Libre Comercio firmado con Taiwán; se propone un producto que podría ser exportado para mejorar el posicionamiento de El Salvador en dicho mercado, con el objetivo que este acuerdo no solamente represente déficits para el país, sino más bien un incentivo para la industria salvadoreña. Además se analiza la factibilidad de firmar un Tratado de Libre Comercio con la República de China y las repercusiones que podría traer consigo para el mercado salvadoreño por ser una potencia mundial, y asimismo como este dañaría las actuales relaciones comerciales con Taiwán.

## RESUMEN

### **ESTUDIO SOBRE EL APROVECHAMIENTO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE EL SALVADOR CON TAIWÁN Y LA INCIDENCIA AL FIRMAR UN TRATADO COMERCIAL CON LA REPUBLICA DE CHINA**

Los Tratados de Libre Comercio han tomado gran relevancia en los últimos años, El Salvador en la búsqueda de mejorar sus relaciones comerciales ha firmado siete tratados.

La presente investigación está enfocada a conocer cuál es el nivel de aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio entre El Salvador y Taiwán, también se busca conocer cuál es la incidencia de firmar un Tratado comercial con China, para ello se realizaron dos encuestas, una dirigida al sector comercial y otra al industrial, para conocer más a fondo la opinión de los más relacionados con el tema, también se realizaron cuatro entrevistas, estas fueron dirigidas a conocedores del tema, a un especialista en Tratados Comerciales, a un especialista en aranceles, a la embajada de Taiwán y posteriormente a la embajada de Costa Rica.

Con estos instrumentos se recolectó la información necesaria y a continuación se realizaron las conclusiones, en las cuales se detalla la opinión de los comerciantes, de los empresarios y de los especialistas en comercio, posterior a las conclusiones se encuentran las recomendaciones, con las que se buscó darle solución al problema en estudio.

Como punto final de la investigación se detalla cual es la situación del sector comercial e industrial ante el tratado de libre comercio con Taiwán, para ello se realizó un FODA, en el que se incluye estrategias ofensivas, defensivas, adaptativas y de supervivencia que pueden mejorar la situación actual para cada sector.

Después de hacer el diagnostico de la situación de los comerciantes y empresarios, se hizo una propuesta de un producto que tiene potencial para ingresar al mercado taiwanés, para ello se consideró el comportamiento del consumidor, estudios sobre lo que Taiwán demanda y la opinión de conocedores del tema. El producto elegido fue la fruta deshidratada que en la actualidad está siendo un producto demandado por ser natural, por conservar sus características y además trae facilidades para el exportador porque tiene más facilidad de almacenamiento entre otras características.

En este punto se detalla la situación y desarrollo de la industria de fruta deshidratada así como las exigencias de Taiwán para este tipo de productos.

## **CAPITULO I**

### **MARCO TEÓRICO SOBRE EL ESTUDIO DEL APROVECHAMIENTO DE LAS RELACIONES COMERCIALES CON TAIWAN Y CHINA PARA LOS PRODUCTORES Y COMERCIANTES SALVADOREÑOS**

#### **1.1 COMERCIO MUNDIAL**

Para dar inicio al comercio mundial se debe conocer primero la definición de comercio.

##### **Comercio<sup>1</sup>:**

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.

El propósito de éste, es incrementar, para ambas partes, los bienes disponibles para el consumo; lo que significa incrementar el bienestar de todos los participantes.

En las últimas décadas, la economía mundial experimentó un rápido crecimiento, al que contribuyó entre otros factores, la aceleración aun mayor del comercio internacional, éste registró un promedio del 6% anual<sup>2</sup>, 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.

Cabe mencionar que el proceso de globalización es también parte esencial del comercio internacional (Ver Anexo N°1), dado que durante muchos años, los gobiernos de la mayor parte de los países han abierto cada vez más sus economías al comercio internacional, ya sea a través del sistema multilateral de comercio, de la intensificación de la cooperación Regional o en el marco de

---

<sup>1</sup> Saúl Weisleder. Tratado de Libre Comercio, Centroamérica-Estados Unidos, Proceso y resultados; Editorial universidad estatal a distancia; 7-8p.

<sup>2</sup> Fondo Monetario Internacional (FMI), La liberación del comercio mundial y los países en desarrollo, <http://www.imf.org>

programas internos de reforma. En términos más generales, el comercio y la globalización han reportado beneficios ingentes a muchos países y ciudadanos.

El comercio ha ayudado a muchas naciones obtener los beneficios de la especialización y hacer economías para producir a una escala más eficiente. Ha incrementado la productividad, impulsado la difusión del conocimiento y de nuevas tecnologías y aumentado la posibilidad de elección de los consumidores. El resultado ha sido la mejora de los niveles de vida en el mundo entero. Los hechos demuestran que para experimentar un crecimiento sostenido, la economía debe estar abierta al comercio y la inversión con el resto del mundo.

Al hablar de comercio mundial, se debe hablar también de las formas en que se lleva a cabo el comercio, por ello se presenta a continuación las modalidades del comercio.

## **1.2 MODALIDADES DEL COMERCIO<sup>3</sup>.**

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 tres tipos de modalidades;

### **1.2.1 Zona de Libre comercio**

En una zona de libre comercio los países firmantes del tratado se comprometen a anular entre sí los aranceles en frontera, es decir, entre los países firmantes del tratado los precios de todos los productos comercializados entre ellos serán los mismos para todos los integrantes de la zona, de forma que un país no puede aumentar (mediante aranceles a la importación) el precio de los bienes producidos en otro país que forma parte de la zona de libre comercio. La Zona de libre comercio persigue solamente la eliminación de las barreras arancelarias y no arancelarias.

### **1.2.2 Unión Aduanera**

Una 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

---

<sup>3</sup> Conceptos elaborados por el grupo en base a definiciones del Ministerio de Economía de El Salvador

de los países miembros, lo que beneficia 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.

### **1.2.3 Unión Económica**

Representa el grado de integración comercial 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.

### **1.2.4 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 la 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.

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.

## **1.3 ORGANIZACIONES MUNDIALES DEL COMERCIO**

### **1.3.1 Organización Mundial del Comercio (OMC)**

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Los pilares sobre los que descansa son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades.

Esta organización tiene su sede en Ginebra, Suiza, fue establecida el 1º de enero de 1995 y en la actualidad está compuesto por 155 países.

Sus principales funciones son:

1. Administra los acuerdos comerciales de la OMC
2. Foro para negociaciones comerciales
3. Trata de resolver las diferencias comerciales

4. Supervisa las políticas comerciales nacionales
5. Asistencia técnica y cursos de formación para los países en desarrollo
6. Cooperación con otras organizaciones internacionales<sup>4</sup>

### **1.3.2 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)<sup>5</sup>**

La 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 - administramos 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.

### **1.3.3 Cámara de Comercio Internacional (ICC)**

La Cámara de Comercio Internacional 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 las miles de empresas que agrupa proceden de más de 130 países y se organizan como Comités Nacionales en más de 90 de ellos.<sup>6</sup>

### **1.3.4 Conferencia sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)**

La 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

---

<sup>4</sup> Pagina web de la Organización Mundial del Comercio

<sup>5</sup> Página web de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

<sup>6</sup> Pagina web de la Cámara de Comercio Internacional

actuales sobre las políticas y la reflexión en materia de desarrollo, velando especialmente por que las políticas nacionales y la acción internacional se complementen mutuamente para lograr un desarrollo sostenible.

### **1.3.5 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.<sup>7</sup>

### **1.3.6 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.<sup>8</sup>

### **1.3.7 Banco Mundial (BM)**

El Banco Mundial 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<sup>9</sup>.

### **1.3.8 Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI)**

---

<sup>7</sup> Pagina web de La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

<sup>8</sup> Página web del Fondo Monetario Internacional

<sup>9</sup> Página web del Banco Mundial

Principal órgano jurídico del sistema de las Naciones Unidas en el ámbito del derecho mercantil internacional durante más de 40 años. La función de la CNUDMI consiste en modernizar y armonizar las reglas del comercio internacional.

Sus principales objetivos son: acelerar el crecimiento comercial, mejorar el nivel de vida y crear nuevas oportunidades. Formulando normas modernas, equitativas y armonizadas para regular las operaciones comerciales<sup>10</sup>.

### **1.3.9 Agencia de Cooperación y de Información para el Comercio Internacional (ACICI)**

La Agencia de Cooperación y de Información para el Comercio Internacional es una organización intergubernamental con sede en Ginebra, cuyo mandato es ayudar a los países menos favorecidos (PMF) a dirigir una diplomacia comercial más activa y a entender mejor los aspectos técnicos de las normas relacionadas con el comercio y los acuerdos de la OMC. La ACICI contribuye a mejorar la posición de estos países en el sistema multilateral de comercio, para promover una gestión económica adecuada y un crecimiento impulsado por el comercio que ayude a los PMF beneficiarse del proceso de mundialización<sup>11</sup>.

## **1.4 TRATADOS DE LIBRE COMERCIO A NIVEL MUNDIAL**

A nivel mundial se han llevado a cabo una infinidad de Tratados de Libre Comercio entre Naciones con el propósito de incentivar y fortalecer el comercio internacional, representando así; progreso económico y la mejora de vida de su población, por medio de las ventajas que ofrece el comercio, tecnología y los nuevos mercados.

Entre los países que han firmado Tratados de Libre Comercio con mayor relevancia a nivel mundial, por su participación en el comercio internacional se encuentran:

### **1.4.1 Unión Europea<sup>12</sup>**

Tratado de la Unión Europea, firmado el 7 de febrero de 1992 tras haber sido aprobado en Maastricht (países bajos) en diciembre de 1991 por el consejo Europeo, la cual incluye 27 países; Suecia, Rumania, República Checa, Reino Unido, Portugal, Polonia, Países Bajos, Malta, Luxemburgo, Lituania, Letonia, Italia, Irlanda, Hungría, Grecia, Francia, Finlandia, Estonia, España, Eslovenia, Eslovaquia, Dinamarca, Chipre, Bulgaria, Bélgica, Austria y Alemania.

---

<sup>10</sup> Página web de La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional

<sup>11</sup> Página web de Agencia de Cooperación y de Información para el Comercio Internacional

<sup>12</sup> Página principal de la Unión Europea (<http://europa.eu>)

La unión Europea, busca fomentar por medio de sus acuerdos comerciales el compromiso con un comercio libre y justo. El libre comercio entre sus países miembros es uno de los principios en los que se sustenta la UE, que está comprometida con la liberalización del comercio mundial en beneficio de todos los países, tanto ricos como pobres. Además de representar para los países interesados en crear relaciones comerciales con dicha nación, un mercado atractivo, por su capacidad adquisitiva.

#### **1.4.2 Estados Unidos de América<sup>13</sup>**

Esta nación, es una de las que representa mayor influencia en el comercio internacional, debido a las grandes exportaciones e importaciones que generan a nivel mundial, manteniéndose en un alto grado de participación comercial. Entre los países con los que se ha firmado Tratados de Libre Comercio y que aun continúan en vigencia, se encuentran; Corea (2007), Colombia (2006), Perú (2006), Omán (2006), Bahrain (2004), República Dominicana - Centroamérica (CAFTA-DR) (2004), Panamá (2007), Marruecos (2004), Australia (2004), Chile (2003), Singapur (2003), Jordania (2000), Canadá - México (NAFTA) (1992), Israel (1985).

#### **1.4.3 República de China<sup>14</sup>**

La República de China en los últimos años se ha posicionado en el primer lugar como exportador a nivel mundial, como también ha buscado nuevos mercados a través de la creación de TLC con otros países, y así incursionar con sus productos y servicios. Dicha República es una de las más atractivas a nivel de comercio internacional, debido a las grandes oportunidades de crecimiento económico que ofrece a sus contrapartes. Este país Asiático ha llevado a cabo diversos Tratados, los diez primeros socios comerciales son Unión Europea, Estados Unidos, Japón, Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, Hong Kong, Corea del Sur, Taiwán, India, Australia, Rusia.

#### **1.4.4 Japón<sup>15</sup>**

Japón un país de cooperación entre el gobierno y las industrias, que ha alcanzado por medio del dominio de la tecnología, el éxito en el comercio exterior, permitiéndole crear relaciones con países de los cuales obtiene grandes beneficios. Entre sus principales socios comerciales se encuentran; Estados Unidos, China, Malasia, Tailandia, Corea del Sur, Alemania y el resto de los estados miembros de la Unión Europea.

### **1.5 COMERCIO EN CENTROAMERICA**

<sup>13</sup> SICE (Sistema de información sobre comercio exterior) (<http://www.sice.oas.org>)

<sup>14</sup> Ministerio de Comercio de la República Popular de China (<http://spanish.mofcom.gov.cn>)

<sup>15</sup> OMC (Organización Mundial del Comercio)

La región de Centroamérica está compuesta por Guatemala, Belice, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá; en conjunto, representa la sexta economía más grande de América Latina (después de Brasil, México, Argentina, Colombia y Perú)<sup>16</sup>, esto se logró mediante la creación de un Mercado Común Centroamericano, constituido en 1960.

En los años ochenta, guerras civiles y problemas con la deuda externa causaron grandes dificultades en materia de pagos en los países y, como consecuencia, el comercio interregional se contrajo más del 50% entre 1980 y 1986<sup>17</sup>.

Y a pesar de los múltiples problemas surgidos en épocas anteriores, hoy en día el valor del intercambio comercial de mercancías de Centroamérica con el mundo ha evolucionado muy favorablemente. En el período de 2003-2008, creció a una tasa promedio anual del 14.7%, siendo Estados Unidos el principal socio comercial, al comprar el 31.6% de las exportaciones totales de la región y vender el 33.4% de las importaciones totales<sup>18</sup>.

Por su parte, el Mercado Común Centroamericano (MCCA, SICA), constituye el segundo socio comercial de los propios países de la región Latinoamericana, al participar dentro del intercambio comercial total con el 29.4% de las exportaciones y el 12.7% de las importaciones, superando a la Unión Europea y a los demás mercados en ambas variables, lo que pone de manifiesto la enorme importancia del comercio intrarregional<sup>19</sup>.

Después de más 50 años de integración, el MCCA se encuentra actualmente entre un área de libre comercio casi perfecta y una unión aduanera imperfecta. Desde el comienzo de los años ochenta ha habido un significativo progreso en la armonización de los aranceles externos, aplicado en cuatro niveles arancelarios, 0%, 5%, 10%, y 15%<sup>20</sup> para bienes de capital y materias primas, materias primas producidas en la región, bienes intermedios, y bienes de consumo respectivamente; asimismo, durante esa época, el proceso de integración fue profundizado por el desarrollo de nuevas reglas y regulaciones en varias áreas como las reglas de origen, medidas de salvaguardia, practicas desleales de comercio, normas y barreras técnicas al comercio, solución de controversias, y comercio e inversión en el área de servicios, a través del Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA) y las reglas y regulaciones del CAUCA.

Otro dato importante a mencionar es que a través del Tratado General de MCCA, se estableció que todos los productos con certificado nacional de origen disfrutaban de libre comercio a excepción de una lista de

---

<sup>16</sup> Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE), Antecedentes del Mercado Común Centroamericano.

<sup>17</sup> Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE), <http://www.sice.oas.org>

<sup>18</sup> EENI, The Global Business School, <http://www.reingex.com>

<sup>19</sup> EENI, The Global Business School, <http://www.reingex.com>

<sup>20</sup> Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE), <http://www.sice.oas.org>

productos, la cual ha decrecido con el pasar del tiempo y en la actualidad aplica solamente al café, azúcar, bebidas alcohólicas y productos petroleros<sup>21</sup>. Como resultado del comercio intrarregional se ha incrementado en volumen e importancia las exportaciones e importaciones (Ver anexo N°2) mostrando oportunidades para seguir fortaleciendo la región centroamericana y haciéndola más competitiva a nivel mundial.

## **1.6 INSTITUCIONES SALVADOREÑAS RELACIONADAS CON LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR**

### **1.6.1 Ministerio de Economía**

La misión del Ministerio de Economía es Contribuir a la construcción de un país próspero, justo, equitativo, solidario y en democracia, por medio del fortalecimiento de las capacidades productivas de todos los sectores empresariales; la profundización de la integración económica regional; la consolidación de la apertura comercial; la priorización de políticas sectoriales en territorios con alto potencial de crecimiento; y el fortalecimiento del mercado interno a partir de reglas claras y del acompañamiento de iniciativas locales.

#### **Funciones**

1. Promover el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos.
2. Contribuir al desarrollo de la competencia y competitividad de actividades productivas tanto para el mercado interno como para el externo a través de la promoción de las inversiones y del crecimiento de las exportaciones mediante un esquema claro y transparente de acción que impida la existencia de barreras discrecionales a los agentes económicos.
3. Definir la política comercial del país, el seguimiento e impulso a la integración económica centroamericana, fortalecer los flujos de comercio e inversión y el desarrollo de las negociaciones comerciales con terceros países y organismos multilaterales.

Dentro del Ministerio de Economía se encuentra direcciones especializadas en el comercio, estas son:

#### **a) Dirección de la Administración de Tratados Comerciales (DATCO)**

Con el propósito de consolidar la inserción internacional de El Salvador en los mercados externos y ampliar las oportunidades económicas para los sectores productivos nacionales, El Salvador ha puesto en vigor siete

---

<sup>21</sup> Informe de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO)

Tratados de Libre Comercio (TLC) con países como Estados Unidos, México, Colombia, República Dominicana, Chile, Panamá y Taiwán.

Para garantizar la plena vigencia de estos instrumentos jurídicos, es necesario llevar a cabo una serie de acciones permanentes que contribuyan a asegurar el cumplimiento de los compromisos asumidos, el adecuado funcionamiento de la institucionalidad, la defensa comercial de los sectores productivos de El Salvador ante prácticas desleales y la eliminación de obstáculos al comercio, entre otros. Estas tareas de administración de los TLC contribuyen a lograr un mayor aprovechamiento de las oportunidades comerciales y brindan seguridad jurídica a exportadores, importadores e inversionistas. En El Salvador, esas funciones son desempeñadas desde el año 2001 por la Dirección de la Administración de Tratados Comerciales (DATCO).

### **Funciones**

1. Propiciar mejores condiciones de acceso a los mercados utilizando la institucionalidad de los TLC.
2. Apoyar a los sectores productivos en el manejo de las medidas de defensa comercial.
3. Trabajar en la eliminación de barreras al comercio para asegurar el acceso a los mercados de los principales socios comerciales.
4. Apoyar a las cadenas agroindustriales mediante la administración de los contingentes agropecuarios.
5. Administrar los mecanismos de solución de controversias para garantizar el cumplimiento de las disposiciones establecidas en los TLC.
6. Garantizar el cumplimiento de los compromisos en materia de liberalización comercial en el marco de los TLC's.
7. Asesorar a los sectores productivos en las disciplinas comerciales incluidas en los Acuerdos comerciales.

### **b) Dirección de Política Comercial**

Es la encargada de definir la política comercial de El Salvador, conduce las negociaciones comerciales internacionales de forma estratégica para ampliar las oportunidades de oferta exportable, así como su diversificación, promoción y atracción de inversión extranjera directa al contar con instrumentos internacionales que establecen reglas claras para el comercio, con la finalidad de contribuir al desarrollo de la economía nacional.

### **Funciones:**

1. Proporcionar al Despacho los fundamentos técnicos necesarios para definir y ejecutar la política comercial nacional y asesorar en áreas de su competencia.
2. Compatibilizar la política comercial con el resto de las políticas contenidas en los programas económicos y planes de desarrollo impulsadas por el Gobierno.
3. Coordinar, conducir y dar seguimiento a las negociaciones comerciales de carácter bilateral, regional y multilateral.
4. Administrar coordinadamente con otras Instituciones del Gobierno los instrumentos resultantes de los mismos.
5. Apoyar a los sectores productivos nacionales con medidas que ayuden a combatir de manera adecuada y oportuna las prácticas desleales de comercio; desarrollando los procedimientos legales correspondientes.
6. Desarrollar actividades de formación y difusión de información.
7. Coordinar y mantener constante comunicación con las Instituciones públicas y privadas relacionadas con la política comercial del país.

### **c) Dirección de Comercio e Inversión**

El objetivo para el que fue creada es para contribuir al desarrollo económico y social a través del apoyo al sector empresarial que contribuya a generar un incremento en la producción, mejorar su eficiencia y competitividad en el mercado nacional e internacional, facilitando y apoyando el desarrollo de exportaciones y las inversiones generadoras de empleo, bajo un esquema claro y transparente de acción, que impida la existencia de barreras discrecionales a los agentes económicos y asegure el apoyo efectivo a sus operaciones en el país.

Dentro de la Dirección de Comercio e Inversión se encuentra La Oficina Nacional de inversiones ésta es la ventanilla única que facilita la realización de todos los trámites que competen a los inversionistas nacionales y extranjeros.

### **d) Fondo de Fomento a las Exportaciones (FOEX)**

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

El Fondo de Fomento de Exportaciones (FOEX) es un programa del Ministerio de Economía que ofrece cofinanciamiento no reembolsable a las actividades orientadas a la promoción y el fortalecimiento de las exportaciones de la pequeña y mediana empresa.<sup>22</sup>

### **1.6.2 Agencia Nacional de Promoción de Inversiones (PROESA)**

PROESA, la Agencia Nacional de Promoción de Inversiones de El Salvador, es la institución gubernamental que brinda a los inversionistas extranjeros asesoría profesional respecto al entorno empresarial y oportunidades de negocio en el país.

Su objetivo primordial es atraer la inversión extranjera y asesorar a los interesados en invertir en El Salvador.

PROESA asiste a los inversionistas con:

1. Información exhaustiva sobre las oportunidades de negocio en El Salvador.
2. Apoyo para coordinar programas de visitas y encontrar los lugares idóneos para instalarse en El Salvador.
3. Información personalizada y consejos prácticos sobre cómo establecer una empresa, etc.<sup>23</sup>

### **1.6.3 Exporta**

Es la agencia oficial de promoción de Exportaciones de El Salvador, que facilita y promueve de manera ágil, oportuna y eficaz, el acceso de las empresas a los servicios, mecanismos de apoyo y programas tanto públicos como privados, que les posibilite insertarse eficaz y sostenidamente en los mercados internacionales claves, para incrementar las exportaciones.

Sus grandes líneas de acción son:

1. Información de Mercados.
2. Estrategias de internacionalización.
3. Mercadeo<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> <http://www.minec.gob.sv>

<sup>23</sup> [www.proesa.com.sv](http://www.proesa.com.sv)

<sup>24</sup> [www.exporta.gob.sv](http://www.exporta.gob.sv)

#### **1.6.4 Cámara de Comercio e Industria de El Salvador**

Es la institución dedicada a promover y defender el sistema de libre empresa, promoviendo el desarrollo empresarial y ejecutando acciones que fomenten la competitividad en El Salvador<sup>25</sup>

#### **1.6.5 Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT)**

La Corporación de Exportadores de El Salvador, es una institución al servicio del sector exportador.

Fue creada por un grupo de Exportadores identificados por un objetivo común: “Crear más y mejores oportunidades de trabajo para salvadoreños mediante el fomento, establecimiento y ampliación de industrias para la exportación<sup>26</sup>

#### **1.6.6 Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP)**

La Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP) fue fundada en Septiembre de 1966. Su objetivo es contribuir al desarrollo económico, social, y cultural de El Salvador, promoviendo el fortalecimiento del Sector empresarial y el Estado democrático de derecho.

La Asociación está integrada por las Asociaciones o Entidades de los sectores representativos de la iniciativa privada. Actualmente cuenta con 43 gremiales miembros y con el apoyo de 153 empresas<sup>27</sup>.

#### **1.6.7 Asociación Salvadoreña de Industriales**

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

ASI representa los intereses de más de 500 asociados que se dedican a actividades industriales, así como las conexas o complementarias<sup>28</sup>.

### **1.7 TRATADOS DE LIBRE COMERCIO DE EL SALVADOR CON EL RESTO DEL MUNDO**

Actualmente El Salvador cuenta con los siguientes Tratados de Libre Comercio:

---

<sup>25</sup> [www.camarasal.com](http://www.camarasal.com)

<sup>26</sup> <http://www.minec.gob.sv>

<sup>27</sup> [www.anep.org.sv](http://www.anep.org.sv)

<sup>28</sup> [www.asi.com.sv](http://www.asi.com.sv)

### **1.7.1 Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana - Centroamérica - Estados Unidos (CAFTA-DR)**

El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica-República Dominicana y los Estados Unidos de América fue suscrito el 5 de agosto de 2004 y entró en vigor para El Salvador el 1 de marzo de 2006.

Desde la entrada en vigencia del CAFTA las exportaciones de El Salvador han aumentado llegando a alcanzar para el 2011 un crecimiento del 12%. (Ver anexo N° 3)

Algunos de los sectores de exportación que reportan mayor crecimiento son los de agroindustria, alimentos y bebidas, plásticos y metalmecánica, dentro de estos se destacan los siguientes productos: azúcar, mini langosta congelada, toallas de algodón, camisas de algodón para hombre, calzado con parte superior de cuero natural, néctares de fruta, y productos étnicos (frijoles rojos, pan dulce, pescado seco, jocote congelado, queso, horchata, dulce de panela, bálsamo, entre otros).

En términos de inversión, Estados Unidos continúa siendo la principal fuente en El Salvador lo cual representa un 33% del total de la inversión extranjera. Como resultado del clima de certidumbre jurídica a raíz de la vigencia del CAFTA un número considerable de empresas se han instalado en nuestro país, invirtiendo en los rubros de la agroindustria, call center, distribución y logística, textiles y confección, auto partes y desarrollo de software<sup>29</sup>

### **1.7.2 Acuerdo Comercial Chile - El Salvador (Chile - Centroamérica)<sup>30</sup>**

Acuerdo ratificado el 4 de octubre de 2001 y entró en vigencia en el año 2002.

La relación comercial entre El Salvador y Chile se ha intensificado desde la entrada en vigencia del Acuerdo, para el 2011 la exportaciones hacia ese país crecieron un 221% (Ver anexo N°4)

Dentro de los principales productos exportados se encuentran: harina, polvo y “pellets” de pescado o de crustáceos; preparaciones opacificantes para exámenes radiológicos; calzado, manufacturas de aluminio; aceites de petróleo; partes de calzado; escobas, cepillos y brochas; juegos activados con moneda o fichas; mezclas de sustancias odoríferas; aisladores eléctricos, entre otros.

Por su parte, los principales productos importados están: los aceites ligeros (livianos) y preparaciones, de petróleo o mineral bituminoso; manzanas frescas; placas, láminas, tiras y hojas de plástico; compotas, jaleas

<sup>29</sup> Informe de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO)

<sup>30</sup> Ministerio de Economía de El Salvador

y mermeladas; butano licuado; uvas frescas; papel y cartón para escribir o imprimir; leche en polvo; estampas, grabados y fotografías, preparaciones alimenticias, entre otros.

### **1.7.3 Tratado de Libre Comercio El Salvador - México**

El 29 de junio de 2000, El Salvador y México suscribieron un Tratado de Libre Comercio que entró en vigencia a partir del 15 de marzo de 2001. Es de importancia recalcar, que según datos obtenidos del ministerio de economía; dentro de dicho Tratado también forman parte Guatemala y Honduras.

Además, a partir del 22 de noviembre de 2011, el llamado TLC único entre México y Centroamérica, sustituyó a los tres acuerdos comerciales que México aún tiene con países de la región.

Entre los principales productos que se exportan se encuentran: bebidas de sabores, estuches para botellas, azúcar blanca, cintas elásticas, hilados de algodón, cajas de cartón, medicamentos, camisas de algodón, galletas, calzado de plástico e implementos agrícolas.

Entre los principales productos de importación se encuentran: petróleo crudo, artículos higiénicos, baterías para carros, teléfonos móviles, preparaciones capilares, partes de refrigerador, televisores, medicamentos, libros y productos de aluminio.

Desde que entró en vigencia el tratado, las exportaciones de El Salvador han aumentado para el 2011, el crecimiento de las exportaciones fue del 14% con respecto al 2010 (Ver anexo N°5)

### **1.7.4 Tratado de Libre Comercio El Salvador - 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, por lo que todos los productos gozan de cero arancel, 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.

Entre los principales productos de exportación se encuentran: bebidas de frutas, medicamentos, papel higiénico, detergente en polvo, productos de plástico, toallas de algodón, escobas plásticas y boquitas saladas, registrando en el 2010 un crecimiento del 25%<sup>31</sup> (Ver anexo N°6).

Entre los principales productos de importación se encuentran: poliésteres y resinas, artículos para envase y transporte de huevos, compuestos de PVC, cinchos y cuadernos.

---

<sup>31</sup> Informe de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO)

### **1.7.5 Tratado de Libre Comercio Panamá - El Salvador<sup>32</sup>**

El TLC con Panamá entró en vigencia el 11 de abril de 2003. Las exportaciones hacia ese país han sido negativas a pesar de haber firmado el tratado, el único año que presenta cifras positivas es el 2010 que se alcanzó un crecimiento de 7%, sin embargo en el 2011 las cifras volvieron a ser negativas registrando un decrecimiento del 65%. (Ver anexo N°7)

Entre los principales productos de exportación se encuentran: detergentes, cajas de cartón, bebidas de frutas, artículos plásticos desechables, libros, machetes, dulces y galletas, entre otros.

Entre los principales productos de importación se encuentran: carne bovina, leche condensada, medicamentos a granel, artículos de plástico entre otros.

### **1.7.6 Tratado de Libre Comercio El Salvador - Colombia**

Acuerdo vigente desde el 1 de febrero de 2010. Dicho Tratado no solo se firmó con El Salvador, sino que también figura la República de Guatemala y Honduras.

Entre los principales productos de exportación se encuentran: láminas de hierro y acero, colchones, cierres de cremallera, muebles, bebidas de sabores, toallas de algodón, implementos agrícolas entre otros y dentro de los productos importados están: combustible, medicamentos, perfumes, herbicidas, derivados de café, artículos de confitería entre otros<sup>33</sup>.

Las exportaciones con ese país han registrado crecimiento únicamente en el 2009, con un 221%, los demás años registran cifras negativas. (Ver anexo N°8)

## **1.8 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE EL SALVADOR, HONDURAS Y TAIWAN**

Por ser objeto de estudio esta relación comercial se especificará más detalladamente, a continuación.

### **1.8.1 Beneficios**

#### **a. Mercado preferencial ampliado**

A partir de la vigencia del Tratado, El Salvador tiene un acceso preferencial al mercado taiwanés, el cual abarca aproximadamente 23 millones de consumidores.

---

<sup>33</sup> Informe de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO)

Al respecto, conviene destacar que a partir del primer día de vigencia del acuerdo, El Salvador logró obtener acceso inmediato libre de aranceles para aproximadamente el 67% del universo arancelario taiwanés, en el que destacan los siguientes productos de potencial exportación:

- Algunos productos de pesca, incluido el atún procesado,
- Algunos productos lácteos como quesos,
- Plantas ornamentales como el izote,
- Algunas hortalizas y frutas,
- Café y sus derivados,
- Especias, algunas grasas vegetales y aceites,
- Melazas,
- Productos de chocolate,
- Productos de panadería,
- Algunos jugos de frutas,
- Licores,
- Medicamentos,
- Pinturas y barnices,
- Artículos de limpieza y jabones,
- Abonos y fertilizantes

De igual manera, adquiere relevancia destacar el beneficio obtenido por El Salvador al lograr, de manera unilateral, el acceso a Taiwán para una amplia cuota de azúcar, con crecimiento anual:

- a) 35,000 Toneladas Métricas (TM) para el primer año de vigencia del acuerdo;
- b) 50,000 TM para el segundo año; y
- c) 60,000 TM del tercer año en adelante, que entrarían con cero arancel a Taiwán.

Esta cuota podrá incluir hasta un total de 5,000 TM de azúcar refinada por año; y podrá estar comprendida hasta en un 100% de azúcar cruda originaria.

#### **b. Apertura arancelaria equilibrada**

Tal y como se estableció al inicio de las negociaciones, Taiwán reconocería la asimetría existente con El Salvador y Honduras. En ese sentido, los programas de desgravación arancelaria mantienen la protección necesaria para las importaciones provenientes de Taiwán, en los sectores sensibles del país, como: carne de cerdo, pesca, plásticos, textil y confección, calzado, manufacturas de metal, entre otros.

### **c. Complementariedad productiva**

Las estructuras productivas de El Salvador y de Taiwán son muy diferentes, lo que implica un alto grado de complementariedad. En este sentido conviene destacar el alto potencial de exportación para productos agroindustriales.

### **d. Puerta de entrada al mercado asiático**

Asia representa en la actualidad un mercado de alto interés en el comercio internacional. En este contexto, el TLC con Taiwán constituye una puerta de entrada a Asia, pues además del aprovechamiento mismo del mercado taiwanés, deja cosechar el conocimiento de las regulaciones, tendencias y preferencias del mercado asiático en general, favoreciendo el desarrollo de las exportaciones salvadoreñas a otros países asiáticos.

### **e. Favorece la inversión y la transferencia de tecnología a El Salvador**

Taiwán es uno de los países con mayor desarrollo tecnológico en el mundo, lo que favorece la transferencia de tecnología mediante inversiones en el país.

### **f. Constituye un nuevo marco para la cooperación**

El TLC incluye un capítulo sobre cooperación, que contribuya a institucionalizar las actividades y fortalecer las mismas con miras a un incremento de comercio entre El Salvador y Taiwán.

En el capítulo se establecen parámetros para mejorar la capacidad del sector público y privado nacional enfocado hacia la micro, pequeña y mediana empresas para la generación y mejoramiento de la oferta exportable; coadyuvando al establecimiento de flujos comerciales, financieros y tecnológicos y a la inversión entre las Partes.

Las materias específicas en las que se centrarán las actividades de Cooperación son: comercio e industria, sector de micro, pequeñas y medianas empresas, oferta exportable, turismo, energía, transporte, logística y distribución, sector agropecuario, forestal, acuícola y pesquero y calidad, productividad, innovación y desarrollo tecnológico.

## **1.8.2 Beneficiados**

Al realizar el tratado de libre comercio con Taiwán empresas del sector industrial y agrícola han sido beneficiadas sean estas grandes pequeñas o medianas empresas. El sector agrícola ha sido el más beneficiado entrando el 100% de las exportaciones libres de arancel.

Al aumentar las ventas de las entidades mencionadas a través de las exportaciones, aumenta las ganancias, aumenta el empleo y aumenta los ingresos para el estado.

### 1.8.3 Desgravación arancelaria

Categoría	Descripción
A	Acceso inmediato libre de arancel
B	Serán eliminados en 5 etapas anuales iguales, comenzando con la fecha de entrada en vigencia del Tratado y quedarán libres de arancel a partir del 1 de Enero del 5° año.
C	Serán eliminados en 10 etapas anuales iguales comenzando con la fecha de entrada en vigencia al Tratado y quedarán libre de arancel a partir del 1 de Enero del 10° año
C-	Los aranceles permanecerán en la tasa base durante los años 1° al 5° comenzando el primero de Enero del año seis, dichos aranceles serán eliminados en cinco etapas anuales iguales, y tales mercancías quedarán libres de aranceles a partir del 1 de Enero del 10° año.
D	Serán eliminados en 15 etapas anuales iguales, comenzando con la fecha de entrada en vigencia del Tratado y quedarán libres de arancel a partir del 1 de enero del 15° año.
D-	Los aranceles permanecerán en la tasa base hasta el 10° año. A partir del 1° de enero de los 11 ° año, dichos aranceles serán eliminados en 5 etapas anuales iguales y tales mercancías quedarán libres de aranceles aduaneros a partir del 15° año.
E	Los aranceles sobre las mercancías originarias en fracciones de esta categoría en la lista de una parte serán considerados como sensibles y están libres de cualquier compromiso de reducción
F	Los aranceles serán reducidos en un 20% de la tasa base comenzando en la fecha de entrada en vigencia y más adelante dicha reducción de aranceles permanecerá a ese nivel y sin reducción alguna.
G	Los aranceles permanecerán en la tasa base hasta el 10° año. A partir del 1° de Enero del 11° año, dichos aranceles serán eliminados en 10 etapas anuales iguales, quedando libres de arancel a partir del 1 de Enero del 20° año.
Q	Aplica las fracciones sujetas a la cuota de azúcar libres de impuestos que deberá aplicar Taiwán a El Salvador y Honduras. Azúcar cruda: 170.11.00; 1701.91.10 Azúcar refinada: 1701.91.20; 1701.99.10; 1701.99.20 y 1701.99.90

**Fuente:** Informe TLC Taiwán DATCO

## 1.8.4 Clausulas desaprovechadas del Tratado de Libre Comercio

### 1.8.4.1 Comercio transfronterizo de servicio<sup>34</sup>

Un proveedor de servicios extranjero puede prestar sus servicios sin necesidad de establecer o mantener una oficina de representación u otro tipo de empresa, o como condición, que resida en el territorio en el que prestará el servicio.

#### a) Modos de prestación de los servicios

**Modo 1:** suministro transfronterizo, se refiere al suministro de un servicio del territorio de una parte del territorio a otra parte; por ejemplo, una compra por internet.

**Modo 2:** consumo en el extranjero, se trata del consumo de un servicio en el extranjero. Tiene lugar cuando el consumidor se traslada al territorio de otro país y compra en él los servicios; también puede tener un lugar cuando la propiedad del consumidor se envía al extranjero para ser el objeto del servicio, como en el caso de la reparación de buques.

**Modo 3:** suministro mediante presencia de personas físicas, significa la presencia temporal en el mercado de exportación de una persona (que no es una persona jurídica) a fin de suministrar un servicio. Esta persona podría ser el propio suministrador del servicio o un empleado de éste. Por ejemplo, un consultor que se traslade al extranjero y brinde un seminario.

A la persona que prestara su servicio, y el servicio en sí tiene trato nacional que consiste en que los servicios y los prestadores de servicios extranjeros son tratados de igual forma y bajo las mismas condiciones que un nacional.

### 1.8.4.2 Entrada temporal de personas de negocios

Esta clausula garantiza la facilitación de trámites y requisitos para la concesión de permisos de entrada temporal para que una persona que califique como persona de negocios pueda ingresar a un país parte, en que se desea realizar una inversión o prestar un servicio.

## 1.8.5 Restricción de cantidades a exportar

El único producto al que fueron establecidas cantidades es a la azúcar, las cantidades fijadas fueron las siguientes cantidades por años:

- 35,000 Toneladas métricas para el primer año
- 50,000 Toneladas métricas para el segundo año

---

<sup>34</sup> Documento de TLC EL Salvador Taiwán

- 60,000 Toneladas métricas del tercer año en adelante

El Salvador no ha otorgado ninguna clase de restricción a Taiwán, y como todo tratado se ha estipulado que cuando la producción nacional de las partes se encuentra en riesgo podrá tomarse medidas de salvaguarda. Desde la entrada en vigencia del tratado de libre comercio con Taiwán, las exportaciones hacia ese país incrementaron el 84% para el 2009, en el 2010 las exportaciones registraron un decrecimiento del 1% y para el 2011 las exportaciones alcanzaron el punto máximo con un crecimiento del 127%. (Ver anexo N°9)

### **1.8.6 Inversión Taiwanesa**

Para el 2010 la inversión taiwanesa sumó un total de \$ 36 millones.<sup>35</sup>

### **1.8.7 Principales productos de exportación**

Entre los principales productos de exportación se encuentran: Azúcar de caña, desperdicios y desechos (chatarra), de fundición, hierro o acero; lingotes de chatarra de hierro o acero azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido, desperdicios y desechos, de hierro o acero estañados, melaza de caña, desperdicios y desechos, de aluminio, harina de pescado, de papel o cartón Kraft crudo o de papel o cartón corrugado café oro, de los demás plásticos. (Ver anexo N°10)

## **1.9 DESARROLLO DEL SECTOR INDUSTRIA EN EL SALVADOR**

### **1.9.1 Concepto de industria**

Es la actividad productora de medios de producción y de bienes de consumo, a partir de la transformación de la materia prima, empleando un nivel tecnológico y una menor cantidad de recursos; la industria dinamiza el aparato productivo por la diversificación que genera en la producción y por consiguiente la absorción de mano de obra. Sobre este concepto, también se dice: "Transformación que sufre las materias primas con la participación de los factores de la producción, a diferencia de lo que ocurre en los productos obtenidos del sector agropecuario"<sup>36</sup>.

### **1.9.2 Generalidades**

La industria en El Salvador es un sector importante dentro de la economía nacional, por su capacidad de generar miles de empleos, recursos al estado, exportaciones, y dinamizar otros sectores que están íntimamente encadenados a la industria.

Desde los años de 1950, hasta el presente, la dinámica del proceso industrial en El Salvador

---

<sup>35</sup> Informe de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO)

<sup>36</sup> Brand Salvador Osvaldo. Diccionario de Economía, Plaza y Janes Editoriales

La industria salvadoreña ha sufrido considerables cambios en las últimas décadas distinguiéndose varias etapas durante su evolución y desarrollo. A principios de siglo XX, el desarrollo de la industria se basa fundamentalmente en la producción y exportación de bienes agrícolas, tales como; cacao, bálsamo y añil, aunque posteriormente fueron sustituidos por el café, el algodón y el azúcar.

Entre los años 1945 a 1952 el sector industrial experimenta un notable crecimiento, desarrollando productos como bebidas, alimentos, tabaco, textiles y calzado, así los pequeños talleres artesanales se convierten en un sector mecanizado y dinámico.

En 1950 a 1960 surge una transición de la agroexportación a la industrialización, especialmente en procesos de producción de los productos agrarios, productos derivados del azúcar, café, algodón y cereales.

Esta época, se caracterizó por el auge de la Industria Salvadoreña la cual fue impulsada por el apoyo brindado por el gobierno a través de la promulgación de Leyes, Tratados, y la creación de Instituciones de Fomento que promovieron el desarrollo de la industria<sup>37</sup>.

Por otro lado es importante considerar que el desempeño de las distintas ramas que conforman el sector industrial salvadoreño ha sido bastante heterogéneo en materia de crecimiento. Así por ejemplo, la rama de productos alimenticios destaca por sus altas tasas de crecimiento, inclusive en el período de reciente desaceleración económica. En su documento "Plan de Desarrollo Industrial", la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI) argumenta que esta dinámica en el sector alimentos ha sido favorecida por el incremento en las remesas familiares.

Sin embargo, no todas las ramas industriales han gozado del mismo empuje por una serie de razones, tales como el bajo crecimiento de la economía. Aquellas empresas industriales que no han tenido ya sea, la visión o la capacidad para exportar, son las que han resultado más afectadas por el escaso dinamismo del mercado interno. En cambio, aquellas firmas que han buscado en las exportaciones una vía para compensar la escasa demanda interna, han sabido sobrellevar las adversidades internas, reflejándose en mayores tasas de crecimiento.

Los retos que en la actualidad enfrenta la industria salvadoreña van más allá de la reducción en las tasas de crecimiento del producto; ya otros elementos de carácter más permanente como la competencia de países del Sudeste Asiático, en particular China hacen cada vez más necesarios que el sector industrial enfrente la creciente competencia a través de incrementos en productividad<sup>38</sup>.

---

<sup>37</sup> Universidad Francisco Gavidia tesis sobre la evolución del comercio en las empresas salvadoreñas

<sup>38</sup> Informe del Ministerio de Economía de El Salvador "Propuesta de Política Industrial de El Salvador"

La industria salvadoreña prácticamente está compuesta por las siguientes ramas<sup>39</sup>:

1. Alimentos y bebidas: Son aproximadamente 72 empresas dedicadas a este sector industrial que forman parte de la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI).
2. Textil, confección, calzado y accesorios de cuero sintético: Aproximadamente 42 empresas están registradas en la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI), formando el sector industrial de textil, confección, calzado y accesorios de cuero sintético. De estas la gran mayoría se dedican a la actividad textil y de confección.
3. Químico farmacéutico: según la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI), 23 empresas forman parte del sector dedicado a la actividad química farmacéutica.
4. Papel y cartón: 26 entidades son las encargadas de producir papel y cartón en El Salvador según la lista de empresas que forman parte de la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI).
5. Plástico y fibra de vidrio: La Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI), registra 16 empresas que forman parte de la industria de plástico y fibra de vidrio.
6. Industria metalmecánica: según la lista encontrada en el sitio web Trade de El Salvador, las empresas de industria de metal mecánica son aproximadamente 12, de estas, algunas se dedican a la fabricación de productos para la construcción, metal mecánica y productos de metal. Estas 12 empresas son las que se encuentran en el catalogo de exportadores de este sector en El Salvador.

A continuación se presenta cuadro informativo en el que se refleja la importancia que tiene el sector industrial dentro de la economía salvadoreña:

<b>Participación sectorial en el PIB global 2010</b>	
<b>PIB S-1 2010: \$10,855.1 Mill</b>	
Agricultura	13%
Industria	23%
Construcción	4%
Comercio	20%
Servicios	30%

**Fuente:** Banco Central de Reserva (BCR)

<sup>39</sup> Página web: Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI)

### 1.9.3 Industria salvadoreña ante el Tratado de Libre Comercio con Taiwán

Los Tratados de Libre Comercio en El Salvador han constituido un medio eficaz para promover un entorno estable y sin barreras para el comercio y la inversión, de esta forma los productos provenientes de la industria salvadoreña han podido garantizar su acceso a mercados externos, y por medio de ello incrementar el nivel de producción, debido a que estos acuerdos incentivan la promoción de productos de El Salvador<sup>40</sup>.

Un ejemplo de ello es el acuerdo que se firmó con Taiwán, que entró en vigencia en el 2008, año en el que se tuvo un considerable incremento de las exportaciones de El Salvador hacia Taiwán, además se ha logrado obtener un ascenso de inversión de \$58 millones de dólares, en más de 30 empresas establecidas por ciudadanos taiwaneses<sup>41</sup>.

A continuación se presenta un cuadro informativo donde se refleja el aumento en las exportaciones de El Salvador hacia Taiwán entre los años 2005 y 2010. Mostrando la variación antes y después del acuerdo firmado por El Salvador y Taiwán.

<b>Exportaciones</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>%</b>	4.7	5.4	5.7	7.9	14.8	14.7

**Fuente:** Banco Central de Reserva de El Salvador

El aumento en las exportaciones hacia Taiwán tiene como resultado, un incremento en la producción salvadoreña y por lo tanto la industria en El Salvador tiene la oportunidad de que sus actividades continúen incrementando la oferta de productos nacionales dentro del mercado Taiwanés.

Por lo tanto el incentivar la realización de acuerdos comerciales y políticas que ayuden al comercio, permitirán fortalecer no solo el sector industrial salvadoreño, sino que también a los demás sectores que componen la economía de El Salvador<sup>42</sup>.

<sup>40</sup> Análisis elaborado por el grupo de tesis en base a informes encontrado en la página web del ministerio de economía de El Salvador

<sup>41</sup> Análisis elaborado por el grupo de tesis en base a informes encontrado en la página web del Banco Central de Reserva de El Salvador.

<sup>42</sup> Análisis elaborado por el grupo de tesis en base a informes encontrado en la página web del ministerio de economía de El Salvador

## 1.10 DESARROLLO DEL SECTOR COMERCIO EN EL SALVADOR

### 1.10.1 Antecedentes históricos del sector comercio<sup>43</sup>

La historia del comercio en El Salvador se remonta a la época Precolombina, cuando los indígenas intercambiaban sus productos a través del “trueque” , el cual consistía en el intercambio de unos bienes con otros bienes utilizando como moneda la semilla de cacao, siendo los principales productos: maíz, frijol, animales de caza, pieles, frutas y hortalizas.

La mayor parte de las actividades de los salvadoreños era la agricultura, desde el siglo XVII se concentraba en la siembra y comercialización de los granos básicos y de esta forma se aseguraba la existencia familiar. Sin embargo, a partir de la provincia<sup>44</sup> el sistema comercial tuvo vínculos con el comercio mundial cuya actividad dependía prácticamente de los pequeños productores.

El comercio en la época colonial se realizaba en “plazas” llamadas “tianguis”, y era allí donde se concentraban los comerciantes a ofrecer sus productos, algunos traídos de España, como animales de carga y ordeños: caballos, vacas, cabras y ovejas; cereales: trigo de avena, ajonjolí y telas.

En esta época como en la actualidad el comercio se concentró en San Salvador. A inicios del siglo XIX, la capital si bien, no tenía las construcciones modernas de otras ciudades importantes de América, si era un importantísimo centro comercial en el istmo, con más de quince mil habitantes, población muy superior a muchas ciudades de Estados Unidos de la época.

Los productos de mayor comercialización en las famosas ferias, que por cierto atraían muchos visitantes entre nacionales y extranjeros, eran el Bálsamo, Algodón, Cacao, Maíz, Añil y Tabaco. Los principales productores de la época se dedicaban, a financiar los cultivos de añil y el tabaco, cuya producción era la más importante en la agricultura.

A inicio del siglo XX, en las décadas de los años 10’s y 20’s cuando la agricultura era naciente y poco tecnificada, hubo comerciantes que aplicaron su ingenio y perspicacia en el comercio local, como urbanización y construcción, en el desarrollo del comercio internacional o en la industria rudimentaria.

Durante la década de los 30’s se registró a nivel mundial una recesión económica, que afectó al país por ser este, dependiente de las exportaciones, afectando así también las ventas percibidas por el Gobierno, ante esta situación se solicitó un dictamen extranjero sobre la Crisis Económica Salvadoreña.

---

<sup>43</sup> Tesis sobre la evolución del comercio en El Salvador, Biblioteca virtual de la Universidad Francisco Gavidia <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/658.87-C314d/658.87-C314d-Capitulo%20I.pdf>

<sup>44</sup> Provincia es cada una una de las grandes divisiones de un territorio o Estado, sujeto a una autoridad administrativa.

Dicho dictamen fue emitido en noviembre de 1930 donde se proponía adoptar el papel moneda como medio de intercambio, que debería ser emitido y regulado por un ente del Estado, lo que dio inicio al Banco Central de Reserva de El Salvador.

Después de la Primera Guerra Mundial, el país pasó por importantes cambios en su estructura económica y comenzaron a nacer los productos agrícolas de exportación, principalmente el café y el algodón, llegando a su apogeo en la década de los 70's.

Es en la última década del siglo XX en donde el comercio despegó como una de las actividades cuyo aporte a la economía se convierte en uno de los principales componentes, como antes lo fue la agricultura, superado sólo por el ramo de la industria, que abarca un considerable número de actividades incursionando tanto en el mercado local y extranjero, por lo que a partir de los acuerdos de Paz de 1992, llegó una visión prometedora para el siglo XXI como base de inversión y producción para Centroamérica y Mercados Internacionales.

### **1.10.2 Sector comercio salvadoreño ante el Tratado de Libre Comercio con Taiwán**

El sector comercio, restaurantes y hoteles, cerraron el 2011 con un crecimiento de 6.3% según datos del Índice de Volumen de Actividad Económica (IVAE), considerablemente el comercio se ha visto afectado por un sin fin de situaciones porque en el 2010 este creció a una tasa anual de 8.7%<sup>3</sup>

Claro está que detrás de este decrecimiento está la inflación y racionalización de los subsidios que ha afectado a gran parte de la población, pero más allá de esto, el comercio nacional se ve fuertemente golpeado por productos provenientes de países extranjeros que ofrecen precios accesibles para el consumidor, dejando en desventaja la demanda de productos nacionales.

Álvaro Magaña, director de Asuntos Económicos y Comerciales de la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (Camarasal), afirmó que las ferreterías, los almacenes de venta de ropa y zapatos, así como los electrodomésticos fueron los más dinámicos durante el 2011.

Sin duda el comercio con Taiwán ha beneficiado a El Salvador, en el sector comercio se cuentan con una gran variedad de productos importados desde el país asiático.

El sector comercio ahora cuenta con mayor variedad de productos de derivados de plásticos, telas y colorantes.

### **1.11 CASO COSTA RICA-TAIWÁN**

Hace más de sesenta años Taiwán y Costa Rica iniciaron relaciones diplomáticas, Taiwán por su parte llevó a cabo en este país programas de cooperación tomando en cuenta la asimetría entre ambos países.

El 1 de Junio de 2007 el presidente de Costa Rica Oscar Arias firmó el establecimiento de relaciones diplomáticas con la República de China. Según Oscar Arias esta decisión respondió a un acto de realismo elemental y un despertar a un contexto global que reconoce a China como una de las economías más fuertes e importantes del mundo.

Por su parte Taiwán anunció la ruptura de las relaciones diplomáticas con Costa Rica y el retiro de todos los programas de cooperación.<sup>45</sup> (Ver anexo 11 y 12)

## **1.12 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA REPÚBLICA DE CHINA Y COSTA RICA**

El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Costa Rica y la República Popular China, fue acordado el 10 de febrero de 2010, durante la Sexta Ronda de Negociación realizada en San José, Costa Rica.

El proceso de negociación permitió concretar un acuerdo mutuamente beneficioso con el segundo socio comercial en importancia para Costa Rica, además de que otorgó un acceso inmediato al 99.6% de las exportaciones costarricenses a China.<sup>46</sup>

### **1.12.1 Principales productos que exporta Costa Rica a China**

Entre los principales productos que se venden en el mercado chino están los circuitos integrados (que ocupan el 85% de las exportaciones), seguidos por partes para emisores y receptores de radio y televisión, materiales eléctricos y, adicionalmente, pescado seco, ahumado, salado o en salmuera. Estos últimos comprenden el 2% de las exportaciones.

### **1.12.2 Evolución de las exportaciones de Costa Rica hacia China**

En el 2011, China ocupó el tercer lugar como destino de exportación para los productos costarricenses, convirtiéndose en un aliado comercial como son Estados Unidos, Europa y Centroamérica.

Desde la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio entre ambas naciones, el pasado 1 de agosto, el 99.6% de los productos costarricenses ingresan a ese país asiático sin pagar ningún tipo de arancel.

En el 2011 Costa Rica exporto a China 709 millones de dólares en productos, lo que corresponde a un 6.9% del total de exportaciones de bienes<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> [http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin\\_america/newsid\\_6729000/6729287.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_6729000/6729287.stm)  
<http://www.elmundo.es/elmundo/2007/06/07/internacional/1181174880.html>

<sup>46</sup> Documento Explicativo TLC Costa Rica-China

<sup>47</sup> Datos obtenidos de la pagina web de PROCOMER

### 1.12.3 Análisis China Costa Rica

Al iniciar relaciones diplomáticas Costa Rica con La Republica de China, se rompieron las relaciones comerciales que el primero tenía con Taiwán, La Republica de China y Taiwán hace muchos años mantiene rivalidad.

En la actualidad la República de China es una de las grandes potencias económicas, y basados en este punto económico tan importante Costa Rica tomó la decisión de establecer relaciones diplomáticas con la Republica de China para que posteriormente se firmara un Tratado de Libre Comercio entre los países. El presidente Óscar Arias aseguró que fue una decisión estratégica que traía muchos beneficios para Costa Rica.

La República de China ha sido atractiva para Costa Rica principalmente por el comercio que se puede generar debido a la gran cantidad de habitantes de China. Costa Rica es el único país de la región centroamericana que por el momento podrá mantener relaciones comerciales con China porque es el único país que tiene fabricación de microprocesadores que son uno de los principales productos que se exporta a China.

Costa Rica aprovechó un momento de rivalidad entre Taiwán y China que le permitió romper relaciones con Taiwán para abrir con China.

En la actualidad ningún país de la región que mantengan relaciones con Taiwán puede hacer lo que hizo Costa Rica porque China y Taiwán por han dejado atrás los conflictos y esperan mantenerse así.<sup>48</sup>

Costa Rica ha obtenido beneficios como la construcción de un estadio, además que otorgó un 99.6% de acceso inmediato a las exportaciones de Costa Rica a China.

A pesar de que esta ha sido una decisión muy estratégica de Costa Rica que sin duda a traído muchos beneficios, también ha generado disgusto y desconfianza por haber roto 63 años de relaciones con Taiwán. Sin duda alguna esto genera mucha desconfianza que según muchos será considerada en un futuro para otros países que quieran mantener relaciones comerciales con Costa Rica.

## 1.12 POTENCIAL PARA INGRESAR A CHINA

La transformación social y económica de la República de China durante las últimas décadas es uno de los fenómenos económicos más relevantes de la actualidad. Sus efectos ya son verdaderamente significativos para la comunidad internacional.

---

<sup>48</sup> Argumento obtenido de la Embajada de Costa Rica en El Salvador

El mercado Chino es uno de los más atractivos a nivel mundial por la demanda que sus 1.300 millones de habitantes<sup>49</sup> genera, esto representa una gran oportunidad para los países interesados en descubrir dicho mercado, a pesar de las diversas barreras comerciales y culturales que la República de China posee, no es extraño saber que para penetrar a este mercado es fundamental conocer los gustos y preferencias de los consumidores, la evolución que estos han tenido a lo largo del tiempo y la existencia de un mercado chino heterogéneo.

La creciente demanda china, derivada del acelerado avance hacia una mayor urbanización, sumado a una frontera agrícola limitada e insuficiente para cultivar y producir al ritmo de su pujante clase media podría transformar a la República de China en el mayor importador mundial de productos agropecuarios en la presente década, convirtiéndose así, en uno de los mercados más atractivos para los países en desarrollo con vocación agropecuaria como El Salvador. Algunos productos del agro que actualmente China está demandando son: cereales, algodón, azúcar y carne de bovino.<sup>50</sup>

En el año 2011 las importaciones chinas de productos agropecuarios mostraron un considerable crecimiento, esto se produjo como resultado de la política oficial de Beijing de incrementar las reservas estatales agropecuarias para enfriar la amenazante inflación de alimentos, ya que debido a la gran población de esta nación es común que exista gran demanda de alimentos.<sup>51</sup>

Según datos obtenidos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), la República de China se encuentra en el primer lugar como exportador y está situado en un segundo lugar como importador, por ello dicho país es uno de los mayores destinatarios del comercio mundial y de inversión extranjera del mundo.

Debido a las características anteriormente mencionadas del país chino se puede percibir ventajas comerciales muy considerables, que podrían incrementar la demanda de los productos salvadoreños para ser comercializados en dicho país Asiático. Pero no se debe de olvidar que actualmente El Salvador posee un Tratado de Libre Comercio con Taiwán, sobre el que se puede decir que es un mercado que cuenta con aproximadamente 23.000.000 de habitantes<sup>52</sup> muy por debajo del mercado Chino, pero a pesar de ello dicho tratado comercial a traído diferentes ventajas comerciales y a promovido la inversión extranjera.

Uno de los inconvenientes que se tiene en primer instancia al querer realizar un Tratado de Libre Comercio con La República China es la posible ruptura de relaciones con Taiwán, debido a que La República de China exige a sus aliados que no mantengan lazos diplomáticos con Taiwán, por considerar que la isla no es un

---

<sup>49</sup> Central Intelligence Agency (CIA)

<sup>50</sup> Javier Rebatta Nieto, especialista en inteligencia de mercado "Oportunidades en China" marzo 2011

<sup>51</sup> Idem

<sup>52</sup> Central Intelligence Agency (CIA)

Estado soberano e independiente, por lo tanto se tiene que analizar cuidadosamente las ventajas versus desventajas que ofrecen ambas naciones con respecto al crecimiento comercial salvadoreño.

Ambos mercados son altamente atractivos, pero China tiene una posición privilegiada en comparación con Taiwán debido a que es una economía emergente, formando parte del grupo BRIC "Brasil, Rusia, India, China".

## **2. INVESTIGACION DE MERCADO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS COMERCIANTES Y PRODUCTORES DEL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR (AMSS) CON LA ENTRADA DE PRODUCTO TAIWANES Y CHINO EN EL MERCADO SALVADOREÑO**

### **2.1 IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION**

El capítulo que se presenta a continuación, muestra los aspectos metodológicos que se aplican a la investigación de campo, así como la presentación de los datos recopilados durante el proceso de investigación, mediante encuestas dirigidas a comerciantes y a representantes de empresas industriales del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), además de entrevistas dirigidas a algunos de los principales involucrados en el comercio y que han impulsado las relaciones comerciales de El Salvador con otros países.

Debido a que en la actualidad se carece de una investigación dirigida a los sectores industriales y comerciales para indagar sobre los beneficios o desventajas del Tratado de Libre Comercio (TLC) de El Salvador con Taiwán, la investigación permitirá determinar el nivel de aprovechamiento de las relaciones comerciales que El Salvador posee ante Taiwán; de igual forma se investigará cuán importante son los productos chinos para el mercado salvadoreño.

### **2.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

#### **2.2.1 GENERAL**

Recopilar información del sector industrial y comercial del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) centro histórico de San Salvador, para elaborar estrategias que contribuyan a maximizar el aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio, y de igual manera analizar los posibles beneficios de firmar un tratado comercial con la República de China.

#### **2.2.2 ESPECIFICOS**

- a) Determinar las principales causas por las cuales las empresas salvadoreñas se ven limitadas a aprovechar todos los beneficios del Tratado de Libre Comercio con Taiwán.
- b) Identificar las ventajas competitivas del sector industrial y comercial salvadoreño con respecto a los productos provenientes de Taiwán y la República de China.
- c) Conocer los posibles beneficios que generaría para El Salvador, el establecer un Tratado de Libre Comercio con la República de China.

## **2.3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1 Método de investigación**

La investigación se realiza a través del método científico, dado que cuenta con una secuencia de pasos que dan respuestas a nuestra investigación a lo largo de su realización, auxiliándose del método deductivo debido que se inicia desde aspectos generales hasta llegar a los específicos.

### **2.3.2 Tipo de investigación**

La investigación es de tipo descriptivo porque se hace reseña de las características y rasgos del impacto de mantener relaciones comerciales con Taiwán, además se analiza la posibilidad de un Tratado de Libre Comercio (TLC) con China. Para esta investigación se seleccionaron características principales del objeto de estudio como lo son las exportaciones e importaciones, el impacto en los sectores: industria y comercio y se describirán como se encuentran en la actualidad estas características.

### **2.3.3 Fuentes de información**

#### **a) Fuente de información primaria**

La obtención de información se realiza a través de entrevistas dirigidas a especialistas en tratados de libre comercio de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO), dependencia del Ministerio de Economía y al ministro consejero de Taiwán.

Asimismo se utiliza la encuesta, como una herramienta que contribuye a medir los resultados y satisfacer los objetivos presentados en la investigación. Tal herramienta sirve como parámetro para proponer estrategias.

#### **b) Fuentes de información secundaria**

Para complementar la fundamentación teórica se ha hizo uso de sitios web de organizaciones económicas reconocidas a nivel nacional e internacional.

Instituciones que contribuyeron a fortalecer el estudio:

- a) Ministerio de Economía, “Dirección de Administración de Tratados Comerciales” (DATCO)
- c) Oficina de planificación del Área Metropolitana de San Salvador (OPAMSS)

## **2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Herramientas para realizar la investigación:

### **2.4.1 Cuestionario estructurado**

El instrumento que se utiliza para la investigación es un cuestionario estructurado, cuyo contenido está orientado a la recopilación de información precisa y objetiva, suficiente para proporcionar datos fidedignos que serán la base para crear estrategias. Cabe mencionar que se utilizan preguntas de respuestas cerradas y abiertas para la obtención de datos informativos.

### **2.4.2 Entrevista**

Se realizaron entrevistas a especialistas de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO), como también a representantes de la Embajada de Costa Rica y Taiwán en nuestro país.

## **2.5 ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación se realizó en el sector industrial y comercial respectivamente, donde la investigación para el sector industrial se llevo a cabo en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), debido a que es en esta, donde se concentra una buena parte de la industria del país; para el sector comercio solo se toma en cuenta el departamento de San Salvador.

## **2.6 UNIDADES DE ANÁLISIS**

### **2.6.1 Medianas empresas industriales salvadoreñas**

Se analizaron las medianas empresas que pertenecen a este sector, por medio de la herramienta del cuestionario, lo que dio paso a la obtención de datos representativos para el estudio.

### **2.6.2 Comercio minoristas**

Se ha tomado en cuenta esta unidad de análisis, debido a que los comerciantes minoristas son en gran medida los encargados de hacer llegar los productos al consumidor final.

### **2.6.3 Especialistas en comercio internacional**

Los conocimientos que brindan especialistas en comercio internacional al estudio, nos muestran como el Tratado de Libre comercio y las actividades comerciales de La República de China en El Salvador, pueden ser potencializados para aprovechar todos los beneficios que ofrece dichas Naciones Asiáticas.

## 2.7 UNIVERSO O POBLACION

El universo de la población es de carácter finito. La razón de ello es que el número de medianas empresas del sector industrial establecidas en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), alcanza las 568<sup>53</sup> empresas.

## 2.8 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

A continuación se detalla la fórmula que se utilizará para determinar la muestra:

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

Dónde: n= Tamaño de la muestra

N= Población

Z= Indicador del área bajo la curva (Nivel de confianza)

e= Error muestral

P= Probabilidad de éxito de la variable

Q= Probabilidad de no éxito de la variable

1= Constante

Entonces:

### 2.8.1 SECTOR INDUSTRIAL

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(568)}{(568-1)(0.08)^2 + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 66.3795$$

$$n = 67$$

<sup>53</sup> Censos económicos del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) Ministerio de Economía <http://www.minec.gob.sv>

\* Para determinar el valor de Z correspondiente al área bajo la curva, se ha realizado un procedimiento estadístico basado en la tabla de distribución normal estándar (Ver anexo N° 13)

El nivel de confianza es de 95% y el error muestral es 8%; en cuanto a la probabilidad de éxito o no éxito de la variable, como no se conoce se le ha designado 50% a cada una respectivamente.

El nivel de confianza de 95% se estableció bajo el criterio que un 5% de las personas encuestadas no tengan suficiente información o conocimiento necesario sobre el estudio que se está realizando y en cuanto al 8% de error muestral, se acordó de tal manera, porque dentro de los encuestadores habrán personas ajenas al estudio y por lo tanto podrían confundir ciertos términos utilizados dentro del cuestionario.

## **2.8.2 SECTOR COMERCIAL**

La determinación de la muestra para éste sector será mediante una técnica de muestreo no probabilístico, dado que solo se buscará información de empresas representativas del sector que contribuyan al estudio.

## **2.9 DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION**

Para la recolección de información se utilizó como técnica la encuesta y como herramienta el cuestionario; formulario con preguntas abiertas, cerradas (de opción múltiple y dicotómica) que den paso a la obtención de datos que se requieren de los sujetos de estudio, elaborando dos tipos de cuestionarios:

- El cuestionario numero 1 (Anexo N°14), está dirigido a las empresas industriales del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), conteniendo 18 preguntas con la finalidad de indagar sobre el conocimiento del proceso de exportación y como se ven afectados los sectores por la importación de productos taiwaneses y chinos.
- El cuestionario numero 2 (Anexo N°15), está dirigido al sector comercial del municipio de San Salvador, lugar donde existe una buena concentración de negocios dedicados a la venta de productos importados de diferentes partes del mundo; el cuestionario contiene 19 preguntas con el objeto de investigar el comportamiento de las ventas y de los consumidores ante productos provenientes de Taiwán y China.
- Los cuestionarios numero 4,5, 6 y 7 (Anexo N°16, N°17, N°18 y N°19), están dirigidos a especialista en comercio internacional, en los que se pueden mencionar a embajadores de Taiwán y Costa Rica, además de representantes de la Dirección de Administración de Tratados de Libre Comercio (DATCO), quienes contribuyeron para comprender de mejor manera la situación comercial de El Salvador en el exterior.

## **2.10 ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **2.10.1 ALCANCES**

Durante la investigación se recolectó la información que se necesitaba del sector industrial, comercial, embajadores y especialistas en materia comercial y económica, para hacer los análisis correspondientes y que aportarán para crear estrategias de marketing que ayude a mejorar y aprovechar de mejor manera el Tratado de Libre Comercio con Taiwán.

La investigación estuvo concentrada en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) para el sector industrial y en el municipio de San Salvador para el sector comercial.

### **2.10.2 LIMITACIONES**

Las principales limitaciones al momento de recolectar la información fueron: el poco conocimiento, disponibilidad de tiempo y la desconfianza al momento de brindar información de algunas de las personas encuestadas tanto del sector industrial como comercial.

## **2.11 RESULTADOS**

### **2.11.1 CUADROS RESUMENES DE TABULACION E INTERPRETACION DE ENCUESTAS**

Para efectos de interpretación de los datos incluidos en los cuadros de tabulación del sector comercial realizada en el municipio de San Salvador, se ha utilizado la siguiente simbología para representar los datos.

#### **Giro del negocio o tipo de productos que ofrece:**

- a. Venta de flores
- b. Venta de ropa por mayor
- c. Venta de bisutería y artículos para el cabello
- d. Venta de productos plásticos
- e. Comercial de electrodomésticos y muebles
- f. Zapatería
- g. Productos electrónicos
- h. Óptica

- i. Accesorios para celulares
- j. Venta de telas

Nota: De ahora en adelante dentro de los gráficos se utilizará dicha simbología para mejorar la interpretación de datos.

### Interpretación de escalas

#### a) Sector industrial

Para interpretar las preguntas donde se utilizan escalas de debe de entender de la siguiente manera:

1	2	3	4	5
Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Bastante importante

#### b) Sector comercial

Se ha utilizado una escala del 1 al 5, donde el número "1" el más vendido y el número "5" el menos vendido.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Por ejemplo en la pregunta número "15" se pide que se marque con una "X" el producto que más vende en el negocio, quedando de la siguiente manera:

	1	2	3	4	5
Productos chino					
Productos taiwanés					
Productos estadounidense					
Productos salvadoreños					
Otros					

## 2.12 TABULACION E INTERPRETACION DE DATOS

### 2.12.1 ENCUESTAS SECTOR INDUSTRIAL

El número de lugares que se encuestaron fueron 67, detallados por giro de negocio de la siguiente manera:

<b>Producción de alimentos</b>
<b>Producción de bebidas no alcohólicas</b>
<b>Producción de café</b>
<b>Producción de cintas rígidas de polyester</b>
<b>Producción de productos plásticos</b>
<b>Producción toldos y canopys</b>
<b>Producción de calzado</b>
<b>Producción de cerveza</b>
<b>Producción de detergente</b>
<b>Producción de ropa para damas</b>
<b>Producción de Manteca</b>
<b>Fabricación de productos metálicos y hierro</b>
<b>Producción ropa interior</b>
<b>Producción de repuestos y equipo pesado</b>
<b>Producción de maquinaria</b>
<b>Producción de flores</b>

Las principales seis industrias que fueron encuestadas fueron: producción de alimentos 18%, seguida por un 14% por la producción de productos plásticos, con un 11% por la fabricación de ropa para damas y fabricación de flores cada una respectivamente y finalmente la fabricación de calzado y ropa interior que representaron un 9% dentro de la investigación. (Ver Anexo N°20)

#### **Pregunta No. 1** ¿Exporta actualmente?

Se determinó que del 100% de las empresas industriales, el 61% si exportan actualmente a diferentes lugares del mundo, mientras que los restantes no lo hacen por lo que a continuación se investigó. (Ver Anexo N°21)

**Pregunta No. 2** ¿Cuáles son las causas por las que no exporta?

De acuerdo a los encuestados que respondieron que no exportaban, se puede concretar que las principales causas por las que no importan es por la poca capacidad instalada (23%) y los limitados recursos monetarios (14%), siendo la menor causa con un 6% la falta de estudios y conocimientos de otros mercados. (Ver Anexo N°22)

Nota: Otras causas por las que no importaban, incluyen: miedo al riesgo, falta de asesoría, no tener y cumplir un plan estratégico.

**Pregunta No. 3** ¿Cuánto conoce sobre el proceso de exportación?

Se logró identificar que solo un 15% posee conocimientos suficientes para realizar el proceso de exportación y un nivel intermedio de conocimiento representado por el 31%, mientras que el 34% conoce poco sobre el proceso de exportación. (Ver Anexo N°23)

**Pregunta No. 4** ¿Qué tanto conoce sobre las instituciones que brindan asesorías a los exportadores salvadoreños?

Del 100% de los encuestados el 48% sabe muy poco sobre las instituciones que brindan asesorías, es decir, que más del 50% no está informado a que instituciones tiene que recurrir para recibir ayuda para exportar. (Ver Anexo N°24)

**Pregunta No.5** ¿Para usted qué tan importantes son las asesorías brindadas por instituciones gubernamentales y no gubernamentales a las empresas salvadoreñas?

Se determino que del 100%, el 48% de los encuestados considera muy importante el contar y recibir asesorías por instituciones gubernamentales o no gubernamentales, solo un pequeño porcentaje (6%) no cree nada importante dichas asesorías. (Ver Anexo N°25)

**Pregunta No. 6** ¿Qué tan importante es para usted exportar?

Según los resultados un 40% de los encuestados consideran bastante importante el proceso de exportación, es decir, que más del 50%, opina que exportar abre nuevas oportunidades en el exterior. (Ver Anexo N°26)

**Pregunta No. 7** ¿A qué países exporta actualmente su empresa?

El 50% está exportando hacia Estados Unidos y un 24% hacia países vecinos (Centroamérica), cabe mencionar que los encuestados tomaron como países fuera de Centroamérica a Honduras y Panamá, lugares a los que solo un 2% de los encuestados exporta. (Ver Anexo N°27)

**Pregunta No. 8** ¿Qué producto exporta con más frecuencia?

Se determina que del 100%, solo el 61% exporta, por lo tanto el producto que con más frecuencia se exporta son los productos plásticos (13%), calzado, productos metálicos y hierro, y ropa interior (9% cada uno). (Ver Anexo N°28)

**Pregunta No 9** ¿Cada cuanto tiempo exporta?

Dentro de la investigación se indago que los plásticos se exportan en un 56% 1 vez cada 6 meses y se mantiene dentro de un rango de exportación bastante amplio, dado que es un producto no perecedero.

Sin embargo, la tendencia se mantuvo entre 1 vez cada 3 meses y 1 vez cada 6 meses, donde la mayoría corresponde a productos de alimentación diaria. (Ver Anexo N°29)

**Pregunta No. 10** ¿Según usted que tan importantes son los Tratados de Libre Comercio para incentivar la industria salvadoreña?

Durante la investigación, se obtuvo que un 87% de los encuestados creen que es de los Tratados de Libre Comercio incentivan la industria salvadoreña en el exterior. (Ver Anexo N°30)

**Pregunta No. 11** ¿Conoce los Tratados de Libre Comercio que El Salvador tiene a nivel mundial?

Pese a que más del 80% cree que los Tratados de Libre Comercio incentivan el comercio de El Salvador-, solo un 70% conoce los TLC que El Salvador ha firmado con otros países. (Ver Anexo N°31)

**Pregunta No. 12** ¿Cuáles de los siguientes Tratados de Libre Comercio usted conoce?

Del 100%, el 52% conoce el Tratado de Libre Comercio de El Salvador con Estados Unidos, seguido con un 22% con República Dominicana y un 18% Panamá.

Del total encuestado solo el 6% conoce el tratado que actualmente se tiene con Taiwán. (Ver Anexo N°32)

**Pregunta No. 13** ¿Qué tanto conoce sobre el Tratado de Libre Comercio de El Salvador con Taiwán?

Se determinó que un 78% no conoce nada sobre el Tratado de Libre Comercio con Taiwán, contra un 3% que conoce mucho, lo cual, trae desventajas al conocer que productos se puede exportar hacia dicho lugar y como se puede aplicar. (Ver Anexo N°33)

**Pregunta No. 14** ¿Conoce los beneficios que Taiwán ofrece a El Salvador?

El 94% de los encuestados no conoce los beneficios que Taiwán ofrece a El Salvador a través del Tratado de Libre Comercio. (Ver Anexo N°34)

**Pregunta No.15** ¿Se ve afectada su empresa con las importaciones provenientes de Taiwán?

Del total de encuestados, el 84% considera que su empresa no se ve afectada por la entrada de producto Taiwán, dado que no se tiene el conocimiento adecuado sobre los productos provenientes de dicho país. (Ver Anexo N°35)

**Pregunta No. 16** ¿Según su empresa que producto que producto tiene potencial para ingresar a Taiwán?

El 87% de los encuestados considera ningún producto salvadoreño tiene potencial para ingresar a Taiwán, contra un 7% que cree tener oportunidades con productos alimenticios. (Ver Anexo N°36)

**Pregunta No.17** ¿Considera que la industria salvadoreña puede competir con los productos taiwaneses?

Se determinó que el 72% no cree que la industria salvadoreña pueda competir con los productos provenientes de Taiwán. (Ver Anexo N°37)

**Pregunta No. 18** ¿Qué tanto le ha beneficiado a su empresa el Tratado de Libre Comercio de El Salvador con Taiwán?

Mediante la investigación, se concluyó que el 94% piensa que de ninguna manera se ha beneficiado su empresa con la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio con Taiwán. Solo el 6% cree que poco le ha beneficiado a su empresa dicho TLC. (Ver Anexo N°38)

**Pregunta No. 19** ¿Considera usted que realizar un Tratado de Libre Comercio con la República de China, afectaría a su empresa?

Se determinó que el 72% de los encuestados, consideran que al firmar un Tratado de Libre Comercio con China, afectaría a la industria salvadoreña. (Ver Anexo N°39)

## 2.12.2 ENCUESTAS SECTOR COMERCIAL

### **Pregunta No. 1.** ¿Importa actualmente?

Del total de encuestados, el 97% importan desde otros países hacia El Salvador. (Ver Anexo N°40)

### **Pregunta No. 2** ¿Por qué no importa?

La mayoría de los encuestados importan sus productos, exceptuando una venta de flores por no conocer los procesos de importación. (Ver Anexo N°41)

### **Pregunta No. 3** ¿Los productos que comercializa de que país provienen?

Los principales productos importados para ser comercializarlos en El Salvador son: Chinos (40%), Estadounidenses (23%), Centroamericanos (15%) y Taiwaneses (8%). (Ver Anexo N°42)

### **Pregunta No. 4** ¿Cuánto conoce sobre el proceso de importación?

La mayor parte de los encuestados conoce mucho sobre el proceso de importación y sólo un 7% conoce bastante sobre dicho proceso (Ver Anexo N°43)

### **Pregunta No. 5** ¿Qué tanto conoce sobre las instituciones que brindan asesorías a los importadores salvadoreños?

Un 50% de la población encuestada no conoce nada sobre las instituciones que brindan asesorías a los importadores y sólo un 7% conoce bastante sobre estas instituciones. (Ver Anexo N°44)

### **Pregunta No. 6** ¿Para usted que tan importante son las asesorías brindadas por instituciones gubernamentales a los comerciantes salvadoreños?

El 35% de los encuestados reconocen la importancia de las instituciones gubernamentales que brindan asesoría a los comerciantes salvadoreños mientras que el 7% piensan que no son nada importantes. (Ver Anexo N°45)

### **Pregunta No. 7** ¿Qué tan importante es para usted importar?

Según las respuestas obtenidas un 55% opina que es bastante importante importar, mientras que un 43% opina que es muy importante y solamente un 2% considera que no es importante. (Ver Anexo N°46)

### **Pregunta No. 8** ¿Conoce los Tratados de Libre Comercio que El Salvador tiene a nivel mundial?

Analizando el total de las repuestas obtenidas por medio del instrumento de investigación, determinamos que el 83% de los negocios encuestados conocen sobre los Tratados de Libre Comercio que El Salvador posee a nivel mundial, mientras que solamente el 17% no conocen de dichos Tratados. (Ver Anexo N°47)

**Pregunta No. 9** ¿Cuáles de los siguientes Tratados de Libre Comercio usted conoce?

El tratado que más resalta es el CAFTA con un 40% de conocimiento esto porque es de ahí de donde provienen la mayor parte de importaciones, el que menos se conoce el TLC con México porque de este país se tienen pocas importaciones. (Ver Anexo N°48)

**Pregunta No.10.** ¿Qué tanto conoce sobre el Tratado de Libre Comercio de El Salvador con Taiwán?

La mayor parte de la población solo ha oído que se tiene un TLC con Taiwán pero no conocen nada sobre dicho tratado siendo un porcentaje del 60 que no saben nada de este TLC y tan solo un 3% los que conocen mucho sobre dicho tratado. (Ver Anexo N°49)

**Pregunta No. 11** ¿Conoce los beneficios que Taiwán ofrece a El Salvador?

El 56% de la población encuestada no contestó nada porque no conocen nada sobre este TLC como se mostró en el gráfico anterior, sólo un 17% asegura conocer los beneficios que Taiwán ha dado a El Salvador. (Ver Anexo N°50)

**Pregunta No. 12** Si su respuesta fue si, ¿Podría mencionar algunos beneficios?

La mayoría de comerciantes coincide que uno de los beneficios más importantes que Taiwán ofrece a El Salvador son los insumos agrícolas con un 43% seguido de las donaciones con un 29%. (Ver Anexo N°51)

**Pregunta No. 13.** ¿Se ve beneficiado su negocio con los productos importados desde Taiwán?

Un 50% opina que si se ve beneficiado su negocio, esto porque como se mostró en gráficos anteriores hay otros países de los cuales se importa, y a los negocios que no importan de éste país no le beneficia la importación que hagan otros de ese país.(Ver Anexo N°52)

A continuación se menciona según los resultados, el ¿Por qué? se ven beneficiados o lo contrario.

**Pregunta No. 13.1.** ¿Por qué se consideran beneficiados o no beneficiados?

La opción con mayor frecuencia es que beneficia porque ofrecen mejores precios, y la de menor frecuencia son que no se ven afectados porque no venden ese producto, porque los productos son de mala calidad y que se beneficiado porque son productos con mejor tecnología. (Ver Anexo N°53)

**Pregunta No. 14** ¿Según su criterio que productos taiwaneses tienen potencial para ingresar al mercado salvadoreño?

Los productos considerados con potencial para ingresar al mercado salvadoreño son los electrónicos, repuestos para vehículos y los tecnológicos, estos productos son atractivos porque no se tiene producción nacional, en el caso de el producto con menor frecuencia se encuentran los plásticos porque el país cuenta con alrededor de 12 empresas que fabrican productos plásticos, además de esto se importan de otros países estos productos. (Ver Anexo N°54)

**Pregunta No. 15** ¿Qué producto es el que más vende en su negocio?

Los productos que más se venden son los salvadoreños, seguido de los chinos y con menor frecuencia se encuentran los productos de otros países. (Ver Anexo N°55)

**Pregunta No. 16** ¿Qué producto le deja mayor margen de ganancia?

Los productos que dejan mayor margen de ganancia a los comerciantes son los salvadoreños y estadounidenses y los de menor ganancia según los comerciantes son los productos taiwaneses. (Ver Anexo N°56)

**Pregunta No. 17** ¿Qué productos prefiere vender?

Los productos que más prefieren vender los comerciantes son los productos chinos porque por su bajo precio se venden más rápido que otros, los que menos les gusta vender son los taiwaneses porque la mayor parte de productos importados de este país son productos tecnológicos que tienen un precio alto, por ello su venta es lenta. (Ver Anexo N°57)

**Pregunta No. 18** Si los productos chinos entrarán con un menor precio al mercado salvadoreño ¿Adquiriría más?

Con un 68% la mayoría de los comerciantes salvadoreños estarían dispuestos a adquirir más productos chinos si estos entrarán al mercado con un menor precio, todo ello porque aseguran que les generaría mayores ganancias, porque son productos con precios más competitivos y con mucha demanda en el

mercado salvadoreño. Mientras que un 18% opinan que no adquirirían y un 14% que expresó que tal vez compraría mas. (Ver Anexo N°58)

## **2.12.3 RESULTADO DE ENTREVISTAS**

### **2.12.3.1 Análisis de entrevista al Ministro Embajador de Taiwán delegado para El Salvador**

El Salvador cuenta con poca variedad de productos y con un número más reducido de productos de tecnología. Para países desarrollados como Taiwán esto representa poco atractivo comercial.

Taiwán se basa en principios para elegir socios comerciales como la importancia económica, importancia de relaciones con Taiwán y que se pueden ampliar sus exportaciones e importaciones, principios que fueron tomados en cuenta para realizar un TLC con El Salvador, en este sentido el país representa poco atractivo comercial por las causas antes mencionadas, sin embargo Taiwán ve estratégico la ubicación geográfica de El Salvador porque puede ser utilizado como centro logístico para llegar a otros países del continente.

El consumidor taiwanés tiene interés en productos como especies, condimentos, productos para la belleza y el cuidado de la piel como la rosa de Jamaica, productos pintorescos que muestren la cultura e historia del país como las artesanías.

Desde la entrada en vigencia del TLC con Taiwán las exportaciones han aumentado significativamente, y de igual forma las importaciones. Los productos que más se importan son: materia prima para productos plásticos, maquinaria, hilo y productos de tecnología, por tal motivo el señor Andrés Liu considera que el país se ve beneficiado con las importaciones de estos productos porque no se cuenta con producción nacional.

Una de las principales limitantes que ve Andrés C.Y Liu en los empresarios del país, es la visión corta y la irresponsabilidad para cumplir con pedidos, Liu dice que la mayor parte de exportadores se limitan al continente americano y que en este sentido deben ser más agresivos comercialmente para llegar a más mercados, con el incumplimiento de pedidos lo ve un poco difícil porque la mayor parte de productos exportados son de la agroindustria y en muchas empresas no se cuenta con maquinaria que les ayuda a poder dar abasto a grandes pedidos o pedidos consecutivos. Tomando en cuenta la asimetría de las economías de El Salvador y Taiwán, este último ofrece misiones comerciales para que empresarios salvadoreños puedan vender sus productos en ese país ofreciendo beneficios como gastos pagados y traductores.

Según Andrés Liu los exportadores salvadoreños podrían aprovechar la ubicación de Taiwán para poder llegar a otros países asiáticos enviado sus productos a ese país para que allá se les cambie el empaque y se les de valor agregado y posteriormente sean ofrecidos a otros países, de esta forma ambos países aumentan

su comercio y se ven beneficiados, según Liu solo es cuestión de ampliar la visión y querer siempre más para poder aprovechar estos beneficios.

### **2.12.3.2 Análisis de entrevista al especialista en aranceles de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO)**

Según el especialista en aranceles a El Salvador está aprovechando el TLC firmado con Taiwán porque las exportaciones han aumentado desde la entrada en vigencia de éste y aunque las importaciones han tenido la misma tendencia no afecta al país porque la mayor parte de importaciones son de productos de tecnología.

Taiwán ha dado un mayor porcentaje de entrada de productos libre de arancel porque el 69% de los productos que se envían a Taiwán están libres de arancel y el 60% que Taiwán envía a El Salvador entran libres, esto porque se ha tomado en cuenta la asimetría económica de los países.

El especialista opina que El Salvador si está preparado para realizar un TLC con la República de China porque dice que en un TLC solo se debe saber negociar y proteger la industria nacional, sin embargo el ve difícil realizar un TLC con este país por cuestiones políticas porque no se tienen relaciones diplomáticas con este país, además se pueden romper relaciones con Taiwán con quien la República de China ha mantenido conflictos y esto teóricamente deja mal a El Salvador ante los demás países como el caso de Costa Rica.

Realizar un TLC con La República de China debe analizarse por las causas mencionadas pero desde el punto de vista de los ingresos no afecta porque aunque se les daría beneficios arancelarios, el país siempre percibiría ingresos por la vía de la generación de empleos que se darían por las importaciones y exportaciones y aunque el país no tiene una gran variedad de productos siempre habría que exportar más a este país que tiene un gran interés en productos alimenticios.

El especialista dice que para obtener buenos resultados solo se debe saber negociar un TLC porque no existe un máximo o mínimo de arancel que se aplique a cada país que todo es negociado al momento de firmar y que un nuevo TLC siempre trae beneficios que siempre se debe buscar obtener más beneficios que el otro país.

China representa un gran atractivo comercial por su gran mercado pero no se puede romper un TLC para firmar otro porque esto deja en mala posición al país ante los otros países algo que comercialmente afecta a la hora de querer realizar otro TLC, porque el otro país va a pensar que no es un país estable en sus relaciones comerciales.

### **2.12.3.3 Análisis de entrevista al Embajador de Costa Rica delegado para El Salvador**

Las relaciones comerciales con países Asiáticos ofrecen una amplia gama de oportunidades que de ser totalmente aprovechadas, pueden hacer cambiar la situación financiera y comercial de un país.

Costa Rica como cualquier país siempre busca fortalecer y expandir sus lazos comerciales a nivel mundial, buscando siempre mejores oportunidades que les beneficie como Nación, gracias a las diferentes relaciones comerciales y a una buena administración económica y social, Costa Rica hoy en día se ha convertido en un ejemplo para otras naciones como lo es Centroamérica, debido a que hoy en día es uno de los países Centroamericanos con el mayor atractivo comercial a nivel mundial, pues cuenta con grandes recursos naturales, recursos humanos debidamente capacitados, y oportunidades de crecimiento de mercado.

Debido a ello Taiwán se vio interesado en la Nación Costarricense, de igual forma Costa Rica en la Nación Asiática, por lo tanto llegaron a firmar un Tratado de Libre Comercio, del cual ambas partes obtendría beneficios, que ayudarían a la expansión comercial de sus países. Todo ello se llevo a cabo en un momento de hostilidad entre Taiwán y China, pues ambas Naciones se encontraban en un momento de competencia la cual consistía en obtener la mayor cantidad de países aliados, y en su momento Taiwán se interesó en Costa Rica y logró hacerlo su socio comercial mientras que Costa Rica aprovechaba a lo máximo todos los beneficios que Taiwán les ofrecía; entre los cuales se puede mencionar el ingreso al mercado Asiático, donaciones, reducción de aranceles, incremento de inversión extranjera.

A pesar de todo esto, Costa Rica siempre busca expandir sus oportunidades, y por ello llegaron a la conclusión que era más rentable una relación comercial con La República de China que con Taiwán debido a que es un mercado más amplio y con mejores oportunidades de expansión, por lo tanto, Costa Rica decide firmar un Tratado Comercial con La República de China, lo que no fue indiferente para dicha Nación, sobre todo por la relación hostil que tenía con Taiwán. Una vez llevada a cabo el establecimiento de las relaciones comerciales Costa Rica/ República de China, Taiwán decide alejarse de Costa Rica y continuar buscando nuevas oportunidades en mercados Centroamericanos como lo es El Salvador.

#### **2.12.3.4 Análisis de entrevista al especialista en aranceles de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO)**

Uno de los objetivos o criterios primordiales en que El Salvador firmó un Tratado Comercial con Taiwán fue la búsqueda de oportunidades para mejorar y continuar expandiendo el comercio salvadoreño y de esa forma ayudar a la economía de nuestro país, enfocándose en el crecimiento de los productores nacionales.

El amplio mercado taiwanés es uno de los principales atractivos que El Salvador visualizó en el mercado Asiático, en el que se hace más fácil de ingresar con el Tratado de Libre Comercio que actualmente se posee, gracia a la considerable reducción arancelaria que Taiwán ofrece a El Salvador por ser un país considerado en desarrollo. Además de todo ello los productos salvadoreños poseen gran potencial para ingresar al mercado Taiwanés debido a que son considerados como productos de alta calidad y son aceptados por los consumidores Asiáticos, por lo tanto se puede decir que con respecto a calidad si se tiene el desempeño deseado, pero ser aceptados por el mercado extranjero no lo es todo, si no que también juega un papel muy importante; la capacidad de cubrir la demanda que esto representa. Actualmente las empresas salvadoreñas necesitan incrementar su producción y así poder cubrir la demanda de Taiwán, pues actualmente no se está logrando.

Algunas de las limitantes que tienen los productores salvadoreños para exportar hacia Taiwán es el hecho que lo que producen en su mayoría es para el mercado estadounidense, el costo de los fletes, y la faltad de información e inducción.

La República de China es un mercado ampliamente competitivo y ofrece grandes oportunidades comerciales si se saben aprovechar a lo máximo, siendo esto uno de los factores más relevantes para interesarse en realizar un Tratado Comercial con dicha nación.

Si El Salvador llegase a firmar un Tratado de Libre Comercio con La República de China, esto significaría en un alto porcentaje una ruptura de relaciones comerciales con Taiwán debido a que la República de China no establece relaciones con países que reconozcan a Taiwán como un Estado independiente, pero si es o no recomendable firmar un Tratado de Libre comercio con China, implica una amplia gama de variables que deben ser consideradas, entre las cuales se puede mencionar: desgravación arancelaria que nos ofrecería, capacidad productiva de El Salvador, inversión extranjera, donaciones, entre otras. Para tener una idea de ello sería conveniente analizar el caso Costa Rica/China

## **2.13 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS COMERCIANTES Y PRODUCTORES POR LA ENTRADA DE PRODUCTO TAIWANES Y CHINO**

### **2.13.1 ANÁLISIS DE LOS PRODUCTOS MÁS AFECTADOS POR LAS IMPORTACIONES DE PRODUCTO TAIWANÉS Y CHINO**

#### **a) República de China**

Los productos más afectados los productos plásticos que son los que más se ven en el mercado, las flores, zapatos y ropa. En la recolección de datos mostrada anteriormente se reflejaron en los que los productos más importados son los anteriores, existen otros productos con mayor importación sin embargo son productos que en el país actualmente no se fabrican.

#### **b) Taiwán**

En los gráficos se mostraron los productos que más se importan de este país, estos son plásticos electrodomésticos y telas, es importante mencionar que según datos proporcionados por el Ministro consejero de Taiwán este país no exporta productos plásticos a El Salvador si no la materia prima que es utilizada para la producción nacional de productos plásticos, en el caso de electrodomésticos, el país cuenta con poca producción de estos, por ello no se considera que afecta bastante. Un producto no reflejado en los gráficos que según muchos productores salvadoreños les está afectando bastante es la importación de flores, este dato fue respaldado por datos proporcionadas por el Ministro consejero de Taiwán que aseguró que dicho productos eran exportados de Taiwán al país.

### **2.13.2 ANÁLISIS DEL SECTOR MÁS FAVORECIDO**

El sector más favorecido es el comercio que se ve proveído con variedad de productos provenientes de países como Estados Unidos, la República de China, Taiwán entre otros, estos países ofrecen precios más bajos, que hacen que los comerciantes puedan tener variedad de productos a buen precio. Incluso el sector comercio expresó interés en comprar más producto si entraban con más bajos precios porque esto les ayuda a rotar más rápido el inventario.

**MATRIZ DE CONCLUSIONES**

Objetivos	Industrial	Comercial	Entrevista DATCO (Tratados de Libre Comercio)	Entrevista DATCO (Desgravación Arancelaria)	Entrevista al Ministro Consejero de la embajada de Taiwán	Análisis e interpretación de datos
a) Determinar las principales causas por las cuales las empresas salvadoreñas se ven limitadas a aprovechar todos los beneficios del Tratado de Libre Comercio con Taiwán	2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12, 13	2, 5, 6, 8, 10, 11, 12	5, 6	2	3,6	Algunas de las causas más relevantes obtenidas por medio de la investigación de campo son las siguientes; poca capacidad instalada, recursos monetarios limitados, falta de información, poco interés sobre los Tratados de Libre Comercio por parte de los productores y comerciantes salvadoreños, los sectores, industrial y comercial no cuentan con el suficiente apoyo financiero como de capacitación por parte del Gobierno de El Salvador.
<b>Cumplimiento del objetivo</b>						A través de las interrogantes anteriormente reflejadas y correspondientes al objetivo específico N°1, se logro determinar las principales causas por lo que las empresas salvadoreñas se ven limitadas a aprovechar todos los beneficios del Tratado de Libre Comercio con Taiwán. Por lo tanto se concluye que se debe de aumentar la capacidad instalada de El Salvador para lograr ser más competitivos en el mercado exterior, de igual forma brindar información al sector industrial y comercial, sobre cómo pueden aprovechar el Tratado de Libre Comercio con Taiwán y de la misma manera despertar el interés de estos individuos para obtener información, también, el Gobierno Salvadoreño debe de brindar facilidades de financiamiento, como apoyo a dichos sectores y de esta manera incrementar los recursos

						monetarios de la industria y comercio salvadoreño.
b) Identificar las ventajas competitivas del sector industrial y comercial salvadoreño con respecto a los productos provenientes de Taiwán y la República de China	15, 16, 18	12, 13, 15, 16, 17	3, 4, 7		9, 10	Algunas de las ventajas que se obtuvieron por medio del instrumento de investigación fueron las siguientes; se tienen identificados los productos con potencial de ingreso a los mercados asiáticos (Taiwán, República de China), los productos salvadoreños son reconocidos por su excelente calidad, se cuenta con productos agrícolas los que son altamente demandados por los países asiáticos.
<b>Cumplimiento del objetivo</b>						Por medio de las interrogantes correspondientes al objetivo específico N°2 se pudo determinar que evidentemente la industria y comercio salvadoreño poseen ventajas competitivas a nivel mundial para la industria y local para el comercio. Entre las ventajas con las que cuenta la industria salvadoreña es la calidad de los productos, que son altamente aceptados por los consumidores extranjeros. Mientras que el sector comercio, tiene como ventaja la variedad de productos que pueden comprar y vender, dando lugar a ofrecer mayor gama de artículos a los consumidores de El Salvador.
c) Conocer los posibles beneficios que generaría para El Salvador, el establecer un Tratado de Libre Comercio con la República de China			8, 9, 10, 11	3, 4, 8, 9		Entre los beneficios que tendría El Salvador al establecer un Tratado de Libre Comercio con la república de China se encuentran; Encontrar nichos de mercados para las micro y pequeñas empresas salvadoreñas, ingreso de productos con precios más competitivos

<p><b>Cumplimiento del objetivo</b></p>						<p>Como conclusión se puede decir que el atractivo comercial que representa la República de China, por su magnitud y por las diferentes oportunidades que poseen los productos salvadoreños en dicho mercado, beneficiaría tanto a la industria como al comercio en cierta manera, debido a que la industria tendría la oportunidad de ingresar a nuevos nichos de mercado, mientras que el comercio tendría precios más competitivos, pero esto afectaría a los productos nacionales, debido a que no podrían competir por precio en el mercado nacional.</p> <p>Mientras que la industria, no aumente su nivel productivo dejaría pasar nuevamente las oportunidades que esto representaría tal y como está pasando con el Tratado de Libre Comercio firmado con Taiwán.</p>
---	--	--	--	--	--	--

## 2.14 CONCLUSIONES

El comercio en El Salvador se ha visto incrementado por los diferentes tratados comerciales que se han realizado. Para analizar el aprovechamiento del TLC firmado con Taiwán y la posibilidad de firmar un TLC con China se analizará los datos recopilados con los instrumentos de la investigación.

### **Dependencia de las importaciones**

El comercio en el centro de San Salvador depende en gran medida de las importaciones, debido a que el país no cuenta con producción propia de los productos que más se venden como los productos electrónicos, electrodomésticos y accesorios para celulares, por otra parte productos tales como la ropa y productos plásticos cobran gran relevancia en las importaciones porque se pueden adquirir a precios más bajos de países como la República de China y Estados Unidos, de los que se sabe que cuentan con capacidad para producir grandes cantidades a bajos costos por su desarrollo tecnológico.

### **Desconocimiento de proceso de importación e instituciones que brindan apoyo a los importadores**

A pesar de depender de las importaciones, la mitad de los comerciantes desconocen sobre los procesos de importación y de las instituciones que brindan asesoría para dicho proceso, esto se da porque esta parte de los comerciantes contratan a agentes aduaneros para que les realice dicho proceso. Aunque se desconoce el proceso de importación y las instituciones que brindan asesoría, para los comerciantes las importaciones son muy importantes porque su principal fuente de ingreso es gracias a los productos que importan, por ello conocen o han oído sobre algún tratado aunque resaltan los TLC con los países que los abastecen como el CAFTA, sin embargo el TLC con Taiwán ha sido oído por muchos pero no conocen nada sobre ese Tratado.

### **Productos con potencial de ingreso al mercado salvadoreño**

Por la experiencia de los comerciantes los productos con más potencial para entrar al mercado salvadoreño son los repuestos para vehículo, electrodomésticos, productos electrónicos y ropa. Por la variedad y bajo costo los comerciantes prefieren vender productos chinos, seguido de los salvadoreños y estadounidenses, según el criterio de los comerciantes un TLC con la República de China les beneficiaría porque podrían adquirir los productos a precios más bajos, y si los pueden comprar a precios más bajos ellos aseguran estar dispuestos a comprar más.

### **Limitantes de las exportaciones**

La principal causa por la que los productores salvadoreños no exportan es la poca capacidad instalada, esto hace que los empresarios salvadoreños se limiten al mercado nacional.

### **Desconocimiento de proceso de exportación e instituciones que brindan asesoría al exportador**

Sobre el proceso de exportación y las instituciones que brindan asesoría los entrevistados conocen nada o poco, sin embargo para la parte que exporta las exportaciones son de suma importancia porque les amplia su mercado en el exterior y por consiguiente sus ingresos.

### **Restricción a nuevos mercados**

La poca variedad de productos con los que se cuenta hace que los países de destino de las exportaciones sean un número reducido, siendo el principal país de destino Estados Unidos, este hecho se da principalmente por los productos nostálgicos en lo que muchos empresarios salvadoreños han encontrado un segmento de mercado. Los siguientes destinos de las exportaciones son los países centroamericanos porque para los empresarios extenderse a otros países representa mayores costos y más esfuerzos.

### **Productos más exportados**

Los productos más atractivos para los países que se exporta son la ropa interior, los plásticos y los productos alimenticios.

### **Desconocimiento del TLC con Taiwán**

La mayor parte de la población conoce o ha oído sobre algún TLC, pero el más conocido es el tratado con Estados Unidos, el TLC con Taiwán es casi desconocido por la mayoría, algunos lo han oído mencionar pero desconocen los beneficios, y de igual forma desconocen los productos que se importan de ese país, por ello muchos aseguran que no les benefician desconociendo que mucha maquinaria utilizada en las industrias provienen de Taiwán. Debido a la potencia que representa este país la mayoría opina que no se puede competir con los productos de ese país y que los productos que tienen posibilidad de entrar a ese mercado son los productos alimenticios y el café.

### **Participación de los productos chinos en el mercado salvadoreño**

En el mercado se encuentra poco producto de Taiwán que afecte a la industria salvadoreña, y a pesar de no tener un TLC con la República China en el mercado nacional se comercializa una gran cantidad de producto chino, por tal motivo para la industria salvadoreña firmar un TLC con la República de China representa una amenaza, porque no se cuenta con la capacidad para competir con las cantidades de productos y con los costos bajos.

### **Aprovechamiento del TLC con Taiwán**

El TLC que El Salvador tiene con Taiwán si está siendo aprovechado porque las exportaciones de El Salvador han aumentado desde la entrada en vigencia de este tratado. Los tratados siempre traen beneficios para los países firmantes porque incrementan el comercio, en el caso de El Salvador ante Taiwán se ha considerado la asimetría económica, por ello Taiwán ofrece programas de ayuda.

### **Relaciones comerciales entre El Salvador y La República de China**

La realización de un tratado con la República de China no es factible porque Taiwán y China han mantenido un conflicto desde hace mucho tiempo y ninguno de ellos considera conveniente tener de socio a un mismo país, además Taiwán ha dado bastantes beneficios a El Salvador que probablemente China no daría y no se puede arriesgar algo que es un hecho por algo que podría ser, además el país no quedaría bien ante los demás países.

### **Beneficios del TLC con Taiwán**

El TLC que El Salvador tiene con Taiwán ha traído muchos beneficios para el país porque Taiwán abastece a El Salvador de materia prima más que de productos y la mayor parte de productos que se importan de Taiwán son de tecnología, de los cuales no se tiene producción nacional.

Taiwán incentiva las exportaciones de El Salvador y en los últimos años estas se han visto incrementadas, además de ello Taiwán es el principal proveedor de la maquinaria que es utilizada en el país, así como también se provee de insumos como hilos para las fábricas de textiles que en la actualidad generan muchos empleos.

### **TLC Costa Rica / China**

Costa Rica ha aprovechado el Tratado de Libre Comercio con la República de China porque cuenta con fabricación de productos de tecnología que son atractivos para este país; alrededor del 90% de las exportaciones costarricenses son de microprocesadores, de estos ningún país en la región centroamericana tiene fabricación.

En la actualidad Taiwán y China se encuentran en un convenio de paz, lo que significa que la posibilidad de involucrarse con países donde ya se tiene un Tratado de Libre Comercio con alguno de los dos países sería nula, dado que están respetando territorios.

## 2.15 RECOMENDACIONES

1. El Salvador debe de concentrar sus esfuerzos en las actuales relaciones comerciales que posee con Taiwán, 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.
2. Para llegar a ser un comercio e industria más informado y capacitado para competir con grandes mercados como lo son Taiwán y la República de China, es necesario que exista un mayor interés y apoyo por parte de las instituciones dedicadas a brindar asesoría e información
3. Deberían de existir programas que incentiven tanto a comerciantes como a productores salvadoreños a interesarse en la obtención de información y de esa forma lograr tener una idea más clara sobre la importancia que representan las relaciones comerciales con otros países.
4. El Salvador debe de realizar y llevar acabo proyecciones a largo plazo, tal como lo hacen las naciones Asiáticas.
5. Incentivar a la industria salvadoreña a crear ventajas comparativas que promuevan la especialización en determinada producción de bienes.
6. Realizar alianzas estratégicas con empresas extranjeras en países con los que se tiene Tratados de Libre Comercio, que nos ayuden a ser mas asertivos al momento de ingresar y posicionar los productos salvadoreños.
7. Analizar los diferentes puntos de vista de los afectados y beneficiados a la hora de firmar un nuevo Tratado de Libre Comercio.
8. Conocer los gustos y preferencias del consumidor asiático para ser competitivos en dichos mercados.

### **CAPÍTULO III**

#### **FORMULACION DE ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVAD DEL PAIS A NIVEL NACIONAL (POR LA ENTRADA DE PRODUCTOS ASIATICOS) E INTERNACIONAL, IMPULSANDO LAS EXPORTACIONES PARA APROVECHAR AL MAXIMO LAS RELACIONES COMERCIALES CON TAIWAN Y CHINA**

##### **3.1 IMPORTANCIA DE LA IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS EN EL MERCADO SALVADOREÑO.**

En el presente capitulo, se muestran diversas estrategias que se proponen con el objetivo de brindar posibles soluciones para el fortalecimiento de los sectores comerciales e industriales salvadoreños, con el propósito de aprovechar al máximo las oportunidades que representa el Tratado de Libre Comercio vigente con Taiwán, como también analizar el establecimiento de relaciones comerciales con la República de China y lo que significaría esto para El Salvador.

### 3.2 ANALISIS FODA

#### 3.2.1 Análisis FODA de la industria salvadoreña

FORTALEZAS	OPORTUNIDAD
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Percepción de calidad de los productos salvadoreños</li> <li>2. Variedad de productos naturales con potencial para ingresar a otros mercados</li> <li>3. Asesorías brindadas a productores para facilitar el proceso de exportación</li> <li>4. Productos bien aceptados en el mercado internacional</li> <li>5. Se cuenta con el beneficio de la Nación más favorecida</li> <li>6. Ser miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC)</li> <li>7. Crecimiento constante de la demanda de la azúcar salvadoreña a nivel internacional</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mercados internacionales con atractivo comercial para El Salvador</li> <li>1.1 Aprovechamiento de las exposiciones comerciales hechas por otros países en la nación salvadoreña</li> <li>2. Segmentos de mercados no explotados.</li> <li>3. Capacitaciones que ofrece instituciones gubernamentales y privadas a productores salvadoreños</li> <li>4. Productos agrícolas salvadoreños con potencial de ingreso al mercado internacional</li> <li>4.1 Atracción de inversión extranjera directa</li> <li>5. Eliminación de las barreras comerciales internacionales</li> <li>6. Incremento de la competitividad de los productos salvadoreños a nivel internacional</li> <li>6.1 Adecuada infraestructura</li> <li>7. Atractivo comercial salvadoreño</li> <li>8. Brindar fondos por parte de instituciones gubernamentales y no gubernamentales para el desarrollo productivo</li> </ol>

DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>1. Bajo nivel productivo</p> <p>1.1 Poca capacidad instalada</p> <p>1.2 Escaso personal calificado</p> <p>1.3 Costos de producción altos</p> <p>1.4 Falta de agresividad comercial</p> <p>1.5 Falta de promoción y publicidad a los productos</p> <p>1.1 salvadoreños en el exterior</p> <p>2. Poca oferta exportadora</p> <p>2.1 No se cuenta con investigación y desarrollo</p> <p>3. Sector industrial salvadoreño poco informado</p> <p>4. Concentración de las exportaciones salvadoreñas hacia el mercado estadounidense</p> <p>5. Burocracia en los procesos de exportación e importación</p> <p>6. Valor agregado de bajo contenido tecnológico</p> <p>7. Bajo nivel de aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio</p> <p>8. Limitados incentivos económicos a la industria salvadoreña por parte del Estado salvadoreño</p>	<p>1. Eficientes procesos de producción por medio de tecnología más avanzada, de países con más altos niveles de desarrollo</p> <p>2. Falta de estudios de mercados sobre el comercio en países extranjeros</p> <p>2.1 Cambios en los comportamientos de compra de los consumidores</p> <p>3. Instalación de empresas multinacionales en El Salvador</p> <p>4. Nivel competitivo comercial de países desarrollados</p> <p>5. Cambios adversos en los tipos de cambio y en políticas comerciales de otros países</p> <p>6. Mayor alcance de campañas publicitarias de productos provenientes de otros países</p> <p>6.1 Ingreso de variedad de producto a bajo costo</p> <p>7. Mejores canales de distribución de competidores extranjeros</p> <p>8. Mercado de productos sustitutos importados</p>

ESTRATEGIAS OFENSIVAS (FO)	ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS (DO)
<p>1. Promover la diferenciación de los productos salvadoreños a través de su calidad</p> <p>1.1 Dar a conocer la calidad y diferencia de los productos salvadoreños en las exposiciones comerciales realizadas por países extranjeros en El Salvador</p> <p>2. Buscar mercados interesados en productos naturales y promover dichos productos para facilitar la aceptación de estos</p> <p>3. Capacitar e informar a los productores salvadoreños a través de capacitaciones que ofrecen las instituciones gubernamentales y privadas</p> <p>4. Ingresar a nuevos mercados resaltando la calidad de los productos y asociándolos con la marca país</p> <p>4.1 Promover exposiciones de productos salvadoreños donde inversionistas extranjeros puedan asistir</p> <p>5. Buscar nuevas oportunidades para el comercio salvadoreño a nivel internacional por medio de la creación de Tratados de Libre Comercio</p> <p>6. Aprovechar las oportunidades que representan los Tratados de Libre Comercio, a través del incremento de la oferta exportable</p> <p>6.1 Dar a conocer a nivel internacional que El Salvador tiene la mejor infraestructura en carreteras a nivel Centroamericano como también que posee ventajas de ubicación territorial</p> <p>7. Brindar apoyo e incentivos al sector agrícola salvadoreño, debido a que es el principal sector de exportación salvadoreña</p>	<p>1. Incrementar la producción salvadoreña por medio de acuerdos de mutua ayuda entre productores y gobierno, y así ir en busca de nuevos mercados</p> <p>1.2 Invertir por parte del gobierno en capacidad instalada en las empresas productoras, para que exista una mayor oferta exportable</p> <p>1.3 Crear programas de capacitación atractivos y de interés para los productores salvadoreños, con el objetivo de dar a conocer la importancia y los resultados que genera tener un personal altamente calificado en su área de trabajo</p> <p>1.4 Invertir por parte de las empresas productoras en tecnologías más avanzadas, que de la oportunidad de producir en mayor escala y a la misma vez reducir los costos de producción</p> <p>1.5 Aprovechar los segmentos de mercado de los países con los que se tiene beneficios arancelarios para generar más ingresos y posteriormente invertir en maquinaria para abastecer la demanda de productos salvadoreños</p> <p>1.1 Fomentar las exposiciones comerciales hechas en El Salvador y en otros países como un medio para promover y hacer publicidad a los productos salvadoreños en el exterior</p> <p>2. Diversificar los productos salvadoreños, para lograr descubrir y explotar nuevos segmentos de mercados</p> <p>2.1 Buscar nuevos productos que despierten el interés a los consumidores extranjeros, tomando siempre en cuenta sus gustos y preferencias, todo ello a través de la investigación y desarrollo de nuevos productos</p>

<p>8. Utilizar el conocimiento de procesos de exportación utilizando fondos otorgados por instituciones para llevar los productos salvadoreños a nuevos mercados y para desarrollar productos atractivos</p>	<p>3. Brindar capacitaciones gratuitas a los productores salvadoreños, para que maximicen las oportunidades del comercio internacional</p> <p>4. Expandir los destinos de exportación salvadoreña, por medio de la búsqueda y desarrollo de nuevos productos competitivos en el mercado internacional</p> <p>4.1 Llevar a cabo estudios de mercado con el propósito de descubrir nichos de mercado en el comercio internacional</p> <p>5. Agilizar los procesos de exportación e importación por medio del uso de la tecnología, e incluir programas informáticos que ayuden hacer más eficientes dichos procesos.</p> <p>6. Poner en marcha programas de investigación y desarrollo para ofrecer mejores productos con valor agregado tecnológico que sea más atractivo para los consumidores</p> <p>6.1 Promover a El Salvador como centro logístico para llegar a los mercados centroamericanos debido a que se tienen la mejor infraestructura a nivel centroamericano, con el objetivo de atraer inversión extranjera</p> <p>7. Despertar el interés de los productores salvadoreños por informarse sobre los beneficios que representan los Tratados de Libre Comercio y como pueden maximizar las oportunidades que estos representan</p> <p>8. Destinar a la industria salvadoreña recursos económicos más significativos destinados a la inversión en tecnología e investigación y desarrollo de nuevos productos</p>
--	--

ESTRATEGIAS REACTIVAS (FA)	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (DA)
<p>1. Enfatizar y promocionar el valor agregado de los productos salvadoreños tanto a nivel nacional como internacional, por medio de ferias a nivel del país como en el extranjero</p> <p>2. Invertir en estudios de mercados con el objetivo de conocer los gustos y preferencias de los consumidores extranjeros, para facilitar el ingreso de los productos salvadoreños.</p> <p>2.1 Impulsar la innovación de los productos salvadoreños a través de programas e incentivos económicos que faciliten al sector productivo salvadoreño el acceso a recursos profesionales y económicos, para adaptarse a los gustos y preferencias de los consumidores.</p> <p>3. Crear programas de asesoría dirigidos a productores salvadoreños para que estos puedan competir con empresas extranjeras, tanto dentro como fuera de El Salvador</p> <p>4. Competir con los productos de los países desarrollados a nivel de calidad, ya que a nivel de volumen es difícil por el bajo nivel de producción salvadoreña</p> <p>5. Dar a conocer al sector productivo los beneficios que representan ser parte de las naciones más favorecidas</p> <p>6. Crear programas de publicidad para los productos salvadoreños en los países de exportación</p> <p>6.1 Invertir por parte del Estado en el sector industrial salvadoreño, para estimular el crecimiento constante de dicho sector</p> <p>7. Mejorar los canales de distribución salvadoreños a través de alianzas estrategias con distribuidores o empresas extranjeras</p>	<p>1. Utilizar la estrategia de especialización y aunque El Salvador no cuente con los niveles productivos, la capacidad instalada y la agresividad comercial adecuada, debe de ser el mejor en lo que hace o produce</p> <p>2. Instalar instituciones salvadoreñas en países extranjeros con atractivo comercial para El Salvador con el objeto que brinden apoyo de datos mercadológicos, para implementar estrategias de mejora continua, tanto en los procesos de producción como en los de comercialización, y así cumplir con las expectativas de los mercados internacionales</p> <p>2.1 Crear programas de contingencias que permitan anticiparse a los cambios de comportamiento de los consumidores</p> <p>3. Posicionar los productos salvadoreños en la mente de los consumidores a través de la labor de mercadeo lo que ayudara a identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas tanto del mercado salvadoreño como del mercado objetivo</p> <p>4. Buscar nichos de mercados donde los productos de mercado puedan ingresar de forma exitosa</p> <p>5. Brindar servicios de asesorías personalizadas sobre los procesos de exportación e importación a los productores salvadoreños</p> <p>6. Invertir en tecnología que permitan obtener productos con mayor nivel de competitividad</p> <p>6.1 Facilitar financiamiento al sector industrial</p> <p>7. Aprovechar los Tratados de Libre Comercio, para incentivar a los países socios comerciales a que apoyen a los productos salvadoreños en aspectos de promoción y publicidad</p>

<p>8. Enfatizar la publicidad de los productos en la calidad que ofrecen</p>	<p>8. Continuar incentivando la apertura a nuevos mercados por medio de los Tratados de Libre Comercio y enfatizando el apoyo a la industria salvadoreña para poder cubrir la demanda de productos que las relaciones comerciales representan</p>
--	---

### 3.2.2 Análisis FODA del sector comercial salvadoreño

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variedad de productos nacionales y extranjeros</li> <li>2. Ubicación geográfica de negocios nacionales</li> <li>3. Variedad de precios en el mercado</li> <li>4. Atención al cliente personalizada</li> <li>5. Relación comercial entre el cliente y el vendedor</li> <li>6. Puntos de venta accesibles</li> <li>7. Adquisición de nuevos productos en el mercado</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocimiento del comportamiento del consumidor</li> <li>2. Expansión de la empresa a nuevos mercados</li> <li>3. Crecimiento económico</li> <li>4. Aplicación de sistemas informáticos para mejorar eficiencia</li> <li>5. Desarrollo de plan estratégico de marketing</li> <li>6. Utilización de tecnología y redes sociales</li> <li>7. Entrada de mas y nuevos productos contemplados dentro de Tratados de Libre Comercio</li> </ol>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Falta de información sobre el mercado y el entorno               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Falta de adaptación al comportamiento del consumidor</li> </ol> </li> <li>2. Lenta evolución del sector comercial</li> <li>3. Alta sensibilidad a los cambios económicos y ciclos de vida de los productos               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Dificulta de financiamiento para mejorar la inversión</li> </ol> </li> <li>4. Excesivo papeleo para realizar una transacción comercial (importación)               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 Poca inclusión de programas de fidelización</li> </ol> </li> <li>5. Poco uso de estrategias de mercadeo para mejorar el negocio</li> <li>6. Escasa o mala utilización de redes sociales para mejorar publicidad de la empresa</li> <li>7. Dependencia de proveedores nacionales e internacionales               <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1 Competitividad de precios en el mercado</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entrada de mas y nuevos productos contemplados dentro de Tratados de Libre Comercio               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Modificación de los patrones de consumo</li> </ol> </li> <li>2. Inclusión de nuevos competidores extranjeros en el comercio salvadoreño</li> <li>3. Cambios económicos</li> <li>4. Creación de leyes aplicadas al comercio</li> <li>5. Actualización de sistemas o programas informáticos ( Customer Relationship Management)</li> <li>6. Delincuencia</li> <li>7. Competencia desleal               <ol style="list-style-type: none"> <li>7.1 Corrupción</li> </ol> </li> </ol>

<b>ESTRATEGIAS OFENSIVAS (FO)</b>	<b>ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS (DO)</b>
<p>1. Indagar por medio de una investigación de mercado, el posible impacto de introducir nuevos productos al mercado salvadoreño, antes de invertir</p> <p>2. Buscar nuevos nichos de mercados en los que se pueda incursionar para expandir el comercio de acuerdo a necesidades y deseos de los consumidores</p> <p>3. Utilizar estrategias de precios atractivas que se adecuen a la capacidad adquisitiva de los clientes y ser competitivos ante empresas extranjeras</p> <p>4. Implementar sistemas informáticos que permitan llevar un control detallado de los clientes, tomando en cuenta consumo, periodo de tiempo entre cada compra, entre otros datos.</p> <p>5. Realizar planes de marketing comunicacional para mejorar el servicio de atención al cliente y posibles clientes, y así lograr posicionamiento de marca</p> <p>6. Hacer uso de redes sociales para brindar información y toma de pedidos mediante dicha herramienta para agilizar el tiempo de entrega y mejorar la accesibilidad a los productos</p> <p>7. Invertir en productos provenientes de otros países con los que se tenga un TLC para aprovechar el libre acceso de ciertas mercancías sin pago de aranceles e incrementar de esta forma márgenes de ganancias</p>	<p>1. Invertir en investigación y desarrollo para estar al tanto de los cambios en el mercado internacional y lograr ajustarlo al comercio nacional</p> <p>1.1 Realizar estudios de mercado que permitan conocer el comportamiento del consumidor ante ciertos productos</p> <p>2. Gestionar capacitaciones, asesorías y facilidades de crédito para empresarios, para motivarlos a expandir el negocio a diferentes zonas</p> <p>3. Innovar con nuevos productos cada determinado tiempo, sobre todo para productos tecnológicos.</p> <p>3.1 Incentivar al comercio mediante facilidades de crédito a quienes cumplan con requisitos solicitados por financieras, para expandirse en nuevas zonas</p> <p>4. Implementar en Dirección Nacional de Aduanas sistema informático que permita realizar desde una página web determinados tramites de importación desde oficinas</p> <p>4.1 Utilizar sistemas informáticos enfocados a maximizar la información disponible de los clientes y generar estrategias que contribuyan a satisfacer al cliente</p> <p>5. Enfocarse en estrategias que permitan incrementar el posicionamiento de empresas comerciales, mediante planes de mercadeo</p> <p>6. Intensificar el uso de redes sociales para mejorar la imagen de empresas del sector comercial al interactuar con el cliente y de esa forma mejorar la atención al cliente</p> <p>7. Crear listas de proveedores extranjeros para tener poder de negociación y no depender completamente de ellos</p> <p>7.1 Crear programas en los países con los que se tiene Tratados de Libre Comercio, para atraer el interés de empresas que se dediquen a exportar y que sean ellos quienes también contacten a empresarios salvadoreños para fortalecer el comercio</p>

<b>ESTRATEGIAS REACTIVAS (FA)</b>	<b>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS (DA)</b>
<p>1. Establecer alianzas estratégicas entre distribuidores salvadoreños y empresas extranjeras para fortalecer la cooperación y facilitar el intercambio de bienes y servicios</p> <p>1.1 Invertir en adquirir productos de acuerdo a las tendencias del mercado</p> <p>2. Buscar puntos de ventas estratégicos que permitan a empresarios salvadoreños competir con empresa multinacionales</p> <p>3. Invertir en capacitar al recurso humano para mejorar la atención al cliente y en brindar productos de calidad para enfocarse en el valor de los productos y no en los precios</p> <p>4. Cumplir con las leyes pertinentes al comercio, ética y de protección al consumidor para evitar futuros problemas que perjudiquen la imagen del sector</p> <p>5. Hacer uso de Customer Relationship Management para crear estrategias que se adecuen a las necesidades de cada segmento de mercado</p> <p>6. Proponer programas de seguridad para los comerciantes donde se vea involucrado el gobierno y la empresa privada</p> <p>7. Organizar comisiones (auditorías) que se aseguren de cumplir con mejorar la competitividad tanto para empresas nacionales como internacionales y así evitar afectar al comercio en general</p> <p>7.1 Contar con el apoyo de instituciones de seguridad para reducir al máximo la entrada de productos provenientes de contrabando</p>	<p>1. Brindar capacitaciones sobre los diferentes Tratados de Libre Comercio con los que cuenta El Salvador para que puedan aprovechar al máximo los beneficios que este ofrece y asimismo prepararse ante la entrada de posibles distribuidores extranjeros</p> <p>1.1 Informar y capacitar al personal para que logren diferenciar entre productos taiwaneses, chinos, coreanos, etc., para ofrecerle a los clientes una mejor asesoría al momento de vender</p> <p>2. Crear alianzas entre distribuidores salvadoreños para fortalecer los lazos comerciales nacionales ante los distribuidores extranjeros</p> <p>3. Mantener comunicación con diferentes proveedores extranjeros para poseer poder de compra al momento de negociar</p> <p>3.1 Brindar asesorías que permitan ampliar la visión de los empresarios al momento de adquirir créditos para invertir en lo que les generará rentabilidad</p> <p>4. Agilizar trámites aduaneros por medios electrónicos, aplicando leyes y reglamento que regulan el comercio exterior</p> <p>4.1 Cumplir con el producto que se ofrece para evadir incumplir con la Ley de protección al consumidor</p> <p>5. Crear planes de mercadeo según comportamiento de consumidor, tomando como base información recolectada de sistemas informáticos (CRM)</p> <p>6. Contar con mecanismos electrónicos que protejan la información de clientes y cuentas de redes sociales para impedir que personas ajenas a la empresa roben datos importantes</p> <p>7. Designar y efectuar periódicamente auditorías para velar por el cumplimiento de la Ley de competitividad, aplicándolo a empresas nacionales e internacionales</p> <p>7.1 Contar con el apoyo de instituciones gubernamentales que realicen monitoreos de precios, para ofrecer y adaptar precios a los existentes en el mercado</p>

### **3.3 NIVEL COMPETITIVO DE EL SALVADOR**

#### **3.3.1 Nivel competitivo de la industria salvadoreña**

En base al FODA de la industria se determina que el nivel competitivo es muy bajo dado que hay muchos factores que limitan a la industria entre los que se pueden mencionar los de mayor incidencia.

##### **a) Capacidad instalada**

La industria salvadoreña no cuenta con capacidad instalada para poder producir las cantidades necesarias que otros mercados demandan. El incumplimiento de pedidos ha sido una de las consecuencias que la industria ha tenido a causa de este factor.

##### **b) Tecnología**

La industria salvadoreña carece de tecnología que ayude a mejorar los procesos productivos, en algunas empresas pequeñas hay carencia de tecnología básica como las computadoras, además de maquinaria que facilite terminar el producto, muchos procesos productivos se hacen de forma manual, lo que limita la capacidad de producción

##### **c) Acceso a créditos**

Las empresas que no tienen capital propio para invertir se encuentran con la limitante que es difícil obtener un crédito en El Salvador, muchos proyectos se estancan por este motivo.

##### **d) Investigación y Desarrollo**

Pocas empresas en El Salvador invierten capital en realizar investigaciones para conocer como está cambiando el comportamiento del consumidor, principalmente en las pequeñas empresas, por tal motivo se desarrollan pocos productos nuevos, debido a que se desconoce lo que el mercado está demandando.

##### **e) Agresividad Comercial**

Los productores salvadoreños limitan sus exportaciones al continente americano, no se arriesgan a conocer nuevos mercados donde no hay tanta competencia, a pesar de que se cuenta con productos que están siendo demandados por otros países.

#### **f) Costos de producción altos**

Actualmente la industria se encuentra con la limitante que muchos de los materiales que utilizan son adquiridos de otros países a costos altos, esto limita la capacidad de la industria para competir con precios bajos.

Como estos hay otros factores que obstaculizan el camino para que la industria sea competitiva, no se puede producir cantidades grandes a costos bajos, no hay desarrollo de nuevos productos hay demasiadas limitantes que se tienen que comenzar a trabajar para superarlas, porque los mercados cada vez son más exigentes y para poder competir con otros países hay que mejorar todos esos puntos.

#### **3.3.2 Posicionamiento de los productos taiwaneses en el mercado salvadoreño**

En base al FODA del sector comercial se determina que éste se ve muy poco afectado por las importaciones provenientes de países con los que se ha firmado Tratado de Libre Comercio e incluso con los que no se tiene ningún tipo acuerdo.

Actualmente y pese a que se tiene un Tratado de Libre Comercio con Taiwán, existen circunstancias que dificultan el aprovechamiento al máximo, de la entrada de nuevos productos provenientes de dicho país al mercado salvadoreño, entre los que se pueden señalar:

##### **a) Confusión de los países de orígenes**

Muchas personas dedicadas al comercio no saben diferenciar entre los productos taiwaneses y chinos, esto afecta a Taiwán porque sus productos son confundidos y por consiguiente el comerciante tiende a relacionar la calidad con el país de origen.

##### **b) Falta de información**

Como el comerciante tiende a confundir los productos de China con los de Taiwán, el conocimiento sobre los productos de Taiwán que ingresan al país con algún tipo de beneficio arancelario es poco o nulo por lo que muchos productos no son aprovechados para ofrecerse en el mercado salvadoreño.

##### **c) Calidad de productos**

Debido a lo anterior, se cree que los productos taiwaneses son de mala calidad, de igual manera como se piensa con los productos provenientes de China; por lo tanto estos pierden credibilidad en el mercado salvadoreño por el hecho de ser confundidos.

Se puede decir que los productos taiwaneses han logrado posicionarse como productos de bajo costo, no obstante se percibe que no cuentan con la calidad, que podría generarles mejores resultados en el mercado

### **3.4 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE EL SALVADOR CON TAIWAN ANTES Y DESPUÉS DEL TLC.**

#### **3.4.1 Evolución del comercio exterior entre El Salvador y Taiwán**

Desde la entrada en vigencia del TLC El Salvador- Taiwán se han eliminado barreras contribuyendo esto al incremento del comercio entre ambos países.

El crecimiento de las exportaciones a Taiwán ha variado y en algunos años se presentaron cifras negativas.

En el año 2005 (años antes de entrar en vigencia el TLC El Salvador-Taiwán), las exportaciones tuvieron un aumento significativo de 67.82%, pese a que el año 2004 hubo una disminución de las exportaciones en comparación al 2003.

Posteriormente de la entrada en vigencia del TLC El Salvador-Taiwán, éste trajo consigo un incremento, sin embargo, el mejor año donde se recaudaron más ingresos fue en el año 2011 con un 55.98%, siendo devastador el pasado año 2012, donde las exportaciones hacia Taiwán reportaron un decremento considerable de 395.93%. (VER ANEXO N° 59)

En conclusión, claro está que las exportaciones mejoraron con el Tratado de Libre Comercio, no obstante, este no ha sido determinante para mejorar el comercio exterior de El Salvador, dado que se ha obtenido menos resultados de los esperados para los exportadores, las instituciones que están involucradas en el comercio internacional y en sí, para la economía Salvadoreña.

En cuanto a las importaciones y su desarrollo a lo largo de los últimos años, tomando en consideración años anteriores a la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio, se puede analizar que los únicos años donde obtuvieron saldos negativos fueron en los años 2004, 2006 y 2009, los que disminuyeron en un -23.05%, -4.78% y -36.29% respectivamente.

Cabe mencionar que en el año 2009 fue donde más se percibió la crisis financiera mundial por lo que se dio el comportamiento anterior.

En general, las importaciones provenientes de Taiwán, han mejorado considerablemente, dado que los últimos tres años ha tenido crecimiento. Durante los cinco años anteriores luego de que entrara en vigencia el TLC, se puede observar que ha tenido un aumento positivo en su mayoría, siendo el año 2011 el que más se registraron importaciones ascendiendo a 30.05% y el pasado año 2012 solo se tuvo un crecimiento de 5.46%.

Pero bien, si se evalúan las importaciones antes y después del TLC, se observa que con dicho tratado, se abrieron más las puertas a un comercio exterior en el que las importaciones superan a las exportaciones.

A lo largo de los nueve años incluyendo el antes y después de entrada en vigencia del tratado las variaciones no difirieron en gran manera, dado que el año 2005 fue el que alcanzó mayores rangos ascendiendo a un 51.44%, seguido de 30.05% correspondiente al año 2011. (VER ANEXO N° 59)

Al comparar las exportaciones provenientes de Taiwán hacia Honduras al finalizar el año 2012 estas reportaron \$28,928,268.92 versus \$22,642,129.73 correspondientes a las exportaciones hechas desde Honduras a Taiwán, representando este último dato 5 veces más de lo que El Salvador exporta a Taiwán.

Claramente es más desfavorable la situación para El Salvador, sin embargo, esto se da con base a diferentes situaciones económicas y comerciales en que se encuentre el país.

Al hacer una comparación entre las exportaciones e importaciones, se puede indagar que pese a tener buenos resultados en algunos años, las importaciones superan a las exportaciones sustancialmente; cronológicamente desde el año 2008 no se han obtenido los resultados esperados, dado que con o sin el TLC, el nivel de aprovechamiento del comercio exterior con Taiwán ha sido muy poco, porque no ha mejorado significativamente a lo largo de los años.

Es decir, que a pesar de tener resultados positivos en un “x” año, este se ve descompensado mas adelante con una disminución de las exportaciones lo que representa que hay mucho que hacer de parte de El Salvador para mejorar la participación en el mercado externo, sobre todo con los que ya se tiene un TLC, tal como es el caso con Taiwán.

### **3.5 PRODUCTOS EXPORTADOS E IMPORTADOS COMPRENDIDOS EN EL TLC EL SALVADOR TAIWAN**

Las exportaciones salvadoreñas hacia Taiwán se dan esencialmente en productos como azúcar, con una menor participación de productos como residuos de papel y cartón, café, productos de acero y hierro, productos de aluminio entre otros. La compra de azúcar en Taiwán depende, en parte, a los volúmenes de producción y de exportación de otros países asiáticos, especialmente de China, India, Tailandia e incluso de Australia. Durante el año 2012, se presentó una oferta de azúcar en la región asiática, dando lugar a que Taiwán estableciera contratos con países asiáticos, con un menor costo de flete, lo que conllevó a una recolocación de las exportaciones salvadoreñas de azúcar a otros mercados.

No obstante, lo anterior se vio afectado porque los precios internacionales del café y del azúcar experimentaron caídas importantes respecto de los precios reportados en 2011, en el caso del café, por una

reducción de la cosecha 2011-2012, y con respecto al azúcar porque se han priorizado otros mercados considerados como principales socios comerciales.

Es importante considerar que el movimiento de las exportaciones salvadoreñas se encuentra condicionado por una serie de elementos propios de la estructura de exportaciones. Estos elementos son los tipos de productos de exportación, el peso de los socios comerciales y por el impacto que las variaciones de la economía internacional, especialmente las que se dan a partir de la demanda externa de los principales socios comerciales con los que El Salvador realiza mayoritariamente sus operaciones de comercio exterior.

Después de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio, los productos más importados y que contribuyeron significativamente dentro de la balanza comercial, se pueden mencionar: Politereftalato de etileno; placas, laminas, hojas, cintas, tiras y demás formas planas autoadhesivas de plásticos; colorantes reactivos y preparaciones a base ellas; tejidos de poliésteres; partes y accesorios de vehículos; telas con algún contenido de plástico; Maquinas de coser, excepto las de coser pliegos, muebles, basamentos y tapas o cubiertas especialmente concebidos para maquinas de coser; agujas para maquinas de coser; tejidos de fibras artificiales discontinuas, parachoques y sus partes y, manufacturas de plástico y manufacturas de las demás materias. (Ver anexo N°60)

Los diez productos más importados son los referentes a los derivados del plástico, telas, colorantes, entre otros artículos, contando con muy poca participación de la industria alimenticia, contribuyendo en su totalidad en el pasado 2012 \$80,303,992.80.

Ahora considerando los productos más exportados hacia Taiwán, se pueden mencionar: azúcar de caña, papel o cartón, harina de pescado, café, desperdicios de aluminio, desechos, desperdicios y recortes de plástico, desperdicios y desechos de hierro y trajes de algodón (VER ANEXO N°61), reportando un total de exportaciones de \$5,287,381.31 en el año 2012.

Si comparamos las importaciones y las exportaciones obtendremos un déficit en la balanza comercial, siendo la diferencia de \$75,016,611.49 millones de dólares, mostrando una vez mas que no estamos preparados para cubrir y cumplir con la demanda exigida por Taiwán.

Pese a que se cuentan con restricciones para exportar ciertos productos a Taiwán, según el Tratado de Libre Comercio los productos que gozan de acceso inmediato al mercado taiwanés, son:

a) Productos agrícolas

- Algunos productos de la pesca, incluyendo atún procesado
- Algunos productos lácteos como quesos
- Plantas ornamentales como el izote
- Algunas hortalizas y frutas
- Café y sus derivados

- Especias
- Algunas grasas vegetales y aceites
- Melaza
- Productos de chocolate
- Productos de panadería
- Algunos jugos de frutas
- Licores

b) Productos industriales

- Medicamentos
- Pinturas y barnices
- Artículos de limpieza y jabones
- Abonos y fertilizantes
- Plásticos
- Algunos productos textiles y confección
- Calzado
- Productos de metal
- Aluminio

De los productos anteriormente mencionados, son pocos los sectores que realmente están aprovechando el acceso inmediato al mercado asiático, dado que desde años anteriores a la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio, los principales productos de exportación solo han cambiado sus posiciones al exportar una mayor cantidad de los ya contemplados (VER ANEXO N° 62).

Dentro del acuerdo comercial, en el capítulo 3 concerniente al trato nacional y acceso de mercancías a los mercados, se hace énfasis en la mercadería sujeta a la prohibición de exportación, los que al ser irrespetados, intervendrá inmediatamente el Comité de Comercio de Mercancías para tomar las medidas pertinentes sobre la situación. Para ello a continuación se lista los productos con restricciones:

CODIGO	DESCRIPCION
0208.90.20ex	Carne de perros, fresca, enfriada o congelada
0301.91.00	Trucha viva
0302.11.0	Trucha fresco o enfriado
0302.12.10	Salmon del Pacifico fresco o enfriado
0302.12.20	Salmon del Atlántico y salmones del Denubio fresco o enfriado
0302.19.00	Otros salmones, fresco o enfriado
0303.11.00	Salmon congelado, incluyendo los hígados y los huevos
0303.19.00	Otros salmones del Pacifico, congelados, incluyendo los hígados y los huevos
0303.21.00	Trucha congelada
0303.22.00	Salmon del Atlántico y Salmon de Denubio congelado
0303.29.00	Otros tipos de salmón, congelados
0304.10.50	Filetes de trucha y su carne, fresca o enfriada
0304.10.90ex	Filetes de trucha y su carne, fresca o enfriada
0304.20.20ex	Filetes de salmón, congelados
0304.20.30	Filetes de trucha, congelados
0305.30.90ex	Filetes de salmón y trucha, deshidratados, salitrados o en salmuera, pero no ahumados
0305.41.00	Salmón del Pacifico, salmón del Atlántico y Salmon del Danubio, ahumados
0305.49.30	Trucha, ahumada
0305.69.10	Pescado, salmón, salitrado o en salmuera
0602.90.10ex	Micelios de hongo, que contengan narcoticos
1211.90.60	Putchuc Nuevo
1211.90.91ex	Guang Fang Jee, Guan Mu Tong, Mar Doe Ling, Ten Shen Tirng
1404.90.99ex	Productos de hongos que contengan narcóticos
1604.11.00	Salmón entero o en pedazos, pero no molido, preparado o conservado, congelado. Salmón entero o en pedazos, pero no molido, preparado o conservado, enlatado. Otros salmones, enteros o en pedazos, pero no molidos, preparados o conservados.
1604.19.90ex	Trucha enteras o en pedazos, pero no molidas, preparadas o conservadas, congeladas. Truchas enteras o en pedazos, pero no molidas, preparadas o conservadas, enlatadas. Otras truchas, enteras o en pedazos, pero no molidas, preparadas o conservadas.
2903.51.00	1,2,3,4,5,6- Hexaclorociclohexano

<b>2921.44.00ex</b>	4- amino difenilo: 4- amino difenilo hcl
<b>2921.45.00</b>	2-naftilamina (beta-naftilamina); 2- naftilamina (beta-naftilamina) acetato; 2- naftilamina (beta-naftilamina) hcl
<b>8710.00.00</b>	Tanques y otros vehículos armadas para la guerra, motorizados, contengan o no armas. Partes de tanques y otros vehículos armadas para la guerra, motorizadas
<b>8906.10.00</b>	Barcos de Guerra
<b>9301.11.00</b>	Armas de artillería auto impulsadas
<b>9301.19.00</b>	Otras armas de artillería
<b>9301.20.00</b>	Lanza cohetes, lanza llamas, lanza granadas, tubos de torpedo o proyectiles similares
<b>9301.90.00</b>	Otras armas militares
<b>9705.00.00ex</b>	Colecciones y piezas de armas de colección. Otras colecciones y piezas de colecciones de tipo arqueológico, botánico, mineral, etnográfico o de interés numismático
<b>9706.00.00ex</b>	Otras antigüedades que excedan los cien años

**Fuente:** Segunda parte de Capítulo 3: Documento Legal de Tratado de Libre Comercio entre El Salvador-Honduras y Taiwán

Hasta el momento se ha cumplido con lo establecido en las cláusulas del Tratado de Libre Comercio, al respetar las mercancías que pueden entrar libremente al mercado y las que están prohibidas para acceder al mercado taiwanés.

### **3.6. DETERMINACION DE UN PRODUCTO SALVADOREÑO CON POTENCIAL PARA INGRESAR AL MERCADO TAIWANES COMPRENDIDO EN EL TLC.**

Se ha determinado mediante opiniones de expertos en materia de comercio exterior, análisis del comportamiento del consumidor taiwanés, oportunidades del sector, entre otros aspectos; que el producto que podría ser exportado hacia Taiwán es la fruta natural deshidratada, porque es un producto obtenido a partir de frutas frescas 100% naturales y libres de cualquier aditivos químico, sometidas a un proceso de secado con aire caliente<sup>54</sup>.

Ese proceso garantiza la conservación de las propiedades nutricionales de la fruta como son su contenido de fibra, proteína, carbohidratos, vitaminas y carotenos, obteniendo así una alta retención de color, olor y sabor.

Lo anteriormente mencionado es preciso y atractivo para el consumidor taiwanés, quien busca cuidar de su salud y proporcionar los nutrientes necesarios para su dieta diaria, además dicho mercado, esta segmentado y hace más fácil el poder dirigir este producto a un nicho de mercado en específico.

<sup>54</sup> Entrevista realizada a representante de la embajada de Taiwán y a especialistas de la DATCO de El Salvador.

En mayo 2012, se realizó un seminario para conocer las demandas actuales Taiwanesas, entre otros aspectos, en los que se tiene como principal objetivo ayudar a las Pymes salvadoreñas a exportar sus productos.

Según el ministro consejero de la Embajada de Taiwán, los principales productos salvadoreños identificados por la embajada taiwanesa con potencial de exportación son: los frutos secos, pinturas, atún y especias, indicaron.

A pesar a que en El Salvador, la industria de fruta deshidratada no está desarrollada, se puede incentivar a generar esta industria no solo para aprovechar el Tratado de Libre Comercio con Taiwán sino también con otros países con los que se tienen relaciones comerciales. Claro está que El Salvador necesita encontrar una forma de incentivar a la industria salvadoreña a exportar otros productos que sean atractivos para el consumidor taiwanés.

Las exportaciones a Taiwán, también suponen una oportunidad para que los productos salvadoreños ingresen a otros países del Continente Asiáticos, comentó el ministro embajador de la Embajada de Taiwán, Andrés Liu, en el seminario llevado a cabo, el año pasado.

A continuación se detallan algunas ventajas en donde se muestra que es un producto con oportunidades de ser exportado y con probabilidades de ser aceptado en países extranjeros:

1. Vida útil prolongada sin riesgos de descomposición.
2. Conservación de las características organolépticas y nutricionales propias de la fruta.
3. Disminución de costos de transporte y almacenamiento puesto que su contenido de humedad es muy bajo y no requiere refrigeración.
4. Disponibilidad del producto en periodos de escasez.
5. 100% natural.
6. Practicidad de uso y consumo.

Los usos de la fruta seca pueden ser variados, por el hecho que podría ser utilizado para consumo directo como pasa bocas o como materia prima para mezcla con: derivados lácteos, repostería, cereales, mermeladas y helados.

### **3.6.1 Industria de productos deshidratados en El Salvador**

En el mercado salvadoreño, se han perdido muchas oportunidades por falta de alternativas de procesamiento de producciones estacionales de frutas, hierbas aromáticas o medicinales y hortalizas; por los que estos

productos pueden aportar nuevos beneficios si se someten a procesos de deshidratación que prolonguen la vida y que favorezcan las condiciones de empaque y comercialización.

El Salvador, aun siendo un país pequeño con topografía variada, cuenta con diversidad de materias primas que se pueden transformar en productos deshidratados, como: frutas, hierbas, flores, follajes, especias, hortalizas, pescado, carnes, mariscos y otros.

Existe un mercado abierto para los diferentes productos deshidratados en general, donde los que gozan de mayor aceptación son las frutas secas.

Estos elementos bien podrían representar opciones atractivas para mercados de productos deshidratados ya sean estos locales, regionales o mundiales. Para lograr participar activamente en estos mercados globalizados, se deben considerar opciones que tecnológicamente armonicen con el ambiente, pero que igualmente aporten niveles de alta competitividad, utilizando simultáneamente la combinación de energéticos sistemas, procesos y equipos. De esta forma, se obtendrían productos de una calidad y con una inocuidad que cumpla con los estándares más exigentes.

Dadas las ventajas en cuanto al empaque, manejo y durabilidad de los productos deshidratados, esta área de negocio se presenta con un futuro muy prometedor para el sector Agroempresarial salvadoreño en corto plazo, si se enfoca en ello.

Se debe de ver a la industria de frutos deshidratados como una oportunidad para incentivar y motivar a empresarios salvadoreños a orientar sus esfuerzos en actividades productivas que le garanticen rentabilidad, abasteciendo e impulsando de esta forma el aprovechamiento del comercio externo mediante los Tratados de Libre Comercio.

Los productos deshidratados que tienen mayor demanda en el mercado internacional son:

- a) Frutas: Mango, piña, banano, papaya, ciruelas, marañones, etc.
- b) Hortalizas: Zanahorias, tomates, cebollas, ajos, chiles picantes y dulces, etc.
- c) Hierbas: Aromáticas (cilantro, perejil, apio, mentas, etc.) y Medicinales.
- d) Infusiones: Rosa de Jamaica, Manzanilla, flor de naranja y otros cítricos (azahares), té de limón, etc.
- e) Especias: Laurel, tomillo, romero, oréganos, etc.

Sin embargo, para poder entrar a dicho rubro y ser competitivos en el exterior se debe de cumplir con altos grados de calidad siguiendo las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y a las Buenas Prácticas de Manufactura ó Fabricación (BPM o PBF), haber investigado el mercado al que se quiere entrar, evaluar Costos vrs. Beneficios al exportar el producto, entre otros aspectos de gran envergadura.

Las instituciones y programas que brindan apoyo a este sector son:<sup>55</sup>

1. IICA-Frugal ES, CENTA, FINTRAC y CLUSA: Asistencia Técnica en producción
2. Agro negocios MAG, IICA, Cooperación Española CODESPA: Mercadeo.

---

<sup>55</sup> Documento explicativo de la producción de frutos secos. [http://: www.fiagro.org.sv](http://www.fiagro.org.sv)

3. UCA, FORTALECE GTZ, FUSADES La Colina: Agroindustria.
4. Robertoni, Casa Bazzini y McCormick: Compradores Locales.
5. BMI: Finanzas y Desarrollo.
6. FAT Mype, Conamype: Apoyo financiero para Asistencia Técnica.
7. FOEX: Apoyo Financiero para exportaciones.
8. Asociación de Deshidratadores, UNEX, otros: Inversionistas potenciales.

Las exportaciones de productos secos es muy baja en comparación a las importaciones provenientes principalmente de Estados Unidos y Guatemala, siendo este último uno de los mayores exportadores a nivel internacional.

Si bien es cierto, en El Salvador no se cuenta con el equipo tecnológico para la producción de frutos secos, es decir, que buena parte es hecho de manera artesanal, siendo una desventaja para el productor, deben considerar ventajas competitivas en aspectos como:

- a. la calidad de la oferta
- b. la homogeneidad de la oferta
- c. la eficiencia en el procesamiento
- d. la capacidad de innovar agregando valor a los productos.

En el país existen tres empresas que producen frutas deshidratadas, no obstante sólo una exporta algunas frutas, principalmente a Guatemala, Nicaragua, Panamá y Honduras; dejando fuera otros mercados que valoran la calidad, sabor, presentación y precio del producto; y que podrían ser determinantes para abrir nuevos mercados y posicionar la marca salvadoreña.

Algunos de los aspectos mercadológicos a tomar en consideración al momento de exportar los frutos secos a Taiwán, son:

#### **a) Medidas legales**

Se debe de aprovechar que tanto frutas secas como deshidratadas no requieren de documentación fitosanitaria para su importación a Taiwán, ni tampoco certificación de origen. Sin embargo, es posible que el importador pudiese pedir certificado de origen con otros fines y de igual manera se debe de contar con los documentos que amparen que el producto salvadoreño es totalmente confiable, además esto brinda un plus para posicionar el producto en el mercado taiwanés.

Por lo tanto, la importación de este producto debe realizarse en concordancia con las regulaciones vigentes para la importación de productos alimenticios promulgadas por el Ministerio de Salud.

Toda importación queda sujeta a la posibilidad de inspección al momento de su desaduanamiento, la cual es realizada por el Ministerio de Economía, pero se tiene claro que solo un porcentaje pequeño de las importaciones (aproximadamente el 2%) son seleccionadas para inspección sanitaria.<sup>56</sup>

### **b) Normas de etiquetado**

El etiquetado que se exige para frutas secas y deshidratadas en Taiwán, para uso industrial es mucho más sencilla que la que se exige para consumo directo.

No obstante, en ambos casos, esta información debe estar expresada en idioma local (chino-mandarín tradicional).

Para uso industrial, se requiere que la etiqueta tenga al menos la siguiente información: Nombre del producto y fecha de validez. Fecha de producción y periodo de conserva son optativos.

Para consumo directo la etiqueta debe contener la siguiente información:

1. Nombre del producto
2. Nombre, peso, y volumen (cantidad) de los ingredientes. Si hay más de un tipo de ingrediente, se exige información de cada uno de ellos.
3. Nombre de aditivos aplicado.
4. Nombre, número del teléfono, y dirección de la compañía productora. Se exige incluir además el nombre, número de teléfono, y dirección de la empresa responsable local.
5. Fecha de caducidad. Fecha de producción y periodo de duración del producto son optativos.
6. País de origen e información de nutrientes.<sup>57</sup>

### **c) Principales medios de comercialización y distribución**

Como se sabe, los canales de distribución son diferentes y esto depende de la naturaleza al que será destinado el producto.

Para uso industrial se incluye panaderías y fabricas de procesamiento, mientras para consumo directo el canal es más corto.

Habitualmente las importaciones las realiza un importador, quien solo se dedica a la importación. La distribución posterior las realizan los mayoristas.

Pero para conocer más el mercado asiático, se debe de saber que la comercialización de los frutos secos se realizan principalmente con:

---

<sup>56</sup> Department of Health <http://www.doh.gov.tw>

<sup>57</sup> <http://food.doh.gov.tw/FoodNew/MenuThird.aspx?LanguageType=2&SecondMenuID=5&ThirdMenuID=187>

- **Mayoristas:** Abastecen a las panaderías en caso de productos para uso industrial, mientras para consumo directo abastecen a los mercados tradicionales.
- **Procesadores:** Estos son los que compran mayor volumen de producto, para reempaquetar en pequeña cantidad, normalmente se utiliza presentación atractiva con la marca propia.
- **Fábricas y panaderías grandes:** En este caso la demanda es para uso industrial propio.
- **Cadena de supermercados e hipermercados:** Este se compra para el consumo directo, con envase pequeño y fino, pero precio es más alto.
- **Internet:** Es un canal relativamente importante, especialmente para las frutas secas de precio alto, con presentación fina.

#### **d) Forma de consumo de la fruta deshidratada en Taiwán**

Aunque el consumo a granel todavía tiene un gran auge la venta en pequeñas bolsitas en una buena opción en distribuidoras al detalle. Este producto también puede ser ofrecido en las pequeñas tiendas, así como en las grandes cadenas de supermercados.

La fruta deshidratadas es consumida en pasteles, por ello hay un gran interés de las pastelerías en este producto, además es consumida en restaurantes; donde el grupo de consumidores que consume más frutas seca son mujeres, especialmente de mayor de 30 años, quienes poseen una mayor capacidad económica y están dispuestas a gastar dinero en cuidar la salud.

Las frutas secas se consumen tanto en forma directa como en forma industrial.

Normalmente para uso industrial la calidad es inferior que la de uso directo, reflejándose así en un precio inferior, también (La calidad se refiere al tamaño, forma, el nivel de dulzura, grado de humedad).

En la actualidad la mayoría de las frutas secas y deshidratadas están destinadas al uso industrial, pero se encuentra cada vez más la demanda para el consumo directo.

Para concluir se puede decir, que el consumidor taiwanés tiene un gran interés en aquellos productos naturales que no dañen su salud y que les ayude a mantener el buen estado de ésta.

El consumo de productos naturales se ha vuelto muy importante, por tal motivo la fruta deshidratada tiene un gran potencial para ser exportada a este país, actualmente países como Chile ya exporta frutas deshidratadas y han encontrado un segmento de mercado para éste producto.

### **3.7. NIVEL DE APROVECHAMIENTO DE LAS RELACIONES COMERCIALES CON TAIWAN EN EL SECTOR INDUSTRIAL Y COMERCIAL SALVADOREÑO.**

El sector industrial se ha visto beneficiado por el TLC con Taiwán, porque de ese país se obtiene maquinaria, materia prima y además productos como el azúcar han incrementado su exportación a ese país.

En cuanto el comercio, ha registrado beneficios pero son menos percibidos por los comerciantes que con frecuencia tienden a confundir los productos taiwaneses con los chinos.

### 3.7.1 ¿Cómo aprovechar el Tratado de Libre Comercio con Taiwán?

Como en la actualidad el Tratado de Libre Comercio con Taiwán no se está aprovechando se ha dado un enfoque en el marketing mix para determinar formas que contribuyan a aprovechar al máximo todas las oportunidades.

**PRODUCTO:** Conocer que es lo que buscan y prefieren los consumidores taiwaneses y de esa forma mejorar los estándares de calidad de los productos salvadoreños a través de procesos productivos certificados por las ISO, de igual forma adecuar la imagen de los productos acorde a las exigencias de la cultura asiática, tomando en cuenta las normas de presentación y etiquetado.

**PLAZA:** Los productos salvadoreños actualmente no cuentan con los canales de distribución adecuados que les facilite llegar apropiadamente a su mercado objetivo. Para fortalecer esta debilidad se deben de hacer uso de los estudios de mercado que actualmente países como Taiwán ofrecen a El Salvador.

Una vez determinado los canales de distribución más adecuados se podrán dirigir de mejor manera los esfuerzos mercadológicos que ayudaran a conocer donde los consumidores taiwaneses prefieren adquirir los productos salvadoreños.

Además se debe de aprovechar que Taiwán ofrece el apoyo a El Salvador para ser utilizado como centro logístico y llegar de esta manera a otros mercados Asiáticos como Japón

Crear alianzas estratégicas con empresas distribuidoras taiwanesas que faciliten el acercamiento de productos salvadoreños a consumidores taiwaneses, mediante la elaboración de una base de datos de potenciales empresarios en Taiwán interesados en importar y comercializar marcas salvadoreñas.

Para aprovechar las oportunidades que Taiwán da se puede entrar por medio del importador, es decir que, el importador lleva el producto a Taiwán y él decide el canal que más le beneficie al producto.

**PROMOCION:** Uno de los apoyos que ofrece Taiwán es la promoción a productos salvadoreños cuando estos ingresan a la nación taiwanesa, pero para ello El Salvador debe de cumplir con constantes niveles de exportación, dado que en la balanza comercial se observa que no todos los años se exporta la misma cantidad e incluso ciertos años se deja de exportar determinados productos.

**PRECIO:** se deben utilizar los estudios del consumidor taiwanés para conocer que productos son los más demandados y en base a esto fijar los precios. Considerando que una gran parte de las exportaciones a

Taiwán son productos de la agroindustria se recomienda establecer precios diferenciados en el mercado porque el consumidor taiwanés tiene un gran interés en este tipo de productos así como también, en aquellos productos que contribuyen a mantener la salud y la belleza.

### **3.8 POSICIONAMIENTO DE LA REPUBLICA DE CHINA A NIVEL MUNDIAL**

#### **3.8.1 Economía**

La República Popular China es actualmente la segunda economía del mundo, detrás de Estados Unidos, pero se estima que en veinte años estará disputando el primer lugar.

Actualmente China ocupa el puesto 26° en el Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial de 2011-2012, la posición 91° entre los países del Índice de Facilidades de Hacer Negocios (Ease of Doing Business Index) del Banco Mundial para el año 2012, y el puesto 101° en el Índice de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en el año 2011.

Si bien es el cuarto país más grande del mundo en cuanto a extensión territorial, sólo un 7% de su superficie es apta para la explotación agrícola. La población rural en China representa alrededor del 55% del total, y tiene un ingreso per cápita más de tres veces menor que la población urbana.

La economía de China se caracteriza por tener una estructura fundamentalmente industrial. La agricultura representa el 10% del PBI, la industria el 47% y los servicios un 43%.<sup>58</sup>

#### **3.8.2 Comercio de la República de China**

China ha firmado acuerdos comerciales de distintos alcances con ASEAN (2002), las Regiones Administrativas Especiales de Hong Kong (2002) y Macao (2003), Tailandia (2003), Chile (2006), Paquistán (2006), Nueva Zelanda (2008), Perú (2008), Singapur (2008) y Costa Rica (2010). Actualmente tiene abiertas negociaciones de acuerdos comerciales con Australia, la Unión Aduanera de África del Sur (SACU); el Consejo de Cooperación del Golfo (GCC), Islandia y Noruega.

Los diez principales productos que exporta China representan menos del 30% del valor total exportado, reflejando un alto grado de diversificación en la oferta exportable de China. En general, las ventas externas están concentradas en productos de alta tecnología. Las máquinas automáticas para procesamiento de datos son el principal producto de exportación representando el 8% del total. Le siguen en el ranking los aparatos de telefonía con una participación que alcanza casi el 7%.

---

<sup>58</sup> FMI y Banco Mundial

En lo que refiere a las importaciones, se observa un crecimiento del orden del 26% en el año 2011, alcanzando los US\$ 1.583.233 millones. A diferencia de lo que ocurre con las exportaciones, las compras externas de mercaderías de China desde el Resto del Mundo presentan un menor grado de diversificación, representando los diez principales productos más del 40% del total importado. Petróleo y sus derivados es la principal partida importada, seguida de circuitos integrados y micro estructuras electrónicas, con una participación en el total que ronda el 11% y 10% respectivamente.

### **3.8.3 Política Comercial**

La liberalización unilateral del comercio ha sido una política constante del gobierno de China en su proceso de reforma estructural de los últimos años, con el objetivo de introducir conocimientos y tecnología del exterior, y promover el desarrollo. Esto ha generado un crecimiento constante de las exportaciones y de las inversiones. Su ingreso a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 2001 ha revalidado dicha política con la consolidación de todo el universo arancelario y la creciente adaptación de la normativa comercial a los parámetros internacionales.

### **3.8.4 Otros aspectos de la política comercial**

A partir del año 2007 se aplicaron contingentes arancelarios a ocho categorías de productos: trigo, maíz, arroz, azúcar, lana, lana peinada, algodón y abonos químicos, parte importante de estos contingentes se asignan a empresas de comercio del Estado. Las importaciones de la mayor parte del petróleo crudo y elaborado, y el tabaco se realizan a través del Estado.

China ha venido adoptando medidas para poner a sus normas nacionales en conformidad con las normas internacionales. En cuanto al régimen de medidas sanitarias y fitosanitarias, que comprende un alto número de normas, sigue siendo muy complejo.

Por otro lado, China ha ido restringiendo las exportaciones de varios rubros. Diversas medidas como impuestos a las exportación, reducción de las desgravaciones de IVA a las exportaciones, prohibiciones a la exportación, así como licencias y contingentes a la misma, se han ido adoptando con el objeto de reducir las exportaciones de productos que utilizan grandes cantidades de recursos naturales y energía para disminuir las agresiones al medio ambiente, o para recortar el gran superávit de comercio que China tiene para disminuir sus conflictos comerciales con algunos países.

China mantendrá el nivel bajo de sus aranceles sobre los productos de importación en 2012 con el fin de promover el equilibrio comercial e impulsar la importación. El promedio de las tarifas impuestas sobre más de

730 categorías de artículos importados se situará en el 4,4 por ciento el próximo año, menos de la mitad que la media de los países más favorecidos bajo las reglas de la OMC.

Entre las mercancías importadas beneficiadas por los aranceles bajos se encuentran los productos energéticos como el carbón, el petróleo refinado, las tierras raras, los productos para fabricar equipos sofisticados y las piezas e instalaciones utilizadas en las industrias emergentes, como las cámaras de alta definición y las líneas de transmisión de alto voltaje. También figurarán en la lista los productos agrícolas, los artículos de consumo como las fórmulas para bebés y los productos de salud pública como vacunas y suero.

Además, en 2012 China mantendrá cuotas de importación sobre siete tipos de productos agrícolas y tres clases de fertilizantes químicos y los aranceles temporales sobre estos últimos que superen las cuotas se situarán en el 1 por ciento<sup>59</sup>.

### **3.8.5 Principales destinos y orígenes de las exportaciones e importaciones de China**

China exporta aproximadamente el 17% de su mercadería a Estados Unidos, e importa alrededor del 7% de sus compras totales, lo que lo convierte en su principal socio comercial.

Otros destinos relevantes de las exportaciones chinas son Hong Kong (13,9%), Japón (7,8%) y Corea del Sur (4,4%). En lo que respecta a las importaciones, China compra mayoritariamente en los países asiáticos, Japón (11,2%), Corea del Sur (9,3%) y Taiwán (7,2%). Cabe destacar que el principal socio comercial de China en América Latina es Brasil, representando el 3% del total importado por China, siendo Minerales de hierro el producto responsable del 50% de las ventas de Brasil a China.<sup>60</sup>

## **3.9 POSICIONAMIENTO DE EL SALVADOR A NIVEL MUNDIAL**

### **3.9.1 Economía**

En el primer trimestre de 2012 el Producto Interno Bruto (PIB) evolucionó favorablemente con un crecimiento similar a los registrados en el año precedente, la evolución de las actividades en general mantuvo una constante alrededor del resultado global. El Índice de Volumen de la Actividad Económica (IVAE), a mayo de 2012 permaneció con tendencia estacionada desde septiembre de 2011 y dicho comportamiento es afín al observado en el PIB trimestral. Asimismo, en las exportaciones se aprecia desaceleración a partir del segundo trimestre del 2012, mientras que el flujo de remesas familiares creció en el segundo trimestre de 2012 con respecto al de 2011, aunque en menor cuantía al registrado el año pasado respecto al 2010.

---

<sup>59</sup> [www.icex.es/](http://www.icex.es/)

<sup>60</sup> Global Trade Atlas

Actualmente El Salvador se encuentra el puesto 101 del Índice de Competitividad<sup>61</sup> En el Rankin de las ciudades de Latinoamérica para la atracción de inversión, San Salvador está ubicado en la posición 44, con clima de país Neutro y con potencial financiero bajo.<sup>62</sup>

### 3.9.2 Comercio

En la última década, El Salvador ha estrechado sus lazos de cooperación con sus principales socios comerciales. Como resultado de ese proceso de apertura comercial, ha puesto en vigencia Tratados de Libre Comercio con México, República Dominicana, Chile, Panamá Estados Unidos y Taiwán<sup>63</sup>.

### 3.9.3 Principales socios comerciales

Las exportaciones salvadoreñas se encuentran concentradas en dos grandes mercados: Estados Unidos, (principal socio comercial) y los países centroamericanos, especialmente Guatemala y Honduras. Por el lado del tipo de productos, las exportaciones tradicionales, dentro de las que se incluyen el café y el azúcar, su exportación se encuentra fuertemente correlacionada con los volúmenes anuales de producción y por los precios internacionales de referencia en los principales mercados internacionales. Durante 2012, los precios internacionales del café y del azúcar han experimentado caídas importantes respecto de los precios reportados en 2011 y, en el caso del café, por una reducción de la cosecha 2011-2012.

Por destino de exportaciones, a octubre de 2012, el 46.0% de las exportaciones fueron destinadas al mercado de los Estados Unidos, con US\$2,074.1 millones, lo que representó un incremento del 0.5% respecto del mismo período en 2011, en el marco del CAFTA-DR. Destaca el incremento del comercio intrarregional, en particular el incremento del comercio con Honduras, quienes se ubicaron como el segundo socio comercial de El Salvador con exportaciones por valor de US\$646.0 millones, con un incremento del 9.7% respecto de 2011, representando el 14.3% del total de las exportaciones.

Exportaciones en el sector de prendas de vestir

Sin duda alguna las maquilas es uno de los sectores económicos que más empleo genera y provee crecimiento económico.

El sector Textil y Confección juega un papel primordial en la economía del país, representando el 45% del total de exportaciones, 50% de la fuerza laboral (84,956 trabajadores reenumerados) y el 21.3% (\$852 millones de dólares) del valor total de producción de la industria de manufactura.

<sup>61</sup> <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>

<sup>62</sup> Rankin de las ciudades de Latinoamérica para la atracción de inversión

<sup>63</sup> Cámara Americana de Comercio de El Salvador

Dentro de la industria del sector textil se encuentran las prendas de vestir, confeccionadas por diversas empresas localizadas a lo largo del país, elaborando diversos tipos de prendas, de las que se puede decir que los más exportados son abrigos, suéteres de fibras sintéticas y telas sintéticas lo cual nos revela que esta industria esta sobresaliendo competitivamente y creando estrategias para la eliminación de las cuotas textiles para tomar ventaja y mejorar la posición de los mercados más atractivos para las exportaciones como lo es Estados Unidos, favoreciendo el incremento de la exportaciones.<sup>64</sup>

### **3.9.4 Política Comercial**

Los objetivos de política comercial del nuevo Gobierno de El Salvador son los siguientes: reducir la brecha comercial externa a través del apoyo a la inversión en la producción exportable de bienes; contribuir a la diversificación de los mercados de exportación; mejorar la capacidad de producción nacional haciéndola más competitiva en relación con los productos importados, a fin de disminuir la vulnerabilidad del país frente a cambios en el entorno económico mundial; y promover un comercio exterior que genere empleos y que contribuya a aumentar la productividad.

El Salvador comercia sobre todo con interlocutores comerciales con los que tiene acuerdos preferenciales. En 2008, dichos interlocutores recibieron casi el 90 por ciento de todas las exportaciones, y de ellos procedieron alrededor de dos tercios de las importaciones.

La legislación salvadoreña en materia de inversión extranjera garantiza la libertad de inversiones y el trato nacional a los inversionistas extranjeros, salvo en los sectores en los que existan limitaciones con arreglo a otras leyes; esto incluye el suministro de servicios "a pequeña escala", que es patrimonio exclusivo de los salvadoreños por nacimiento y de naturales de países centroamericanos, y la propiedad de bienes raíces rústicos, que no puede ser adquirida por extranjeros en cuyos países de origen no tengan iguales derechos los salvadoreños<sup>65</sup>.

### **3.9.5 Industria**

La industria en El Salvador es un sector importante dentro de la economía nacional, por su capacidad de generar miles de empleos, recursos al estado, exportaciones, y dinamizar otros sectores que están íntimamente encadenados a la industria.

La industria salvadoreña prácticamente está compuesta por las siguientes ramas :

---

<sup>64</sup> Informe de Cafta

<http://www.exporta.gob.sv/wfDirectorioDocumentos.aspx?categoria=44> [consultado el 20/10/2009]

<sup>65</sup> Examen de Política Comercial OMC

1. Alimentos y bebidas: Son aproximadamente 72 empresas dedicadas a este sector industrial que forman parte de la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI).
2. Textil, confección, calzado y accesorios de cuero sintético: Aproximadamente 42 empresas están registradas en la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI), formando el sector industrial de textil, confección, calzado y accesorios de cuero sintético. De estas la gran mayoría se dedican a la actividad textil y de confección.
3. Químico farmacéutico: según la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI), 23 empresas forman parte del sector dedicado a la actividad química farmacéutica.
4. Papel y cartón: 26 entidades son las encargadas de producir papel y cartón en El Salvador según la lista de empresas que forman parte de la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI).
5. Plástico y fibra de vidrio: La Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI), registra 16 empresas que forman parte de la industria de plástico y fibra de vidrio.
6. Industria metalmecánica: según la lista encontrada en el sitio web Trade de El Salvador, las empresas de industria de metal mecánica son aproximadamente 12, de estas, algunas se dedican a la fabricación de productos para la construcción, metal mecánica y productos de metal. Estas 12 empresas son las que se encuentran en el catalogo de exportadores de este sector en El Salvador.

El reto de la industria salvadoreña es incrementar la competencia a través de la productividad porque la industria se enfrenta a la gran cantidad de productos importados a bajos precios a los que deben hacerle frente y buscar estrategias que contribuyan a minimizar los costos para poder competir en el mercado.

Una de las principales limitantes en productividad es que una buena parte de las empresas del sector industrial no cuenta con capacidad instalada para suplir grandes pedidos.

### 3.9.6 Comparación de Indicadores

#### República de China

<b>INDICADORES BÁSICOS</b>		<b>Posición en el Comercio Exterior</b>	<b>Exportación</b>	<b>Importación</b>
Población(miles de habitantes, 2011)	1,344,130	Mercancías	1	2
PIB (Millones de UDS corriente 2011)	7,298,097	Excluidos intra-UE	2	3
PIB (Millones de UDS corriente PPA 2011)	11,347,459	Servicios Comerciales	4	3
Cuenta Corriente, Balanza (Millones de USD 2010)	305,370	Excluidos intra-UE	3	3
Comercio Percápita(Millones de USD 2011)	2,417			
Relación entre el comercio y el PIB(2011)	53.2			

#### El Salvador

<b>INDICADORES BÁSICOS</b>		<b>Posición en el Comercio Exterior</b>	<b>Exportación</b>	<b>Importación</b>
Población(miles de habitantes, 2011)	6,227	Mercancías	112	94
PIB (Millones de UDS corriente 2011)	23,054	Excluidos intra-UE	88	70
PIB (Millones de UDS corriente PPA 2011)	42,829	Servicios Comerciales	119	127
Cuenta Corriente, Balanza (Millones de USD 2010)	-1,223	Excluidos intra-UE	23	101
Comercio Percápita(Millones de USD 2011)	2,408			
Relación entre el comercio y el PIB(2011)	68.7			

Fuente: Elaboración del equipo en base a datos de La Organización Mundial del Comercio

### 3.10 CAPACIDAD EXPORTADORA DE EL SALVADOR

#### 3.10.1 Capacidad productiva

La producción salvadoreña depende principalmente de los siguientes sectores;

- Agricultura, caza, silvicultura y pesca
- Industria manufacturera y minas
- Construcción
- Servicios

Los cuales desde hace mucho tiempo no sean diversificado, para buscar nuevas fuentes de ingresos, si no que continúan dependiendo de factores externos como lo son las inversiones extranjeras, turismo, exportaciones centralizadas a un determinado socio como lo es Estados Unidos de América entre otras.

Esto es uno de los factores por los que año tras año dan resultados pocos satisfactorios en la economía, dado es el caso el año 2012 en el que se observó un debilitamiento económico, dominado por una reducción en las exportaciones, ocasionado principalmente por la incertidumbre fiscal Estadounidense y recesión Europea

#### 3.10.2 Capacidad instalada

El Salvador tiene como objetivo fundamental garantizar un espacio económico atractivo para la inversión extranjera. Por lo se ha inscrito Acuerdos Bilaterales con diversos países, lo que le ofrece oportunidades para continuar expandiéndose a nivel internacional y de esa forma obtener mayores ingresos que ayudaran a mejorar la situación económica actual.<sup>66</sup>

Pero para ello deberá concentrar un mayor esfuerzo en los sectores productivos del país, mejorando la calidad de los productos y reduciendo los costos de producción de los productores salvadoreños.

En El salvador el 80% (1,419) del total de empresas exportadoras son MIPYME, generando el 34.6% del total de las exportaciones. En cambio, el 20% restante (354) de empresas son grandes y generan 65.4% del total exportado.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Cámara de Comercio de El Salvador

<sup>67</sup> [www.proesa.gob.sv](http://www.proesa.gob.sv)

Tamaño	Número de Empresas
Micro	558
Pequeña	657
Mediana	204
Grande	354
<b>Total</b>	<b>1,773</b>

*Fuente: Aduana de El Salvador*

Para que exista una mayor capacidad instalada en las empresas salvadoreñas es necesario un doble esfuerzo por parte del gobierno y por las propias empresas, principalmente las micro, pequeñas y medianas, debido a que son ellas las que se ven en mayores dificultades al momento de buscar nuevos mercados donde incursionar. En El Salvador la actual capacidad instalada no es la suficiente para cubrir las demandas que le generan sus socios comerciales, el más claro ejemplo es que la mayoría de nuestra producción y exportaciones son destinadas a los países Centroamericanos, a Estados Unidos y Europa que últimamente está representando un destino de productos salvadoreños considerable, mientras que países como Taiwán con el que se mantiene un Tratado de Libre Comercio se ve desabastecido, porque no se tiene la capacidad de cubrir la demanda que este representa.

### 3.11 BARRERAS COMERCIALES Y POLITICAS SALVADOREÑAS.

El Salvador para poder ingresar a mercados internacionales se encuentra con barreras generadas por diversos factores, entre los factores que limitan el comercio se encuentran los siguientes<sup>68</sup>:

- Costos de producción elevados por el bajo volumen de producción
- Bajo nivel de exportación
- Las barreras administrativas, desde trámites aduaneros complejos que retrasan y encarecen los movimientos de mercancías, hasta sofisticadas normas sanitarias y de calidad.
- Limitadas ayudas financieras a la producción y exportación salvadoreña.
- Poca ventaja competitiva a nivel internacional
- Elevados costos de fletes o transporte
- Aranceles
- Poca diversificación de productos salvadoreños para ingresar a nuevos mercados
- Industria y Comercio poco informado sobre las oportunidades que representa los países extranjeros
- Bajos niveles tecnológicos y de innovación en los procesos de producción
- Poca inversión extranjera, entre otras.

<sup>68</sup> <http://www.camarasal.com>

Estas son algunas barreras comerciales que posee internamente El Salvador, frenando las oportunidades de ser un país más competitivo a nivel internacional.

El Salvador como muchos líderes políticos lo mencionan tiene gran potencial para ingresar a nuevos mercados, como lo son los países de Asia, debido a que en los últimos años están tomando más importancia en el entorno económico mundial, pero para ello es necesario, buscar diferentes caminos que permitan eliminar las barreras comerciales que se tienen, tal y como lo han hecho países como Chile y Costa Rica, que por medio de la liberación de mercado, la transparencia, y la responsabilidad fiscal, han experimentado una amplia transformación durante el último cuarto de siglo. La apertura hacia el comercio y las inversiones, junto con la estabilidad institucional han dado fruto a un elogiado modelo económico.

### **3.12 BARRERAS POLITICAS**

Existen otras barreras que deben ser tomadas en cuenta para realizar un acuerdo de Libre Comercio con la República de China, como lo son las barreras políticas, que están relacionadas con las decisiones, leyes o reglamentos impuestos por los Gobiernos de cada país.

El comercio no entiende de ideologías, por lo que siempre trata de estrechar vínculos, como es el caso de El Salvador con China, que a pesar de que ambas naciones no poseen relaciones diplomáticas siempre se busca la existencia de un acercamiento comercial.

La razón es porque la República Popular China (conocida como China continental o comunista) se niega a mantener relaciones diplomáticas con países que reconozcan al gobierno de Taiwán, que mantiene un gobierno separado y “rebelde” de Pekín desde 1949.<sup>69</sup>

Hasta el año 2011 China Popular mantiene relaciones con más de 190 países, mientras que Taiwán sólo con 23. Entre ellos El Salvador, y varios países centroamericanos.

El presidente de la Sociedad de Amistad con China-El Salvador, Manuel Flores, sostiene que El Salvador no debe inmiscuirse en problemas ajenos y que debe facilitar el desarrollo económico del país a través de relaciones comerciales con naciones que tengan qué ofrecer, independientemente del signo ideológico.

#### **3.12.1 El Salvador y Taiwán**

La mayor parte de países centroamericanos prefieren conservar sus vínculos diplomáticos con Taiwán en lugar de China, incluso, pese que Costa Rica rompió sus relaciones para buscar beneficios comerciales con el gigante asiático.

---

China se opone a que otros países reconozcan a Taiwán como una nación independiente, pues afirma que la isla es parte de su territorio. Así es reconocido por la mayoría de las naciones del mundo. Taiwán es uno de los principales cooperantes de El Salvador, a través de asistencia técnica, sobre todo en la agricultura; ha entregado becas a estudiantes, intercambios deportivos y culturales, sin olvidar las donaciones.<sup>70</sup>

### **3.12.2 El Salvador y China**

La República de China también a realizado contribuciones al país salvadoreño, dado es el caso, la realización de exposiciones comerciales, las que generan expectativas, debido a que asisten empresas provenientes de ciudades y provincias como Pekín, Tiajin, Heilongjian, Liaoning, Fujian, con la exposición de maquinaria de construcción y agrícola, vehículos, electrodomésticos, entre otros. Todo esto con el propósito de fomentar intercambio económico y ampliar la cooperación en diferentes áreas, como también para el conocimiento mutuo entre los sectores comerciales de la República de China y Centroamericanos<sup>71</sup>.

Pero además de todo ello, debemos de recordar que la República de China no realiza Tratados de Libre Comercio con países que han reconocido a Taiwán como país independiente, como es el caso de El Salvador, aunado a todo esto se encuentra la situación en la que las relaciones políticas entre Taiwán y la República de China se encuentran en un período de acuerdos y respeto entre ambas naciones, significando, que la lucha por tener y quitarse socios comerciales esta en un momento estático, en los que no aceptan realizar Tratados de Libre Comercio con países que son socios comerciales de su contra parte, todo con el objetivo de continuar con las pacíficas relaciones políticas actuales. Por lo tanto si El Salvador por realizar un Tratado de Libre Comercio con la República de China, rompiese relaciones comerciales con Taiwán no sería el mejor actuar, debido a que se quedaría sin relaciones comerciales con Taiwán y sin Tratado de Libre Comercio con la República de China<sup>72</sup>.

### **3.13 ATRACTIVO COMERCIAL EL SALVADOR PARA CHINA**

El Salvador es un país subdesarrollado, dedicado a actividades como la agricultura, las maquilas entre otros. En el ranking mundial de exportaciones, El Salvador es el número 112 y en importaciones el número 94; para el 2012, El Salvador exportó un total de \$ 4,504.1 millones, entre los principales productos de exportación se encuentran los no tradicionales que para el 2012 representaron el 70.4 de las exportaciones, el principal destino fue la región centroamericana, los productos no tradicionales que más se exportaron para el 2012 son: camisetas de algodón, medias de algodón, papel higiénico y esbozo para envase.

---

<sup>70</sup> Análisis hecho por el grupo de trabajo en base a entrevistas hechas al Ministro de Relaciones Exteriores Salvadoreñas

<sup>71</sup> Análisis hecho por el grupo de trabajo en base a entrevista realizada al jefe de la delegación de la Exposiciones Comerciales de la República China, (Zhao Zhenge)

<sup>72</sup> Análisis hecho por el grupo de trabajo en basado en la entrevista al consejero del embajador Costarricense.

Los cinco principales sectores de exportación de la economía salvadoreña en términos de valor son: confección (US\$959.5 millones), agro/agroindustria alimentaria y no alimentaria (US\$320.0 millones), alimentos, bebidas, tabaco y sucedáneos (US\$316.6 millones), materiales plásticos y de caucho (US\$253.6 millones), y metalmecánica (US\$240.7 millones); en su conjunto exportaron el 65.9% del total de exportaciones no tradicionales<sup>73</sup>.

Productos como el café, atunes, miel, azúcar entre otros son destacados en las exportaciones que se realizan.

Estos productos generan atractivos para países como China, que debido a su gran número de personas los productos alimenticios son de mucho interés. China se prepara para una posible escases de alimento, por ello surge un interés en importar estos productos.

China es un país desarrollado que tiene una alta producción de una gran gama de productos que satisface un buen porcentaje de la demanda mundial.

Muchos productos de contenido tecnológico son fabricados en este país, pero aunque tienen una gran producción no pueden satisfacer la gran demanda alimenticia, por ello surge un fuerte interés en productos alimenticios<sup>74</sup>.

El salvador puede ser atractivo para China por la producción de la agroindustria alimentaria, siendo este sector uno de los que más ingresos representan para el país, solo después del sector confección.

Según Álvaro Piedra, Gerente de Promoción Comercial de PROCOMER, basados en su experiencia con el país asiático el mercado chino es muy atractivo porque se trata de un mercado creciente que requiere de la importación de materias primas. De manera similar, la alta solvencia económica de los consumidores de las ciudades costeras y, cada vez más del interior del país, convierten a China en un mercado atractivo no sólo para Costa Rica, sino también para un mundo que anda en busca de mercados atractivos ante la lenta recuperación de los Estados Unidos y la incertidumbre en Europa.

China posee una población de más de 1 300 millones de personas que, año a año, incrementan sus ingresos y comienzan a conformar una clase media pujante, lo que implica una demanda potencial.

Algunos productos que actualmente tienen mayor oportunidad de venderse en ese mercado son los destinados a la industria.

---

<sup>73</sup> Informe de Comercio Internacional 2012, Banco Central de Reservas.

<sup>74</sup> <http://www.elmundofinanciero.com/noticia/4395/Exterior/Que-productos-importa-China?.html>

Otro sector que también podría beneficiarse es el agropecuario, que actualmente experimenta una creciente demanda y cuya oferta interna no da abasto.<sup>75</sup>

### **3.14 ATRACTIVO COMERCIAL DE CHINA PARA EL SALVADOR**

La República de China es el exportador número 1<sup>76</sup>, por la producción a gran escala y sus bajos costos los productos chinos se encuentran en la mayoría de mercados del mundo.

El desarrollo de productos tecnológicos genera interés principalmente en países subdesarrollados, no obstante, países como Japón también importa productos tecnológicos de China.

El mercado Chino es uno de los más atractivos a nivel mundial por la demanda que sus 1.300 millones de habitantes genera, esto representa una gran oportunidad para los países interesados en descubrir dicho mercado, a pesar de las diversas barreras comerciales y culturales que este mercado posee.

La creciente demanda china, derivada del acelerado avance hacia una mayor urbanización, sumado a una frontera agrícola limitada e insuficiente para cultivar y producir al ritmo de su pujante clase media podría transformar a la República de China en el mayor importador mundial de productos agropecuarios en la presente década, convirtiéndose así, en uno de los mercados más atractivos para los países en desarrollo con vocación agropecuaria como El Salvador. Algunos productos del agro que actualmente China está demandando son: cereales, algodón, azúcar y carne de bovino.

En el año 2011 las importaciones chinas de productos agropecuarios mostraron un considerable crecimiento, esto se produjo como resultado de la política oficial de Beijing de incrementar las reservas estatales agropecuarias para enfriar la amenazante inflación de alimentos, debido a la gran población de esta nación es común que exista gran demanda de alimentos.

## **BIBLIOGRAFIA**

---

<sup>75</sup> <http://www.crhoy.com/productos-ticos-conquistan-china/>

<sup>76</sup> Organización Mundial del Comercio

- ✓ <http://www.crhoy.com/productos-ticos-conquistan-china/>
- ✓ Organización Mundial del Comercio
- ✓ Informe de Comercio Internacional 2012, Banco Central de Reservas.
- ✓ <http://www.elmundofinanciero.com/noticia/4395/Exterior/Que-productos-importa-China?.html>
- ✓ <http://www.camarasal.com>
- ✓ [www.proesa.gob.sv](http://www.proesa.gob.sv)
- ✓ Informe de Cafta
- ✓ <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>
  
- ✓ Rankin de las ciudades de Latinoamérica para la atracción de inversión
- ✓ Cámara Americana de Comercio de El Salvador
  
- ✓ [www.icex.es/](http://www.icex.es/)
- ✓ Global Trade Atlas
  
- ✓ FMI y Banco Mundial
- ✓ Department of Health <http://www.doh.gov.tw>
- ✓ <http://food.doh.gov.tw/FoodNew/MenuThird.aspx?LanguageType=2&SecondMenuID=5&ThirdMenuID=187>
- ✓ Documento explicativo de la producción de frutos secos. <http://www.fiagro.org.sv>
- ✓ Central Intelligence Agency (CIA)
- ✓ Javier Rebatta Nieto, especialista en inteligencia de mercado “Oportunidades en China” marzo 2011
- ✓ Idem
- ✓ [http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin\\_america/newsid\\_6729000/6729287.stm](http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_6729000/6729287.stm)
- ✓ <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/06/07/internacional/1181174880.html>
- ✓ Documento Explicativo TLC Costa Rica-China
- ✓ Datos obtenidos de la pagina web de PROCOMER
- ✓ Tesis sobre la evolución del comercio en El Salvador, Biblioteca virtual de la Universidad Francisco Gavidia <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/658.87-C314d/658.87-C314d-Capitulo%20I.pdf>
- ✓ Provincia es cada una una de las grandes divisiones de un territorio o Estado, sujeto a una autoridad administrativa.
  
- ✓ Informe del Ministerio de Economía de El Salvador “Propuesta de Política Industrial de El Salvador”
- ✓ Página web: Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI)

- ✓ Documento de TLC EL Salvador Taiwán
- ✓ Informe de la Dirección de Administración de Tratados Comerciales (DATCO)
- ✓ Brand Salvador Osvaldo. Diccionario de Economía, Plaza y Janes Editoriales
  
- ✓ [www.camarasal.com](http://www.camarasal.com)
- ✓ <http://www.minec.gob.sv>
- ✓ [www.anep.org.sv](http://www.anep.org.sv)
- ✓ [www.asi.com.sv](http://www.asi.com.sv)
  
- ✓ <http://www.minec.gob.sv>
- ✓ [www.proesa.com.sv](http://www.proesa.com.sv)
- ✓ [www.exporta.gob.sv](http://www.exporta.gob.sv)
  
- ✓ Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE), Antecedentes del Mercado Común Centroamericano.
- ✓ Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE), <http://www.sice.oas.org>
- ✓ EENI, The Global Business School, <http://www.reingex.com>
- ✓ EENI, The Global Business School, <http://www.reingex.com>
- ✓ Sistema de Información de Comercio Exterior (SICE), <http://www.sice.oas.org>
  
- ✓ SICE (Sistema de información sobre comercio exterior) (<http://www.sice.oas.org>)
- ✓ Ministerio de Comercio de la República Popular de China (<http://spanish.mofcom.gov.cn>)
- ✓ Página web de La Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional
- ✓ Página web de Agencia de Cooperación y de Información para el Comercio Internacional
- ✓ Página principal de la Unión Europea (<http://europa.eu>)
  
- ✓ Pagina web de La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
- ✓ Página web del Fondo Monetario Internacional
- ✓ Página web del Banco Mundial
  
- ✓ Página web de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
- ✓ Pagina web de la Cámara de Comercio Internacional
  
- ✓ Saúl Weisleder. Tratado de Libre Comercio, Centroamérica-Estados Unidos, Proceso y resultados; Editorial universidad estatal a distancia; 7-8p.

## GLOSARIO

**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.

**GATT:** es la sigla 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.

**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.

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

**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.

**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.

**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.

**Socio comercial:** Países firmantes de un Tratado de Libre Comercio.

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

**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.

**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.

**Dirección de la Administración de Tratados Comerciales (DATCO):** Institución Gubernamental Salvadoreña que brinda capacitación en materia de arancelaria en el ámbito de los Tratados de Libre Comercio.

**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.

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

**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.

**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

**Comercio minorista:** actividad comercial desarrollada con el ánimo de lucro consistente en ofertar la venta de cualquier clase de artículos a los destinatarios finales de los mismos, los consumidores, utilizando o no un establecimiento.

**Comportamiento del consumidor:** Conducta que los consumidores muestran al buscar, comprar, usar, evaluar y desechar productos, servicios e ideas.

**Análisis PEST:** Análisis que identifica los factores del entorno general que van a afectar a las empresas (político, económico, social, tecnológico).

**Estrategias de mercado:** Esquema que contiene la determinación de los objetivos o propósitos de largo plazo de la empresa y los cursos de acción a seguir. Es la manera de organizar los recursos.

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

**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.

**Nación más favorecida:** La cláusula de la nación más favorecida establece la extensión automática de cualquier mejor tratamiento que se concederá o ya se ha concedido a una parte a todas las demás partes en un acuerdo de comercio internacional.

## Anexo N° 1: Cronología de la globalización

Época	Acontecimientos económicos	Acontecimientos políticos	Adelantos tecnológicos
Década de 1940	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación del Sistema de Bretton Woods, un nuevo sistema monetario internacional (1944-1971)</li> <li>- Establecimiento del GATT (1947), entra en vigor en enero de 1948</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundación de las Naciones Unidas (1945)</li> <li>- Inicio del Plan Marshall (1948-1957) programa para la recuperación de Europa</li> <li>- Fundación de la Organización europea de Cooperación Económica (1948)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Expansión de la producción de plásticos y productos de fibras (1940)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Unión Soviética establece el Consejo de Ayuda Mutua Económica (CAME) para la cooperación económica entre los países comunistas (1949-1991)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comienza el proceso de descolonización (1948-1962)</li> <li>- China se convierte en republica socialista en 1949</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Descubrimiento de grandes yacimientos petrolíferos en Oriente Medio, especialmente en Arabia Saudita (1948)</li> </ul>
Década de 1950	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En virtud del tratado de Roma se establece la Comunidad Europea (1957). La CE y la Asociación Europea de Libre Comercio (1959) están a favor de la Integración de Europa Occidental</li> <li>- Las principales monedas pasan a ser convertibles (1958-1964)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guerra de Corea (1950-1953)</li> <li>- Crisis de Suez (1956)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumenta en Europa y el Japón el uso del petróleo procedente del Oriente Medio</li> <li>- Toyota adopta el método de producción "justo a tiempo"</li> <li>- Aumento del uso de motores de reacción en el transporte aéreo (1957-1972)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundación de la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP)(1960)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proceso de descolonización en África (15 países de independizan entre 1958 y 1962)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primer viaje tripulado (Yuri Gagarin, 1961) y primer viaje tripulado a la luna (Neil Armstrong, 1969)</li> </ul>
Década de 1960	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo del mercado de eurodólares de Londres que contribuye al aumento de la liquidez internacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La construcción del muro de Berlín (1961) y la crisis de los misiles nucleares en Cuba (1962) ponen de manifiesto el duro enfrentamiento entre el Este y el Oeste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se ponen en venta por primera vez los circuitos integrados (1961)</li> <li>- Desarrollo de la producción de petróleo y gas en el mar</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ronda Kennedy, sexto periodo de sesiones del GATT (1964-1969)</li> <li>- La rápida expansión del uso de automóviles y la construcción de carreteras en el hemisferio norte acelera la demanda de combustibles y la sustitución del carbón por el petróleo como combustible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Revolución Verde transforma la producción agrícola en los países en desarrollo</li> <li>- Se inaugura en 1964 la primera línea del sistema de trenes de alta velocidad (shinkansen) del Japón</li> <li>- Se inaugura el túnel de carretera del Mont Blanc (1965)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Revolución Verde transforma la producción agrícola en los países en desarrollo</li> <li>- Se inaugura en 1964 la primera línea del sistema de trenes de alta velocidad (shinkansen) del Japón</li> <li>- Se inaugura el túnel de carretera del Mont Blanc (1965)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los países de Asia Oriental asignan más importancia al desarrollo impulsado por las exportaciones que a la sustitución de importaciones en sus políticas comerciales</li> <li>- Se eliminan los últimos derechos de aduana en la CE (1968)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumenta el uso de contenedores en el transporte marítimo (a partir de 1968)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se inaugura en 1964 la primera línea del sistema de trenes de alta velocidad (shinkansen) del Japón</li> <li>- Se inaugura el túnel de carretera del Mont Blanc (1965)</li> </ul>
Década de 1970	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se abandona el patrón oro como base del tipo de cambio del dólar de los Estados Unidos (1971)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La guerra de Yom Kippur (1973) contribuye al brusco aumento del precio del petróleo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción del primer microprocesador de una sola placa (Intel 4004)(1971)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ronda de Tokyo del GATT (1973-1979)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumenta a nueve el número de miembros de la UE (1973)</li> </ul>	
Década de 1980	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los bruscos aumentos del precio del petróleo (1973-1974 y 1979) ponen fin a varios decenios de disminución de los precios reales del petróleo</li> <li>- Surgimiento de los países asiáticos recientemente industrializados</li> <li>- reforma económica de China (1978)</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bajo la dirección de P. Volckert la Reserva Federal pone inflación en los Estados Unidos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- IBM introduce la primera computadora personal (1981)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crisis de la deuda de los países en desarrollo</li> <li>- México inicia reformas en el mercado y se incorpora al GATT en 1986</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número de miembros de la UE aumenta a 12</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción de Microsoft Windows (1985)</li> </ul>

Década de 1990	- El Acuerdo del Louvre promueve la estabilización de los principales tipos de cambio (1987)	- Cae el muro de Berlín (1989)	
	- En 1991 se inicia el proceso de reforma económica en la India	- La disolución de la Unión Soviética (1991) conduce a la formación de 13 Estados independientes	- En 1994 se inaugura el Eurotúnel, que une al Reino Unido con el continente
	- Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) (1994)		- Aumenta el número de teléfonos móviles gracias a la introducción de redes de segunda generación (2G) que emplean la tecnología digital
	- Crisis financiera de Asia (1997)		- Radiolinja establece en Finlandia la primera red GSM de segunda generación (1991)
Década de 2000	- Se crea la OMC (1995) después de la Ronda Uruguay (1986-1994)		- Tim Berners-Lee crea World Wide Web (1989). Se establece el primer sitio Web en línea en 1991. El número de usuarios de internet llega a 300 millones en el año 2000
	- Once países europeos adoptan el euro (1999)	- Se firma el Tratado de Maastricht (título oficial: Tratado de la Unión Europea)(1992)	
	- Crisis de las empresa "punto com" (2001)		- Los buques de contenedores transportan más del 70% en valor de la carga comercial marítima
	China se incorpora a la OMC (2001)		- El número de usuarios de internet llega a 800 millones en 2005
	- Fin del Acuerdo Multifibras (se eliminan las restricciones cuantitativas a los textiles	- El número de miembros en la UE aumenta a 27	

**Fuente:** Informe de Fondo Monetario Internacional [http://: www.imf.org](http://www.imf.org)

## Anexo N° 2

CENTROAMÉRICA: PRINCIPALES DIEZ PRODUCTOS DE COMERCIO ENERO DE 2012* (Cifras en millones de US dólares)			
EXPORTACIONES FOB			
Capítulo	Descripción		Valor
09	Café, te; yerba mate y especias	352.5	7.9%
85	Maquinas; aparatos y material eléctrico; y sus partes	242.6	5.5%
08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos)	237.6	5.3%
17	Azúcares y artículos de confitería	201.7	4.5%
90	Instrumentos y aparatos de óptica; fotografía o cinematografía; instrumentos y aparatos médico quirúrgicos	93.9	2.1%
39	Plástico y su manufacturas	70.8	1.6%
71	Perlas finas (naturales) o cultivadas; piedras preciosas o semipreciosas; metales preciosos y manufacturas de estas materias	69.7	1.6%
61	Prendas y complementos (accesorios); de vestir	66.9	1.5%
48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa	62.1	1.4%
15	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento	57.3	1.3%
<b>Total 10 principales productos</b>		<b>1,455.1</b>	<b>63.4%</b>
<b>Total resto de productos</b>		<b>840.9</b>	<b>36.6%</b>
<b>Total</b>		<b>2,296.0</b>	<b>100%</b>
IMPORTACIONES CIF			
27	Combustibles minerales; aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ceras minerales	941.0	21.2%
85	Maquinas; aparatos y material eléctrico; y sus partes	500.8	11.3%
84	Reactores nucleares; calderas; maquinas, aparatos y artefactos mecánicos y partes de estas	352.7	7.9%
87	Vehículos automóviles; tractores; velocípedos y demás vehículos terrestres; sus partes y accesorios	261.3	5.9%
39	Plástico y sus manufacturas	228.2	5.1%
72	Fundición; hierro y acero	169.2	3.8%
30	Productos farmacéuticos	142.8	3.2%
48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa	136.0	3.1%
10	Cereales	93.7	2.1%
73	Manufacturas de fundición; hierro o acero	78.7	1.8%
<b>Total 10 principales productos</b>		<b>2,904.5</b>	<b>65.3%</b>
<b>Total resto de productos</b>		<b>1,542.5</b>	<b>34.7%</b>
<b>Total</b>		<b>4,446.9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Sistema de Estadísticas de Comercio de Centroamérica, SIECA.

p/ Cifras preliminares. Comercio de bienes, no incluye maquila o perfeccionamiento pasivo.

### Anexo N° 3: Exportaciones totales a Estados Unidos

	2008	2009	2010	2011	2012
PAIS	VALOR FOB US\$	VALOR FOB US\$	VALOR FOB US\$	VALOR FOB US\$	VALOR FOB US\$
Estados Unidos (U.S.A.)	2,240,255,040.99	1,796,104,201.26	2,161,140,029.69	2,425,389,372.00	800,565,702.46
<b>Totales</b>	2,240,255,040.99	1,796,104,201.26	2,161,140,029.69	2,425,389,372.00	800,565,702.46
<b>Crecimiento</b>		-20%	20%	12%	

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central de Reserva

### Anexo N° 4: Exportaciones totales a Chile

	2008	2009	2010	2011	2012
PAIS	VALOR FOB US\$				
Chile	17,540,037.70	7,504,531.77	9,420,784.33	30,194,660.49	28,992,245.41
<b>Totales</b>	17,540,037.70	7,504,531.77	9,420,784.33	30,194,660.49	28,992,245.41
<b>Crecimiento</b>		-57%	26%	221%	

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central de Reserva

### Anexo N° 5: Exportaciones a México

	2008	2009	2010	2011	2012
PAIS	VALOR FOB US\$				
México	46,928,778.31	55,148,492.59	71,900,745.23	81,694,209.89	26,604,329.77
<b>Totales</b>	46,928,778.31	55,148,492.59	71,900,745.23	81,694,209.89	26,604,329.77
<b>Crecimiento</b>		18%	30%	14%	

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central de Reserva

### Anexo N° 6: Exportaciones a República Dominicana

	2008	2009	2010	2011	2012
PAIS	VALOR FOB US\$				
Rep. Dominicana	62,501,563.16	67,150,172.97	83,952,662.61	67,911,931.01	22,178,062.20
<b>Totales</b>	62,501,563.16	67,150,172.97	83,952,662.61	67,911,931.01	22,178,062.20
<b>Crecimiento</b>		7%	25%	-19%	-67%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central de Reserva

### Anexo N° 7: Exportaciones a Panamá

	2008	2009	2010	2011	2012
PAIS	VALOR FOB US\$				
Panamá	125,389,021.18	110,859,830.83	102,357,639.84	109,140,413.36	37,830,202.83
Totales	125,389,021.18	110,859,830.83	102,357,639.84	109,140,413.36	37,830,202.83
Crecimiento	-12%	-8%	7%	-65%	

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central de Reserva

### Anexo N° 8: Exportaciones a Colombia

	2008	2009	2010	2011	2012
PAIS	VALOR FOB US\$				
Colombia	2,782,195.76	1,595,128.16	5,125,520.63	2,553,830.04	1,929,726.59
Totales	2,782,195.76	1,595,128.16	5,125,520.63	2,553,830.04	1,929,726.59
Crecimiento	-43%	221%	-50%	-24%	

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Banco Central de Reserva

### Anexo N° 9 Balanza Comercial El Salvador respecto a Taiwán 2008-2012

Valor en millones US\$

Año	Exportaciones (FOB)	Importaciones (CIF)	Intercambio comercial	Tasa (%)	Crecimiento de exportaciones
2008	8,016,321.24	119,206,739.35	-111190,418.10	-87.39	0%
2009	14,761,024.24	87,466,272.50	-72705,248.26	-71.12	84%
2010	14,683,639.92	98,417,984.05	-83734,344.13	-74.03	-1%
2011	33,355,038.17	141,007,889.08	-107652,850.80	-61.74	127%
2012*	4,113,059.92	54,148,050.33	-50034,990.41	-85.88	*- 88%
Total	74929,883.49	500246,935.30	-425317,851.70	-73.95	

Fuente: elaboración propia en base a datos del Banco Central de Reserva de El Salvador

\*Cifras preliminares primer trimestre

## Anexo N° 10

**Principales productos exportados a Taiwán  
Agrupados según código arancelario SAC**

		2008	2009	2010	2011	2012*	TOTAL
CODIGO ARANCELARIO		VALOR FOB US\$					
<b>17011300</b>	-- Azúcar de caña mencionado en la Nota 2 de subpartida de este Capítulo	0	11716,719.08	0	16187,489.92	0	27904,209.00
<b>7204</b>	Desperdicios y desechos (chatarra), de fundición, hierro o acero; lingotes de chatarra de hierro o acero	0	1514,879.32	7811,279.36	5523,748.70	662,748.60	15512,655.98
<b>1701</b>	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado solido	0	0	3172,468.53	2998,166.33	2008,667.02	8179,301.88
<b>72043000</b>	- Desperdicios y desechos, de hierro o acero estañados	6349,034.01	28,088.80	338,400.00	0	0	6715,522.81
<b>17031000</b>	- Melaza de caña	0	0	0	5007,900.00	0	5007,900.00
<b>76020000</b>	Desperdicios y desechos, de aluminio	671,606.19	0	1003,546.76	1745,186.35	637,089.08	4057,428.38
<b>23012010</b>	-- Harina de pescado	201,854.50	621,174.30	1303,083.50	339,423.80	276,272.90	2741,809.00
<b>47071000</b>	- De papel o cartón Kraft crudo o de papel o cartón corrugado	95,310.09	179,898.06	643,932.58	882,850.34	358,491.02	2160,482.09
<b>09011130</b>	- - - Café oro	463,773.75	485,100.46	109,666.22	381,324.26	0	1439,864.69
<b>39159000</b>	- De los demás plásticos	0	0	108,286.72	203,960.16	38,400.00	350,646.88

**Fuente:** Banco Central de Reserva de El Salvador

\*Cifras preliminares primer trimestre

## Anexo N° 11

### Costa Rica rompe relaciones con Taiwán

El presidente de Costa Rica, Oscar Arias, anunció que su país rompió relaciones con Taiwán para iniciar, desde el pasado 1 de junio, relaciones diplomáticas con China.

Según dijo Arias, Costa Rica necesita establecer lazos más estrechos con China para atraer la inversión extranjera.

Taiwán y China han sido gobernados de manera separada desde el fin de la guerra civil en 1949, y ambos compiten por obtener reconocimiento diplomático.

Tras el anuncio de Costa Rica, el ministro de Relaciones Exteriores de Taiwán, James Huang, presentó su dimisión.

### Provincia renegada

Costa Rica mantenía relaciones diplomáticas con Taiwán desde hace 60 años y era uno de los 25 aliados con los que contaba hasta ahora el gobierno de la isla.

China, que considera a Taiwán como una provincia renegada, se niega a mantener relaciones diplomáticas con aquellas naciones que reconocen a Taiwán.

En conferencia de prensa, el presidente de Costa Rica, Oscar Arias, agradeció a Taiwán "su solidaridad y cooperación", y afirmó que había tomado la decisión "pensando en todos los costarricenses".

"Hemos decidido normalizar nuestros vínculos con un país al que ya no podemos ignorar", aseguró el mandatario.

Arias explicó que su país y China firmaron el establecimiento de relaciones diplomáticas el pasado 1 de junio en Pekín, la capital china, durante una visita del canciller Bruno Stagno y del ministro de Hacienda, Guillermo Zúñiga, que no se dio a conocer a la prensa.

El presidente costarricense dijo que la decisión es un "acto de realismo elemental" y "un despertar a un contexto global" que reconoce a China como una de las economías más fuertes e importantes del mundo.

"Con esta decisión nos sumamos a los 168 estados miembros de las Naciones Unidas que han reconocido el principio de una sola China y que han reconocido diplomáticamente a la República Popular China", añadió Arias.

### Caso aislado

Por su parte, el canciller taiwanés, James Huang, anunció el fin de las relaciones con Costa Rica "de manera inmediata" así como de "todos los programas de cooperación".

Huang dijo que el de Costa Rica es un caso aislado, pese a que consideró que Taiwán debe ser cuidadoso para mantener sus relaciones diplomáticas con otros países.

"Le he pedido a nuestras embajadas que tomen precauciones contra cualquier presión que pueda ejercer los comunistas chinos", afirmó Huang. Según algunos analistas, Taiwán teme que la decisión de Costa Rica provoque que otras naciones latinoamericanas, como Nicaragua o Panamá, sigan sus pasos.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Fuente: <http://news.bbc.co.uk><sup>77</sup>

## Anexo N° 12

### **Costa Rica rompe con Taiwán y normaliza relaciones con China**

**El anuncio fue hecho por el presidente Oscar Arias durante una conferencia de prensa en San José.**

SAN JOSE/TAIPEI/PEKIN.- El gobierno de Costa Rica anunció hoy que decidió romper relaciones diplomáticas con Taiwán y normalizar sus nexos con China, incrementando así el aislamiento de Taipei que ahora es reconocido sólo por 24 países, en su mayoría pequeños.

El anuncio fue hecho por el presidente Oscar Arias durante una conferencia de prensa en San José. Arias dijo que la decisión fue tomada en función de los intereses de Costa Rica, dada la enorme importancia económica que representa China en el contexto mundial.

Tras darse a conocer la noticia, Taiwán cortó consiguientemente en la mañana del jueves sus lazos con esa nación centroamericana y condenó al mismo tiempo a China por "suprimir el espacio de Taiwán para las actividades internacionales".

En conferencia de prensa, el ministro de Relaciones Exteriores de Taiwán, James Huang, dijo que Taipéi lamenta profundamente la decisión de Costa Rica de reconocer la dictadura totalitaria de la China comunista y de anunciar el término de todos los lazos diplomáticos y proyectos de cooperación.

El hecho de que China suprima el espacio de actividades internacionales de Taiwán sólo profundizará la determinación del pueblo taiwanés de resguardar su libertad y su sistema democrático, afirmó.

"Usando las palabras de los chinos comunistas: donde hay opresión, hay rebelión. China nos puede reprimir por un tiempo, pero no para siempre", añadió el canciller, quien ofreció al presidente su renuncia a raíz de lo sucedido.

### **Acusan a Costa Rica de mentir**

Asimismo, acusó a las autoridades costarricenses de haber mentido acerca de sus planes de establecer lazos con China. "El ministro de Relaciones Exteriores de Costa Rica, Bruno Stagno, voló hacia Pekín el 29 de mayo y el 1 de junio firmó el documento sobre el establecimiento de lazos (con China), pero nos dijo que iba a visitar Estados Unidos", explicó.

En los últimos días, Stagno reiteró en repetidas ocasiones a Taiwán ("República de China") que no cortaría lazos diplomáticos con Taipéi.

"Sólo ante nuestras reiteradas preguntas, Bruno Stagno accedió a hablar con nosotros telefónicamente a las 4:00 (hora taiwanesa), para admitir que había abierto relaciones con China. También admitió que antes de que Oscar Arias, Premio Nobel de la Paz, fuera reelegido para un segundo mandato (...), Arias ya tenía la idea de abrir relaciones con China", dijo el funcionario taiwanés, calificando la actitud costarricense como "despreciable".

También China confirmó que el documento por el cual se establecieron relaciones con Costa Rica fue firmado el 1 de junio. Las partes acordaron que la noticia se difundiera recién el 7 de junio (noche del 6 de junio para Costa Rica).

"El gobierno de Costa Rica reconoce que hay una sola China en el mundo y que el gobierno de la República Popular de China es el único gobierno legítimo que representa a toda China. Taiwán es una parte inalienable del territorio chino", reza el comunicado, dado a conocer hoy en Pekín.

En efecto, la decisión de normalizar relaciones con Pekín se adoptó durante una visita, no anunciada en ningún momento por San José, de su canciller Stagno y el Ministro de Hacienda, Guillermo Zúñiga, a China. Stagno dijo que el gobierno de China giró además invitación a Arias para que visite esa nación en un futuro próximo.

### **Fin a 65 años de contactos**

La decisión costarricense puso fin a 65 años de nexos con Taipéi. Además, de esta forma Costa Rica se convierte en el primer país centroamericano que desconoce a Taiwán y acepta a China.

De los 24 países que reconocen actualmente a Taiwán, la mitad se encuentra en Latinoamérica y cuatro de ellos son centroamericanos - Panamá, El Salvador, Nicaragua y Honduras-, por lo cual analistas taiwaneses advirtieron ya sobre un posible efecto dominó.

El Salvador salió de inmediato al cruce de estos temores y en un comunicado oficial aseguró que mantendrá sus relaciones con Taiwán. "Tenemos 66 años de relaciones bilaterales armoniosas de amistad y de cooperación con ese país amigo y no hemos considerado romper nuestras relaciones diplomáticas", remarcó el canciller Francisco Laínez.

China considera a Taiwán una provincia rebelde, por lo cual Costa Rica no podía instalar relaciones con Pekín manteniendo las que sostenía con Taipéi.

De todas formas, Arias dijo que su país mantendrá "respetuosas" con Taiwán, que durante muchas décadas tuvo en Costa Rica a uno de sus principales aliados.

La cooperación, asistencia y donaciones para diversos proyectos, en especial obras de infraestructura, suministrada por los taiwaneses a Costa Rica fue cuantiosa. El último gran aporte de la isla fue la construcción de un enorme puente en la norteña provincia del Guanacaste, en el norte, que paradójicamente se llama "Puente de la Amistad".

Un primer indicio de un aparente cambio en la postura costarricense respecto a Taipei se dio en mayo, durante la votación en la Asamblea de la Organización Mundial de la Salud. En esa ocasión, Costa Rica se opuso a la alteración del orden de la agenda para discutir el acceso de Taiwán a ese organismo internacional.

En aquella ocasión autoridades de Taipéi reaccionaron con evidente molestia, al tiempo que expresaron su temor de que se avecinara una retirada del apoyo de Centroamérica a Taiwán. Arias dijo hoy que prefería no especular sobre el impacto de la decisión costarricense en el istmo.

### Habría un TLC

Arias explicó que las ventas actuales de productos costarricenses a China alcanzan los 1.000 millones de dólares anuales. Además, expuso la posibilidad incluso de suscribir un tratado de libre comercio con China.

"Es algo difícil de asimilar", dijo al preguntársele sobre la reacción de las autoridades de Taipei a la decisión costarricense. "Creo que las razones son demasiado evidentes, China es la economía emergente más exitosa del mundo, un país que como nunca antes en la historia en los últimos 25 años ha disminuido la pobreza de manera trepidante", señaló.

Asimismo, indicó que el potencial de inversiones chinas para Costa Rica "es muy grande". "China tiene una quinta parte de la población del mundo, no podemos olvidarnos de 1.300 millones de habitantes de China", añadió.

"La decisión ha sido por los mejores intereses de Costa Rica", puntualizó el mandatario. Stagno dijo que el gobierno costarricense dará un tiempo prudencial a Taiwán para que cierre su representación diplomática en San José.<sup>78</sup>

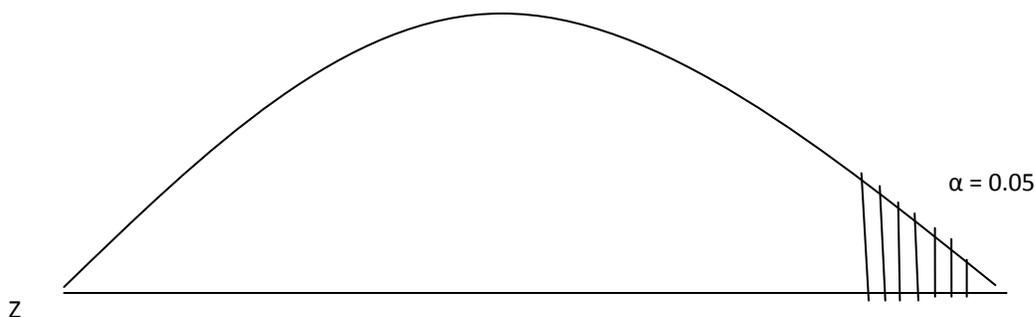
---

<sup>78</sup> Fuente: <http://www.elmundo.es>

## ANEXO N° 13

Determinación del valor del área bajo la curva (Z)

### Campana de Gauss



### Procedimiento para determinar el área bajo la curva (Z)

#### Datos:

Nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Nivel de confianza: 95%

Para obtener el valor que servirá para buscar en la tabla de distribución normal estándar, se debe de seguir el siguiente procedimiento:

1. El nivel de significancia se divide por dos, según la fórmula dada, para obtener el valor de 0.025  

$$\alpha/2 = 0.025$$

2. Luego este valor (0.025) se sustituye en la siguiente fórmula para obtener 0.97500

$$1-\alpha/2 \quad \longrightarrow \quad 1-0.025 = 0.97500$$

3. El dato que se obtuvo con la fórmula anterior (0.97500), es el valor que se buscará en la tabla de distribución normal estándar, proporcionada en la siguiente página.

$$Z(1-\alpha / 2) \quad \longrightarrow \quad Z(0.97500)$$

4. Para buscar el dato correspondiente a 0.97500 se deben de seguir los siguientes pasos:

- a) Ubicarse en la columna 2, que corresponde a c.grande (Z), la cual demuestra que el dato obtenido es positivo.
- b) Buscar dentro de la columna anteriormente mencionada el dato 0.97500, el cual dará paso al valor de  $Z=1.96$ . (Ver siguiente página)

5. Por lo tanto el valor del área bajo la curva que demuestra que se tiene un 95% de nivel de confianza es 1.96, el cual es que se sustituye en la fórmula para determinar la muestra.

## AREAS BAJO LA CURVA NORMAL ESTANDAR



<b>z</b>	c.chica (z)	c.grande (z)	área central	área (0 a z)	<b>z</b>	c.chica (z)	c.grande (z)	área central	área (0 a z)
<b>1,00</b>	0,15866	0,84134	0,68269	0,34134	<b>1,50</b>	0,06681	0,93319	0,86639	0,43319
<b>1,01</b>	0,15625	0,84375	0,68750	0,34375	<b>1,51</b>	0,06552	0,93448	0,86896	0,43448
<b>1,02</b>	0,15386	0,84614	0,69227	0,34614	<b>1,52</b>	0,06426	0,93574	0,87149	0,43574
<b>1,03</b>	0,15151	0,84849	0,69699	0,34849	<b>1,53</b>	0,06301	0,93699	0,87398	0,43699
<b>1,04</b>	0,14917	0,85083	0,70166	0,35083	<b>1,54</b>	0,06178	0,93822	0,87644	0,43822
<b>1,05</b>	0,14686	0,85314	0,70628	0,35314	<b>1,55</b>	0,06057	0,93943	0,87886	0,43943
<b>1,06</b>	0,14457	0,85543	0,71086	0,35543	<b>1,56</b>	0,05938	0,94062	0,88124	0,44062
<b>1,07</b>	0,14231	0,85769	0,71538	0,35769	<b>1,57</b>	0,05821	0,94179	0,88358	0,44179
<b>1,08</b>	0,14007	0,85993	0,71986	0,35993	<b>1,58</b>	0,05705	0,94295	0,88589	0,44295
<b>1,09</b>	0,13786	0,86214	0,72429	0,36214	<b>1,59</b>	0,05592	0,94408	0,88817	0,44408
<b>1,10</b>	0,13567	0,86433	0,72867	0,36433	<b>1,60</b>	0,05480	0,94520	0,89040	0,44520
<b>1,11</b>	0,13350	0,86650	0,73300	0,36650	<b>1,61</b>	0,05370	0,94630	0,89260	0,44630
<b>1,12</b>	0,13136	0,86864	0,73729	0,36864	<b>1,62</b>	0,05262	0,94738	0,89477	0,44738
<b>1,13</b>	0,12924	0,87076	0,74152	0,37076	<b>1,63</b>	0,05155	0,94845	0,89690	0,44845
<b>1,14</b>	0,12714	0,87286	0,74571	0,37286	<b>1,64</b>	0,05050	0,94950	0,89899	0,44950
<b>1,15</b>	0,12507	0,87493	0,74986	0,37493	<b>1,65</b>	0,04947	0,95053	0,90106	0,45053
<b>1,16</b>	0,12302	0,87698	0,75395	0,37698	<b>1,66</b>	0,04846	0,95154	0,90309	0,45154
<b>1,17</b>	0,12100	0,87900	0,75800	0,37900	<b>1,67</b>	0,04746	0,95254	0,90508	0,45254
<b>1,18</b>	0,11900	0,88100	0,76200	0,38100	<b>1,68</b>	0,04648	0,95352	0,90704	0,45352
<b>1,19</b>	0,11702	0,88298	0,76595	0,38298	<b>1,69</b>	0,04551	0,95449	0,90897	0,45449
<b>1,20</b>	0,11507	0,88493	0,76986	0,38493	<b>1,70</b>	0,04457	0,95543	0,91087	0,45543
<b>1,21</b>	0,11314	0,88686	0,77372	0,38686	<b>1,71</b>	0,04363	0,95637	0,91273	0,45637
<b>1,22</b>	0,11123	0,88877	0,77754	0,38877	<b>1,72</b>	0,04272	0,95728	0,91457	0,45728
<b>1,23</b>	0,10935	0,89065	0,78130	0,39065	<b>1,73</b>	0,04182	0,95818	0,91637	0,45818
<b>1,24</b>	0,10749	0,89251	0,78502	0,39251	<b>1,74</b>	0,04093	0,95907	0,91814	0,45907
<b>1,25</b>	0,10565	0,89435	0,78870	0,39435	<b>1,75</b>	0,04006	0,95994	0,91988	0,45994
<b>1,26</b>	0,10383	0,89617	0,79233	0,39617	<b>1,76</b>	0,03920	0,96080	0,92159	0,46080
<b>1,27</b>	0,10204	0,89796	0,79592	0,39796	<b>1,77</b>	0,03836	0,96164	0,92327	0,46164
<b>1,28</b>	0,10027	0,89973	0,79945	0,39973	<b>1,78</b>	0,03754	0,96246	0,92492	0,46246
<b>1,29</b>	0,09853	0,90147	0,80295	0,40147	<b>1,79</b>	0,03673	0,96327	0,92655	0,46327
<b>1,30</b>	0,09680	0,90320	0,80640	0,40320	<b>1,80</b>	0,03593	0,96407	0,92814	0,46407
<b>1,31</b>	0,09510	0,90490	0,80980	0,40490	<b>1,81</b>	0,03515	0,96485	0,92970	0,46485
<b>1,32</b>	0,09342	0,90658	0,81316	0,40658	<b>1,82</b>	0,03438	0,96562	0,93124	0,46562
<b>1,33</b>	0,09176	0,90824	0,81648	0,40824	<b>1,83</b>	0,03362	0,96638	0,93275	0,46638
<b>1,34</b>	0,09012	0,90988	0,81975	0,40988	<b>1,84</b>	0,03288	0,96712	0,93423	0,46712
<b>1,35</b>	0,08851	0,91149	0,82298	0,41149	<b>1,85</b>	0,03216	0,96784	0,93569	0,46784
<b>1,36</b>	0,08691	0,91309	0,82617	0,41309	<b>1,86</b>	0,03144	0,96856	0,93711	0,46856
<b>1,37</b>	0,08534	0,91466	0,82931	0,41466	<b>1,87</b>	0,03074	0,96926	0,93852	0,46926
<b>1,38</b>	0,08379	0,91621	0,83241	0,41621	<b>1,88</b>	0,03005	0,96995	0,93989	0,46995
<b>1,39</b>	0,08226	0,91774	0,83547	0,41774	<b>1,89</b>	0,02938	0,97062	0,94124	0,47062
<b>1,40</b>	0,08076	0,91924	0,83849	0,41924	<b>1,90</b>	0,02872	0,97128	0,94257	0,47128
<b>1,41</b>	0,07927	0,92073	0,84146	0,42073	<b>1,91</b>	0,02807	0,97193	0,94387	0,47193
<b>1,42</b>	0,07780	0,92220	0,84439	0,42220	<b>1,92</b>	0,02743	0,97257	0,94514	0,47257
<b>1,43</b>	0,07636	0,92364	0,84728	0,42364	<b>1,93</b>	0,02680	0,97320	0,94639	0,47320
<b>1,44</b>	0,07493	0,92507	0,85013	0,42507	<b>1,94</b>	0,02619	0,97381	0,94762	0,47381
<b>1,45</b>	0,07353	0,92647	0,85294	0,42647	<b>1,95</b>	0,02559	0,97441	0,94882	0,47441
<b>1,46</b>	0,07215	0,92785	0,85571	0,42785	<b>1,96</b>	0,02500	0,97500	0,95000	0,47500
<b>1,47</b>	0,07078	0,92922	0,85844	0,42922	<b>1,97</b>	0,02442	0,97558	0,95116	0,47558
<b>1,48</b>	0,06944	0,93056	0,86113	0,43056	<b>1,98</b>	0,02385	0,97615	0,95230	0,47615

## ANEXO N° 14



**Universidad de El Salvador**  
**Facultad de Ciencias Económicas**  
**Escuela de Mercadeo Internacional**



Estimado(a) señor(a)(ita)

Nosotras estudiantes egresadas de la carrera de mercadeo internacional de la Universidad de El Salvador, estamos realizando un estudio sobre el aprovechamiento del tratado de libre comercio de El Salvador con Taiwán y la incidencia al firmar un tratado comercial con la república de China, para realizar un análisis sobre el impacto de las relaciones comerciales de El Salvador con Taiwán en el sector industrial salvadoreño, razón por la cual solicitamos su colaboración, contestando de la forma más real posible las preguntas que se formulan, no omitimos manifestar que los resultados de esta investigación son para fines académicos, por lo que le garantizamos la confidencialidad de la información que usted nos proporcionará.

### ENCUESTA

Objetivo de la encuesta: Conocer el aprovechamiento del Tratado de Libre Comercio firmado con Taiwán en el año 2008, en la industria salvadoreña.

Indicaciones: Conteste las siguientes preguntas según lo que considere más conveniente.

1. ¿Exporta actualmente?

Si  No

Si su respuesta fue "si" por favor pase al pregunta numero "3"

2. ¿Cuáles son las causas por las que no exporta?

Poca capacidad instalada <input type="checkbox"/>	Recursos humanos limitados <input type="checkbox"/>
No conoce el proceso de exportación <input type="checkbox"/>	No ha identificado un mercado meta en el exterior <input type="checkbox"/>
El proceso de exportación es muy complicado <input type="checkbox"/>	No se cuenta con estudios o conocimiento sobre <input type="checkbox"/>
Recursos monetarios limitados <input type="checkbox"/>	otros mercados
	Otros (explique) _____

---

En la siguiente escala conteste las preguntas según el grado de importancia, desde nada importante a muy importante

1      2      3      4      5

Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Bastante importante
-----------------	-----------------	------------	----------------	---------------------

3. ¿Cuánto conoce sobre el proceso de exportación?					
4. ¿Qué tanto conoce sobre las instituciones que brindan asesoría a los exportadores salvadoreños?					
5. ¿Para usted que tan importante son las asesorías brindadas por instituciones gubernamentales y no gubernamentales a las empresas salvadoreñas?					
6. ¿Qué tan importante es para usted exportar?					

Si su respuesta en la pregunta número "2" fue "no" por favor pasar a la interrogante número "8"

7. ¿A qué países actualmente está exportando su empresa?

\_\_\_\_\_

8. ¿Qué productos exporta?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

En la siguiente escala conteste la pregunta según el grado de importancia, desde nada importante a muy importante

1 | 2 | 3 | 4 | 5

Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Bastante importante
-----------------	-----------------	------------	----------------	---------------------

9. ¿Según usted que tan importante son los Tratados de Libre Comercio para incentivar la industria salvadoreña?					
---	--	--	--	--	--

10. ¿Conoce los Tratados de Libre Comercio que El Salvador tiene a nivel mundial?

Si  No

11. ¿Cuáles de los siguientes Tratados de Libre Comercio usted conoce?

TLC República Dominicana  TLC Taiwán

TLC Colombia  TLC estados Unidos

TLC Panamá  TLC Chile

Si en unas de sus opciones marcó el Tratado de Libre Comercio con Taiwán continúe con la siguiente pregunta, de lo contrario hasta aquí llego la encuesta y agradecemos su colaboración.

12. ¿Qué tanto conoce sobre el Tratado de Libre Comercio de El Salvador con Taiwán?

Nada  Poco  Mucho  Bastante

13. ¿Conoce los beneficios que Taiwán ofrece a El Salvador?

Si  No

Si su respuesta fue si podría mencionar algunos beneficios, de lo contrario pase a la pregunta siguiente: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

14. ¿Se ve afectada su empresa con las importaciones provenientes de Taiwán?

Si  No  ¿Por qué?: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

15. ¿Según su empresa, que producto tiene potencial para ingresar a Taiwán?

\_\_\_\_\_

¿Por qué?: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

16. ¿Considera que la industria salvadoreña puede competir con los productos Taiwaneses?

Si  No  ¿Por qué?: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

En la siguiente escala conteste la pregunta según el grado de importancia, desde nada importante a muy importante

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Bastante importante
-----------------	-----------------	------------	----------------	---------------------

17. ¿Qué tanto le ha beneficiado a su empresa el Tratado de Libre Comercio de El Salvador con Taiwán?					
---	--	--	--	--	--

18. ¿Considera usted que realizar un Tratado de Libre Comercio con la República de China, afectaría a su empresa?

Si  No  ¿Por qué?: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_



China  Otros \_\_\_\_\_

Taiwán

En la siguiente escala conteste la pregunta según el grado de importancia, desde nada importante a muy importante

1      2      3      4      5

Nada importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Bastante importante
-----------------	-----------------	------------	----------------	---------------------

4. ¿Cuánto conoce sobre el proceso de exportación?					
5. ¿Qué tanto conoce sobre las instituciones que brindan asesoría a los importadores salvadoreños?					
6. ¿Para usted que tan importante son las asesorías brindadas por instituciones gubernamentales a los comerciantes salvadoreños?					
7. ¿Qué tan importante es para usted importar?					

8. ¿De qué países importa actualmente?

\_\_\_\_\_

9. ¿Conoce los Tratados de Libre Comercio que El Salvador tiene a nivel mundial?

Si  No

10. ¿Cuáles de los siguientes Tratados de Libre Comercio usted conoce?

TLC República Dominicana       TLC Taiwán   
 TLC Colombia       TLC estados Unidos   
 TLC Panamá       TLC Chile

Si en unas de sus opciones marcó el Tratado de Libre Comercio con Taiwán continúe con la siguiente pregunta, de lo contrario hasta aquí llego la encuesta y agradecemos su colaboración.

11. ¿Qué tanto conoce sobre el Tratado de Libre Comercio de El Salvador con Taiwán?

Nada  Poco  Mucho  Bastante

12. ¿Conoce los beneficios que Taiwán ofrece a El Salvador?

Si  No

Si su respuesta fue si podría mencionar algunos beneficios, de lo contrario pase a la pregunta siguiente: \_\_\_\_\_

13. ¿Se ve beneficiado su negocio con los productos importados desde Taiwán?

Si  No  ¿Por qué?: \_\_\_\_\_

14. ¿Según su criterio que productos taiwaneses tienen potencial para ingresar al mercado salvadoreño?

15. Marque con una "X" en la siguiente escala del 1 al 5 el producto que más vende en su negocio, siendo el número "1" el más vendido y el número "5" el menos vendido.

1 2 3 4 5

Productos chino					
Productos taiwanés					
Productos estadounidense					
Productos salvadoreños					
Otros					

16. Marque con una "X" en la siguiente escala del 1 al 5 el producto que le deja mayor margen de ganancia, siendo el número "1" el más vendido y el número "5" el menos vendido.

1 2 3 4 5

Productos chino					
Productos taiwanés					
Productos estadounidense					

Productos salvadoreños					
Otros					

17. ¿Qué productos prefiere vender?

Productos chino

Productos salvadoreños

Productos taiwanés

Productos estadounidense

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

18. ¿Si los productos chinos entrarán con un menor precio al mercado salvadoreño adquiriría más?

Si

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANEXO N° 16



Universidad de El Salvador

Facultad de Ciencias Económicas

Escuela de Mercadeo Internacional



## ENTREVISTA

Dirigida a: Representante de la embajada de Costa Rica.

Objetivo: Conocer el Tratado de Libre Comercio de Costa Rica con la República de China.

1. ¿Qué aspectos toma en cuenta Costa Rica para realizar un Tratado de Libre Comercio con otro país?
2. ¿Qué puede decirnos sobre las relaciones comerciales con países Asiáticos? ¿Son beneficiosas o no?
3. ¿Qué beneficios a tenido Costa Rica con respecto al Tratado de Libre Comercio con la república de China?
4. ¿Cuáles son las futuras perspectivas por las cuales Costa Rica a firmado el Tratado de Libre Comercio con la república de China?
5. ¿Cómo ha reaccionado el mercado costarricense con respecto a los productos provenientes de la república de China?
6. Con respecto a aranceles. ¿De qué manera Costa Rica ha sido impactada por la desgravación arancelaria dada a la república de China?
7. ¿Cuáles son los productos costarricenses con mayor potencial en el mercado Chino?
8. ¿Cómo Costa Rica protege su industria ante uno de los principales productores y exportadores a nivel mundial, como lo es a la república de china?

**¡Muchas gracias por su valiosa opinión!**

## ANEXO Nº 17



**Universidad de El Salvador**  
**Facultad de Ciencias Económicas**  
**Escuela de Mercadeo Internacional**



## ENTREVISTA

Dirigida a: Ministro consejero de la oficina económica de la Embajada de Taiwán

Objetivo: Conocer como el Tratado de Libre Comercio de El Salvador con Taiwán ha impactado en las relaciones comerciales entre ambos países.

1. ¿Bajo qué criterios Taiwán eligió a El Salvador como socio comercial?
2. ¿Qué atractivo comercial representa El Salvador para Taiwán?
3. ¿Cree que El Salvador está aprovechando el Tratado de Libre Comercio que actualmente se tiene con Taiwán?
4. ¿Qué sectores de El Salvador están siendo más beneficiados por el Tratado de Libre Comercio y como los beneficia?
5. ¿Qué incentivos ofrece Taiwán a El Salvador para mejorar las exportaciones?
6. ¿Cuáles son las principales barreras de entrada de El Salvador para exportar a Taiwán?
7. ¿Qué sugiere para eliminar dichas barreras?
8. ¿Considera que El Salvador tiene la capacidad de utilizar como centro logístico a Taiwán para ingresar a otros mercados asiáticos?
9. ¿Qué producto Salvadoreño considera que tiene potencial en el mercado Taiwanés?
10. ¿Qué acciones sugiere que El Salvador podría aplicar para mejorar la ventaja competitiva ante los productos asiáticos?

**¡Muchas gracias por su valiosa opinión!**

## ANEXO N° 18



**Universidad de El Salvador**  
**Facultad de Ciencias Económicas**  
**Escuela de Mercadeo Internacional**



Dirigida a: Especialista de la Dirección de la Administración de Tratado Comerciales (DATCO)

Objetivo: Conocer en qué medida ha sido aprovechado el acuerdo comercial de El Salvador con Taiwán y las posibles incidencias de firmar un Tratado de Libre Comercio con la República de China.

1. ¿Bajo qué criterios se consideró firmar el Tratado de Libre Comercio con Taiwán?
2. ¿Qué atractivo comercial representa Taiwán para El Salvador?
3. ¿Cuáles son los principales beneficios para El Salvador por haber firmado el Tratado de Libre Comercio con Taiwán?
4. ¿Los productos salvadoreños han tenido el desempeño esperado en el mercado taiwanés?
5. ¿Considera que las empresas salvadoreñas están completamente preparadas para suplir la demanda del mercado taiwanés?
6. Según su criterio, ¿Cuáles son las principales restricciones que han tenido las empresas salvadoreñas para exportar a Taiwán? ¿Y cómo se podría superar?
7. ¿Considera que la República de China sería un buen mercado para las empresas salvadoreñas?
8. ¿Cree que si El Salvador considerará en realizar un Tratado de Libre Comercio con la República de China, se romperían relaciones con Taiwán?
9. ¿Cuál sería el factor más importante para no firmar un Tratado de Libre Comercio con la República de China?
10. ¿El Salvador ha buscado la oportunidad de tener un acercamiento comercial más duradero (ya sea mediante un Tratado de Libre Comercio) con la República de China?
11. Basado en su experiencia ¿Cree conveniente un Tratado de Libre Comercio con la República de China?

**¡Muchas gracias por su valiosa opinión!**

## ANEXO N° 19



**Universidad de El Salvador**  
**Facultad de Ciencias Económicas**  
**Escuela de Mercadeo Internacional**



## ENTREVISTA

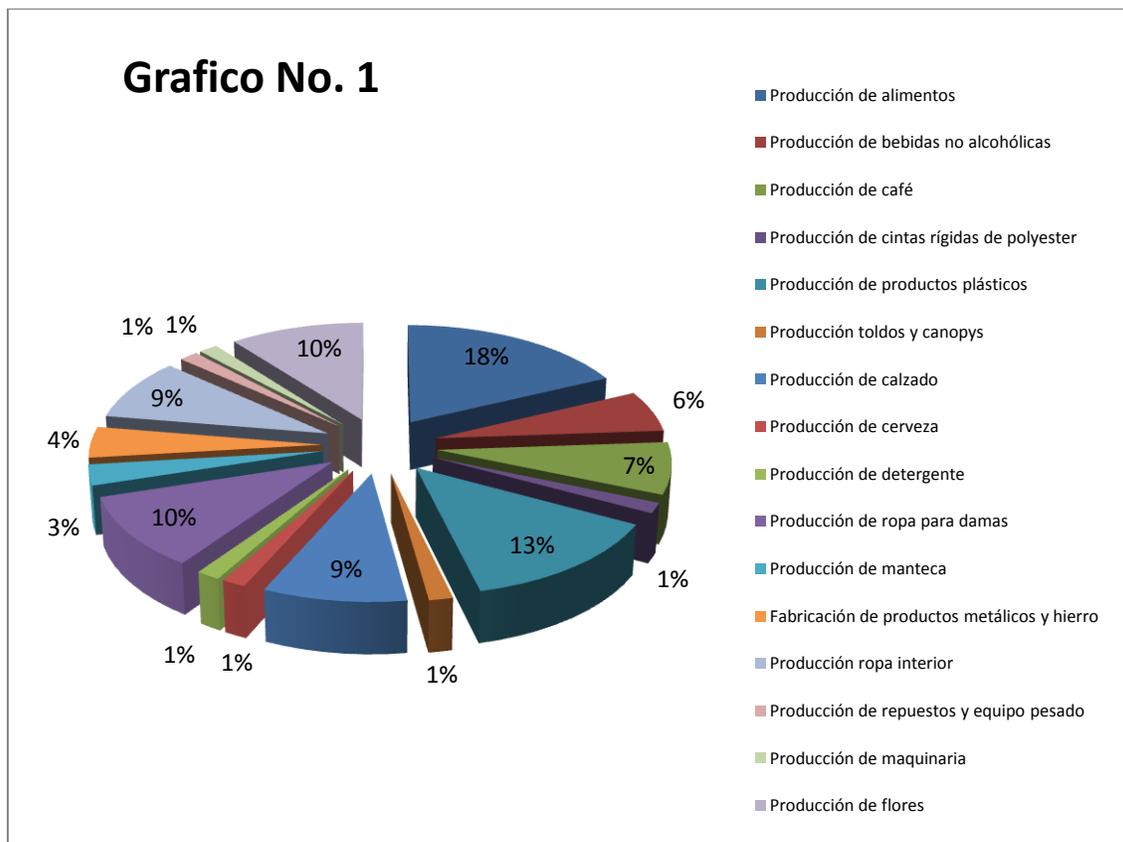
Dirigida a: Especialista en desgravación arancelaria de la DATCO

**Objetivo:** Conocer en qué medida ha sido aprovechado el acuerdo comercial de El Salvador con Taiwán y las posibles incidencias de firmar un Tratado de Libre Comercio con la República de China.

1. Según su experiencia como especialista en desgravación arancelaria, que nos puede decir sobre el Tratado de Libre comercio que El Salvador tiene con Taiwán.
2. ¿Considera usted que en la actualidad El Salvador está aprovechando los beneficios que Taiwán ofrece al país? Si, No, ¿Por qué?
3. ¿Considera usted que El Salvador está preparado para negociar un nuevo Tratado de Libre Comercio con potencias mundiales como lo es la República de China?
4. ¿Qué significaría para El Salvador firmar un Tratado de Libre Comercio con la República de China?
5. ¿Qué factores se toman en cuenta para dar la desgravación arancelaria a cada país?
6. ¿Existe un máximo o un mínimo de desgravación arancelaria que son aplicadas a cada país?
7. ¿En qué medida El Salvador dejaría de percibir ingresos por la desgravación arancelaria que se le aplicaría a los productos chinos?
8. Desde el punto de vista arancelario ¿Con qué país es más conveniente tener un Tratado de Libre Comercio, con Taiwán o con la República de China?
9. Para concluir ¿Que nos puede decir sobre las ventajas y desventajas que representa Taiwán y la República de China para El Salvador?

**¡Muchas gracias por su valiosa opinión!**

ANEXO Nº 20



ANEXO Nº 21

	FRECUENCIA	%
SI	41	61
NO	26	39
TOTAL	67	100



## ANEXO N° 22

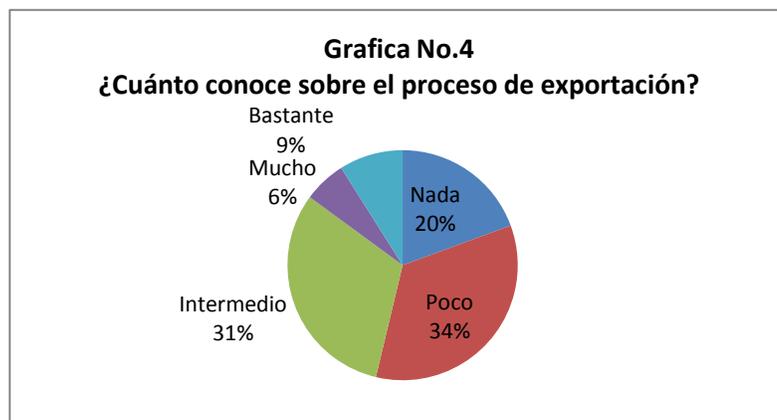
CAUSA	FRECUENCIA	%
Poca capacidad instalada	8	23
No conoce el proceso de exportación	4	12
El proceso de exportación es muy complicado	4	12
Recursos monetarios limitados	5	14
Recursos humanos limitados	4	12
No ha identificado un mercado meta en el exterior	3	9
No se cuenta con estudios o conocimientos de otros mercados	2	6
Otros	4	12
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

La frecuencia es mayor del total de los encuestados porque las opciones de respuestas son varias y algunos respondieron más de una opción.



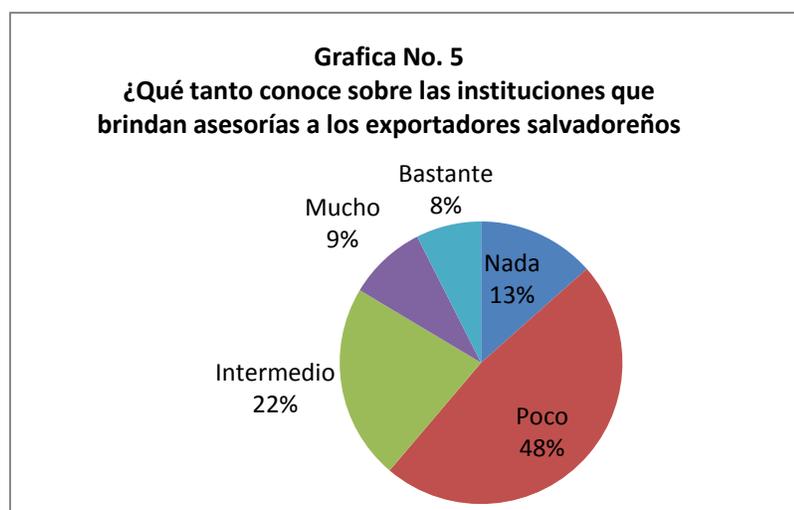
## ANEXO N° 23

CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	%
Nada	13	20
Poco	23	34
Intermedio	21	31
Mucho	4	6
Bastante	6	9
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100</b>



## ANEXO N° 24

CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	%
Nada	9	13
Poco	32	48
Intermedio	15	22
Mucho	6	9
Bastante	5	8
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100</b>



**ANEXO N° 25**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>Nada importante</b>	4	6
<b>Poco importante</b>	6	9
<b>Importante</b>	15	22
<b>Muy Importante</b>	32	48
<b>Bastante importante</b>	10	15
<b>TOTAL</b>	67	100

**Grafico No.6**  
**¿Para usted qué tan importantes son las asesorías brindadas por instituciones gubernamentales y no gubernamentales a las empresas salvadoreñas?**



**ANEXO N° 26**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>Nada importante</b>	6	9
<b>Poco importante</b>	13	20
<b>Importante</b>	2	3
<b>Muy Importante</b>	19	28
<b>Bastante importante</b>	27	40
<b>TOTAL</b>	67	100

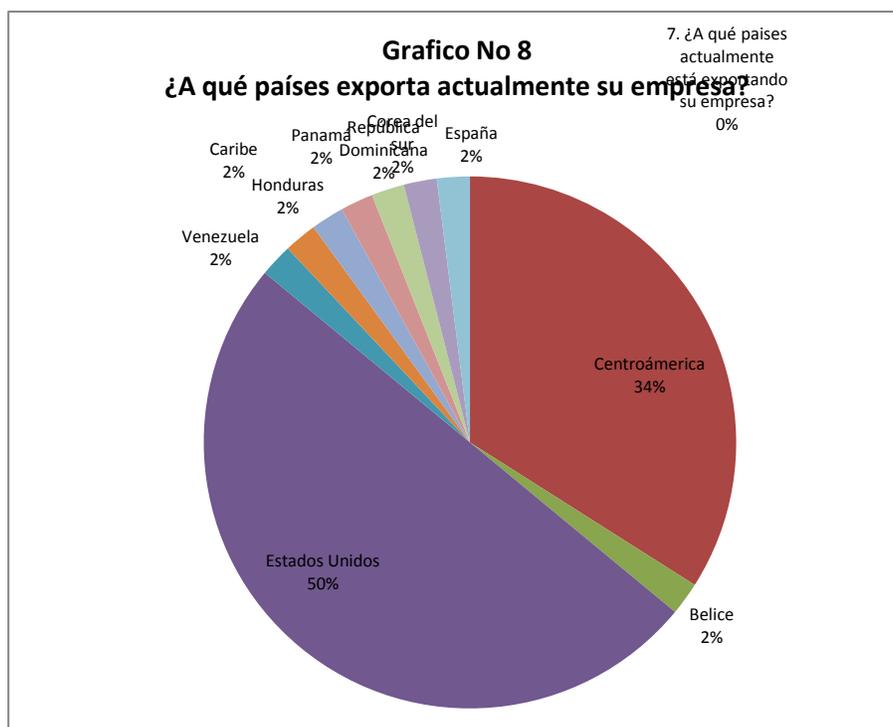
**Grafica No. 7**  
**¿Qué tan importante es para usted exportar?**



## ANEXO N° 27

PAIS	FRECUENCIA	%
Centroamérica	17	34
Belice	1	2
Estados Unidos	25	50
Venezuela	1	2
Caribe	1	2
Honduras	1	2
Panamá	1	2
República Dominicana	1	2
Corea del sur	1	2
España	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

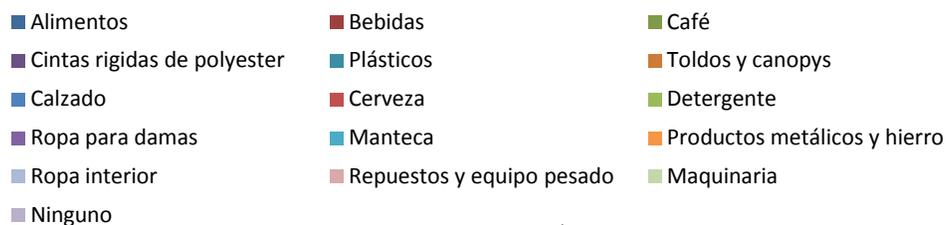
Frecuencia es menor al número de empresas encuestadas porque no todas realizan exportaciones hacia otros países



## ANEXO N° 28

PRODUCTO	FRECUENCIA	%
Alimentos	3	4
Bebidas no alcohólicas	2	3
Café	3	4
Cintas rígidas de polyester	1	1
Plásticos	9	13
Toldos y canopys	1	1
Calzado	6	9
Cerveza	1	1
Detergente	1	1
Ropa para damas	1	1
Manteca	2	3
Productos metálicos y hierro	3	4
Ropa interior	6	9
Repuestos y equipo pesado	1	1
Maquinaria	1	1
Ninguno	26	39
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100</b>

**Grafica No. 9**  
**¿Qué productos exporta con mas frecuencia?**



## ANEXO N° 29

PRODUCTO	1 vez al mes		1 vez cada 3 meses		1 vez cada 6 meses		Anual	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>Alimentos</b>	2	67	1	33				
<b>Bebidas no alcohólicas</b>			1	50	1	50		
<b>Café</b>					3	100		
<b>Cintas rígidas de polyester</b>					1	100		
<b>Plásticos</b>			2	22	5	56	2	22
<b>Toldos y canopys</b>					1	100		
<b>Calzado</b>	2	33	3	50	1	17		
<b>Cerveza</b>			1	100				
<b>Detergente</b>			1	100				
<b>Ropa para damas</b>	1	100						
<b>Manteca</b>					2	100		
<b>Productos metálicos y hierro</b>	3	100						
<b>Ropa interior</b>	1	17	2	33	2	33	1	17
<b>Repuestos y equipo pesado</b>							1	100
<b>Maquinaria</b>							1	100
<b>Ninguno</b>								
<b>TOTAL</b>	11		11		16		5	

## ANEXO N° 30

**Grafica No. 10**  
**¿Según usted que tan importantes son los Tratados de Libre Comercio para incentivar la industria salvadoreña?**

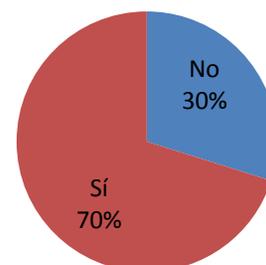


IMPORTANCIA	FRECUENCIA	%
Nada importante	5	7
Poco importante	4	6
Importante	10	15
Muy Importante	22	33
Bastante importante	26	39
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100</b>

## ANEXO N° 31

	FRECUENCIA	%
NO	20	30
SÍ	47	70
TOTAL	67	100

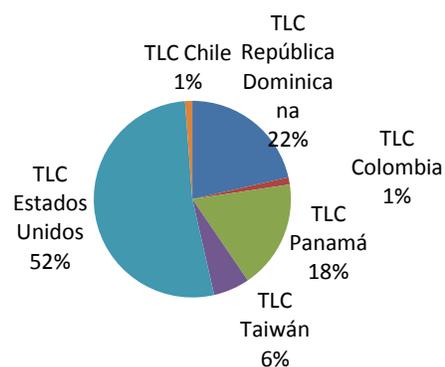
**Grafica No. 11**  
¿Conoce los Tratados de Libre Comercio que El Salvador tiene a nivel mundial?



## ANEXO N° 32

TRATADO DE LIBRE COMERCIO	FRECUENCIA	%
TLC República Dominicana	18	22
TLC Colombia	1	1
TLC Panamá	15	18
TLC Taiwán	5	6
TLC Estados Unidos	44	52
TLC Chile	1	1
TOTAL	84	100

**Grafica No. 12**  
¿Cuáles de los siguientes Tratados de Libre Comercio usted conoce?



La frecuencia es mayor del total de los encuestados porque las opciones de respuestas son varias y algunos respondieron más de una opinión.

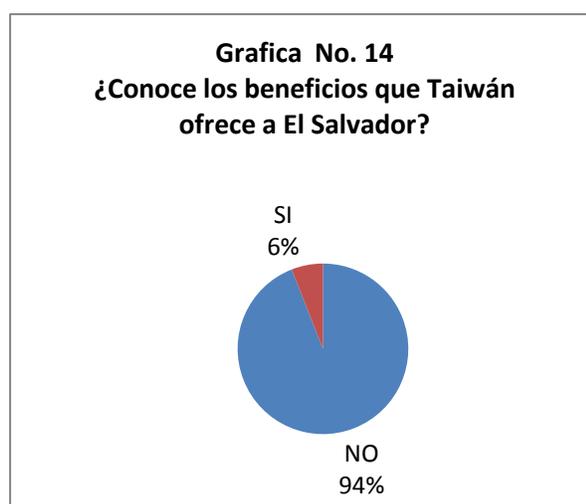
## ANEXO N° 33

CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	%
Nada	52	78
Poco	13	19
Mucho	2	3
Bastante	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100</b>



## ANEXO N° 34

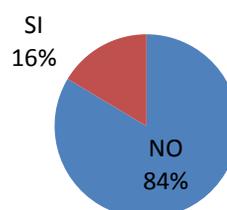
	FRECUENCIA	%
NO	63	94
SI	4	6
<b>TOTAL</b>	<b>67</b>	<b>100</b>



## ANEXO N° 35

	FRECUENCIA	%
NO	56	84
SI	11	16
TOTAL	67	100

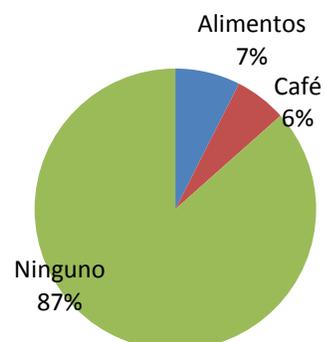
**Grafica No.15**  
**¿Se ve afectada su empresa con las importaciones provenientes de Taiwán?**



## ANEXO N° 36

PRODUCTO	FRECUENCIA	%
Alimentos	5	7
Café	4	6
Ninguno	58	87
TOTAL	67	100

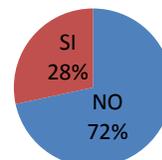
**Grafica No. 16**  
**¿Según su empresa que producto que producto tiene potencial para ingresar a Taiwán?**



## ANEXO N° 37

	FRECUENCIA	%
NO	48	72
SI	19	28
TOTAL	67	100

**Grafica No.17**  
**¿Considera que la industria salvadoreña puede competir con los productos taiwaneses?**



## ANEXO N° 38

BENEFICIO	FRECUENCIA	%
Nada	63	94
Poco	4	6
Mucho	0	0
Bastante	0	0
TOTAL	67	100

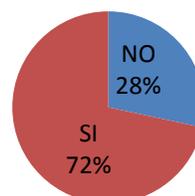
**Grafica No. 18**  
**¿Qué tanto le ha beneficiado a su empresa el Tratado de Libre Comercio de El Salvador con Taiwán?**



## ANEXO N° 39

	FRECUENCIA	%
NO	19	28
SI	48	72
TOTAL	67	100

**Grafica No. 19**  
**¿Considera usted que realizar un Tratado de Libre Comercio con la República de China, afectaría a su empresa?**

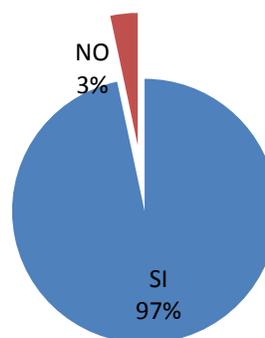


## ENCUESTAS COMERCIALES

## ANEXO N° 40

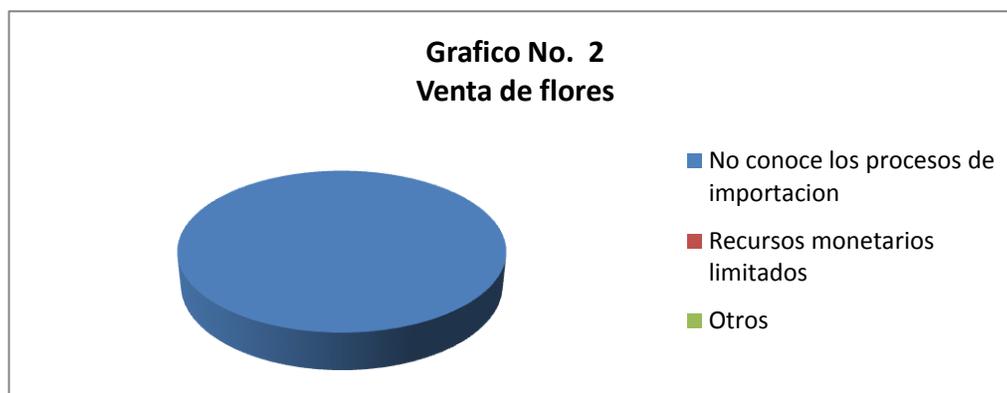
	FRECUENCIA	%
SI	29	97
NO	1	3

**Grafico No. 1**  
**¿Importa actualmente?**



## ANEXO N° 41

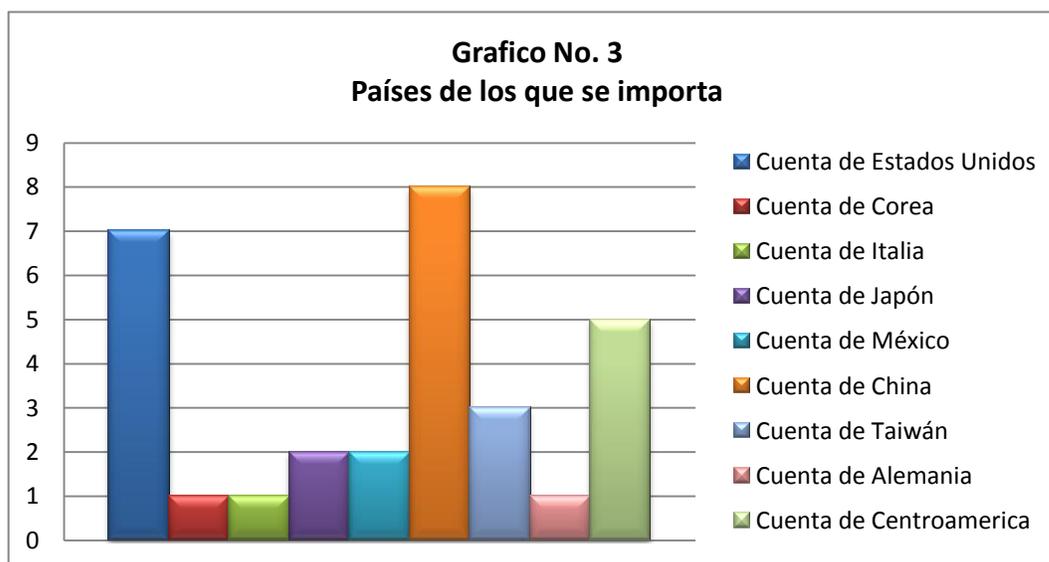
DESCRIPCION	No conoce los procesos de importación	Recursos monetarios limitados	Otros
Venta de flores	1	0	0
Venta de ropa por mayor	0	0	0
Venta de bisutería y artículos para el cabello	0	0	0
Venta de productos plásticos	0	0	0
Comercial de electrodomésticos y muebles	0	0	0
Zapatería	0	0	0
Productos electrónicos	0	0	0
Óptica	0	0	0
Accesorios para celulares	0	0	0
Venta de telas	0	0	0



## ANEXO N° 42

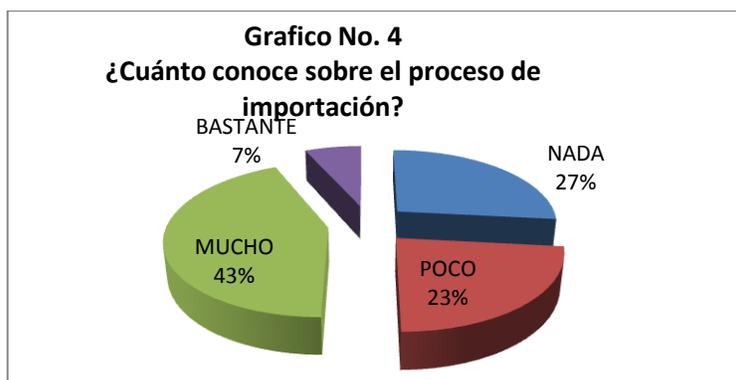
GIRO DEL NEGOCIO	EEUU	China	Taiwán	C.A.	Corea	Japón	Alemania	Italia	México
Venta de flores	1	2	0	1	0	0	0	0	0
Venta de ropa por mayor	1	1	0	2	0	0	0	0	1
Venta de bisutería y artículos para el cabello	2	0	0	0	0	0	0	1	0
Venta de productos plásticos	0	3	1	0	0	0	0	0	0
Comercial de electrodomésticos y muebles	2	3	2	2	1	1	0	0	1
Zapatería	0	1	0	1	0	0	0	0	0
Productos electrónicos	4	6	0	2	0	1	1	0	0
Óptica	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Accesorios para celulares	1	4	0	0	0	0	0	0	0
Venta de telas	1	0	1	0	0	0	0	0	0
<b>TOTALES</b>	<b>12</b>	<b>21</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

La frecuencia es mayor del total de los encuestados porque las opciones de respuestas son varias y algunos respondieron más de una opción.



## ANEXO N° 43

CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	%
Nada	8	27
Poco	7	23
Mucho	13	43
Bastante	2	7
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>



## ANEXO N° 44

CONOCIMIENTO	FRECUENCIA	%
Nada	15	50
Poco	4	13
Mucho	10	34
Bastante	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>



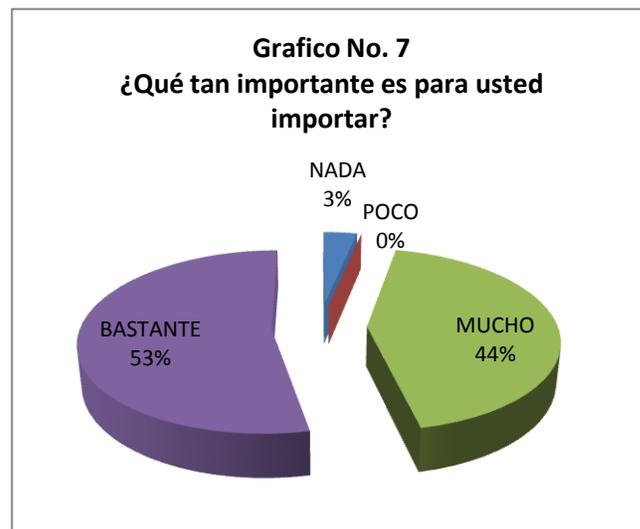
## ANEXO N° 45

IMPORTANCIA	FRECUENCIA	%
Nada	2	7
Poco	3	10
Mucho	16	53
Bastante	9	30
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>



## ANEXO N° 46

IMPORTANCIA	FRECUENCIA	%
Nada	1	4
Poco	0	0
Mucho	13	43
Bastante	16	53
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>



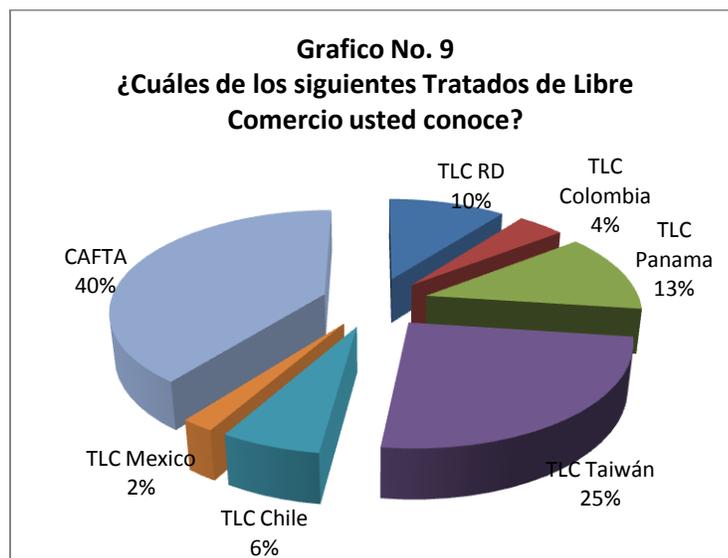
## ANEXO N° 47

	FRECUENCIA	%
SI	25	83
NO	5	17
TOTAL	30	100



## ANEXO N° 48

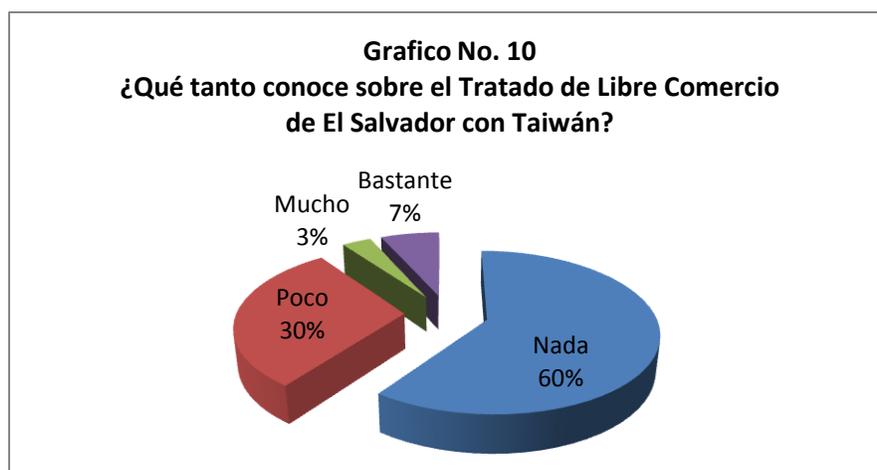
TRATADOS DE LIBRE COMERCIO	FRECUENCIA	%
República Dominicana	5	10
Colombia	2	4
Panama	6	13
Taiwan	12	25
Chile	3	6
Mexico	1	2
CAFTA	19	40



La frecuencia es mayor del total de los encuestados porque las opciones de respuestas son varias y algunos respondieron más de una opción.

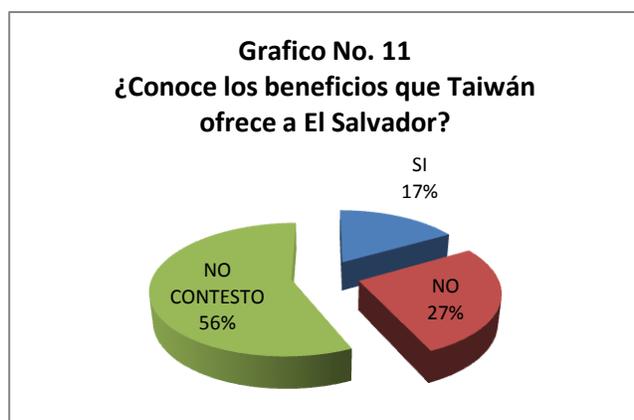
## ANEXO N° 49

CONOCIMIENTO DE TLC ESA-TAIWAN	FRECUENCIA	%
Nada	18	60
Poco	9	30
Mucho	1	3
Bastante	2	7
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>



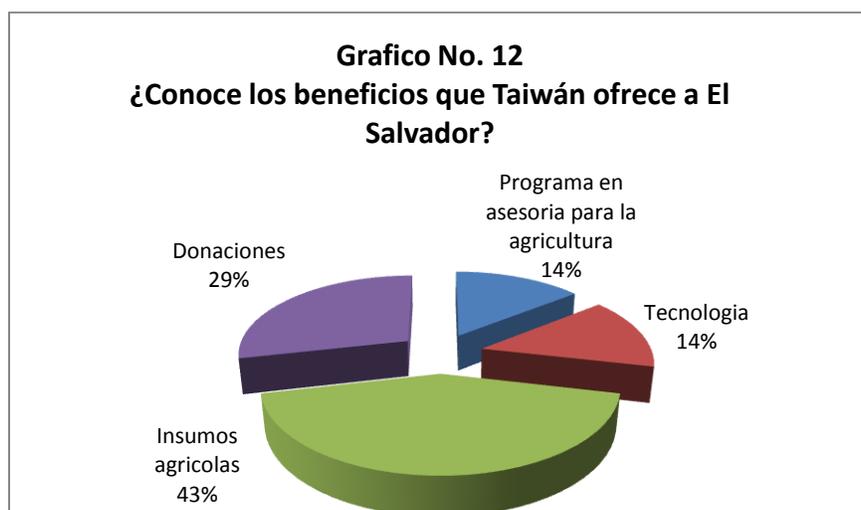
## ANEXO N° 50

	FRECUENCIA	%
SI	5	17
NO	8	27
NO CONTESTÓ	17	56
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>



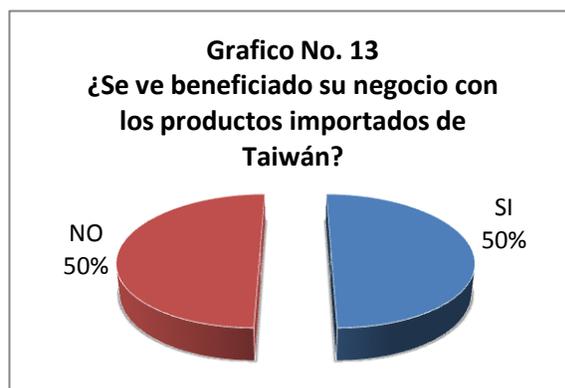
## ANEXO N° 51

BENEFICIOS	FRECUENCIA	%
Programa en asesoría para la agricultura	1	14
Tecnología	1	14
Insumos agrícolas	3	43
Donaciones	2	29



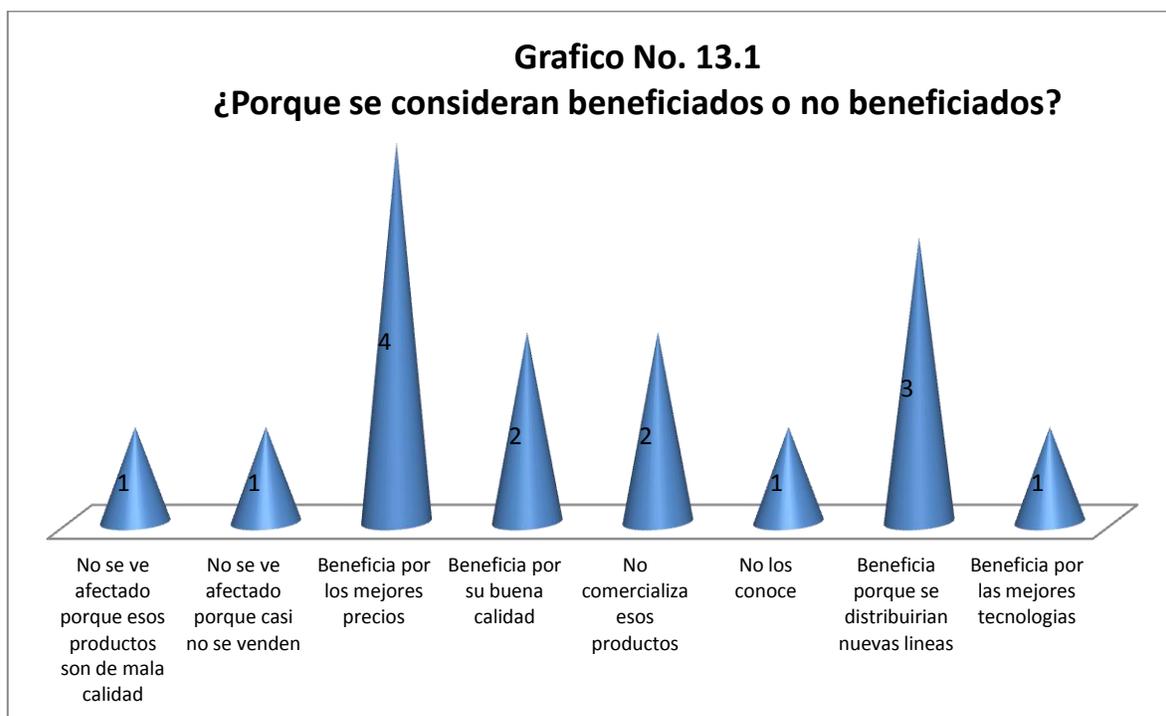
## ANEXO N° 52

	FRECUENCIA	%
SI	15	50
NO	15	50
TOTAL	30	100



## ANEXO N °53

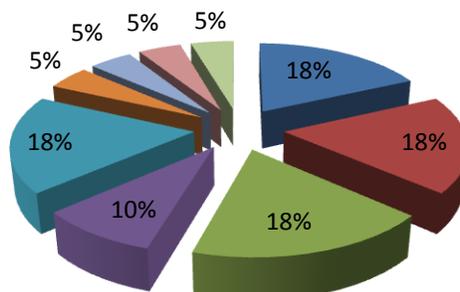
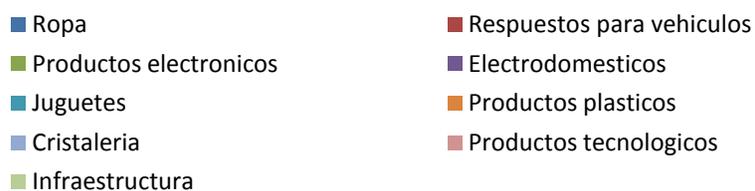
	FRECUENCIA
No se ve afectado porque esos productos son de mala calidad	1
No se ve afectado porque casi no se venden	1
Beneficia por los mejores precios	4
Beneficia por su buena calidad	0
No comercializa esos productos	2
No los conoce	1
Beneficia porque se distribuirían nuevas líneas	3
Beneficia por las mejores tecnologías	1



## ANEXO N° 54

	FRECUENCIA	%
Ropa	4	18
Repuestos para vehículos	4	18
Productos electrónicos	4	18
Electrodomésticos	2	10
Juguetes	4	18
Productos plásticos	1	5
Cristalería	1	5
Productos tecnológicos	1	5
Infraestructura	1	5

**Grafico No. 14**  
**¿Se ve beneficiado su negocio con los productos importados desde Taiwán?**



## ANEXO N° 55

DESCRIPCIÓN	Productos chinos					Productos taiwaneses					Productos estadounidenses					Productos salvadoreños					Otros								
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
a) Venta de flores	2	1								2	1	1							1	1	1							1	1
b) Venta de ropa por mayor	2				2			1		2	1			2	1	1	1		1										2
c) Venta de bisutería y artículos para el cabello					1					5	1	1							1	1			1						
d) Venta de productos plásticos	2	1				1	2						1	2					1	2									3
e) Comercial de electrodomésticos y muebles		1	2				2	1			2			1	2				4		1		1						
f) Zapatería	2						1					1					1	1											1
g) Productos electrónicos	6									1	1	1		2	1		1		1	1		1	1						1
h) Óptica	1														1														
i) Accesorios para celulares	4							1		2	1	2							1	4	1						1	2	
j) Venta de telas	1						1							1	1							1							
<b>TOTALES</b>	<b>20</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>10</b>							

La frecuencia es mayor del total de los encuestados porque las opciones de respuestas son varias y algunos respondieron más de una opción.

## ANEXO N° 56

DESCRIPCIÓN	Productos chinos					Productos Taiwaneses					Productos estadounidenses					Productos salvadoreños					Otros					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
	a) Venta de flores	3									2	1							1		1					1
b) Venta de ropa por mayor	2										1							1	1							
c) Venta de bisutería y artículos para el cabello					1					1	1		1			1		2							1	
d) Venta de productos plásticos	2	1				1	2								2				1	1						2
e) Comercial de electrodomésticos y muebles			1	1				2		1	2				1	1		2					1			2
f) Zapatería	2					1							1					1	1							1
g) Productos electrónicos	6						1			1	1	1	1		1	1		1	1				1		1	1
h) Óptica																										
i) Accesorios para celulares	3	1						1		2	1	1		1					2	1					3	
j) Venta de telas											1														1	
<b>TOTALES</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>		

La frecuencia es mayor del total de los encuestados porque las opciones de respuestas son varias y algunos respondieron más de una opción.

## ANEXO N° 57

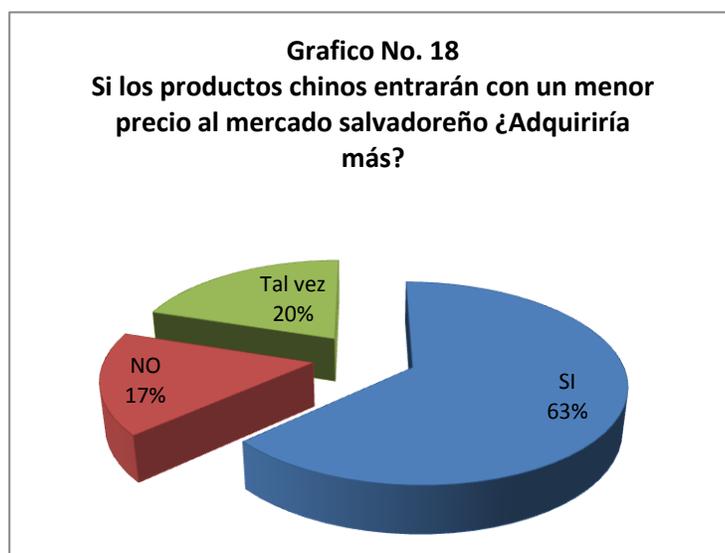
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Productos chinos	17	48
Productos taiwaneses	2	6
Productos salvadoreños	9	26
Productos estadounidenses	7	20

La frecuencia es mayor del total de los encuestados porque las opciones de respuestas son varias y algunos respondieron más de una opción.



## ANEXO N° 58

	FRECUENCIA	%
SI	19	63
NO	5	17
TAL VEZ	6	20
TOTAL	30	100



## ANEXO N° 59

## VARIACION PORCENTUAL DE LAS EXPORTACIONES HACIA TAIWAN, PERIODO

2004-2012

PAIS	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
	VALOR FOB US\$									
Taiwán	1,988,874.32	1,878,142.32	5,835,538.21	6,038,291.02	6,167,913.12	8,016,321.24	14,761,024.24	14,683,639.92	33,355,038.17	6,725,808.21
Variación %	-	-5.9	67.82	3.36	2.1	23.06	45.69	-0.53	55.98	-395.93

Fuente: Cuadro realizado por equipo de trabajo, con base de información del Banco Central de Reserva

## ANEXO N° 60

## VARIACION PORCENTUAL DE LAS IMPORTACIONES DESDE TAIWAN, PERIODO

2004-2012

PAIS	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
	VALOR CIF US\$									
Taiwán	58,530,339.33	47,564,382.33	97,944,689.33	93,474,194.35	97,438,651.00	119,206,739.35	87,466,272.50	97,754,270.21	139,751,500.69	147,818,004.05
Variación %	-	-23.05	51.44	-4.78	4.07	18.26	-36.29	10.52	30.05	5.46

Fuente: Cuadro realizado por equipo de trabajo, con base de información del Banco Central de Reserva

## ANEXO N° 61

## PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS DESDE TAIWAN, EN EL PERIODO 2008-2012

CODIGO ARANCELARIO		2008	2009	2010	2011	2012
		VALOR CIF US\$				
39076000	Politereftalato de etileno	38,937,688.61	30,699,134.09	29,691,279.03	65,576,214.61	71,815,149.04
3919	Placas, laminas, hojas, cintas, tiras y demás formas planas, autoadhesivas, de plástico, incluso en rollos	1,822,208.65	1,564,734.49	1,995,357.29	2,297,013.67	2,213,087.56
39199000	Las demás					
3204	Materias colorantes orgánicas sintéticas, aunque sean de constitución química definida; preparaciones a que se refiere la nota 3 de este capítulo a base de materias colorantes orgánicas sintéticas; productos orgánicos sintéticos de los tipos utilizados para el avivado fluorescente o como luminóforos, aunque sean de constitución química definida	1,497,240.36	2,505,652.81	1,982,961.50	1,934,514.36	1,969,592.33
32041600	Colorantes reactivos y preparaciones a base de estos colorantes					

55032000	Tejidos fabricados de alta tenacidad de poliésteres	1,301,210.26	1,471,116.60	1,218,924.23	0	0
8708	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 8701 a 8705	562,094.16	474,313.52	559,722.98	893,874.17	898,472.45
87089900	Los demás					
5903	Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas con plástico, excepto las de la partida 5902	1,475,122.04	821,492.14	691,557.39	770,398.50	973,139.70
59031000	Con poli(cloruro de vinilo)					
8452	Maquinas de coser, excepto las de coser pliegos de la partida 8440; muebles, basamentos y tapas o cubiertas especialmente concebidos para maquinas de coser; agujas para maquinas de coser	690,284.22	139,433.05	996,122.63	636,756.53	737,996.02
84522900	Las demás					
5516	Tejidos de fibras artificiales discontinuas	849,032.95	745,797.97	827,997.65	460,636.47	234,336.87
55161390	Otros					
87081000	Parachoques (paragolpes, defensas) y sus partes	709,031.34	506,062.80	536,994.72	554,526.71	711,993.98
3926	Las demás manufacturas de plástico y manufacturas de las demás materias de las partidas 3901 a 3914	481,809.07	1,732,005.44	787,725.72	908,745.91	750,224.85
39269099	Las demás					

Fuente: Cuadro realizado por equipo de trabajo, con base de información del Banco Central de Reserva

#### ANEXO N° 62

#### PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS HACIA TAIWAN, EN EL PERIODO 2008-2012

CODIGO ARANCELARIO		2008	2009	2010	2011	2012
		VALOR FOB US\$				
17011300	Azúcar de caña	0	11,716,719.08	0	16,187,489.92	0
1701	Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido	0	0	3,172,468.53	2,998,166.33	2,008,667.02
17019900	Los demás					
17031000	Melaza de caña	0	0	0	5,007,900.00	0
47071000	De papel o cartón Kraft crudos o de papel o cartón corrugados	95,310.09	179,898.06	643,932.58	882,850.34	762,970.70
23012010	Harina de pescado	201,854.50	621,174.30	1,303,083.50	339,423.80	874,880.50
09011130	Café oro.	463,773.75	485,100.46	109,666.22	381,324.26	237,671.28
76020000	Desperdicios y desechos de aluminio	671,606.19	0	1,003,546.76	1,745,186.35	1,181,719.22
3915	Desechos, desperdicios y recortes, de plástico	0	0	108,286.72	203,960.16	221,345.00
39159000	De los demás plásticos.					
72043000	Desperdicios y desechos, de hierro o acero estañados	6,349,034.01	28,088.80	338,400.00	0	0
6203	Trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y short (excepto de baño), para hombres o niños	87,120.00	0	0	0	127.59
62034200	De algodón					

Fuente: Cuadro realizado por equipo de trabajo, con base de información del Banco Central de Reserva

## ANEXO N° 63

## PRINCIPALES 5 PRODUCTOS EXPORTADOS HACIA TAIWAN, EN EL PERIODO 2003-2007

CODIGO ARANCELARIO		2003	2004	2005	2006	2007
		VALOR FOB US\$				
7204	Desperdicios y desechos (chatarra), de fundición, hierro o acero; lingotes de chatarra de hierro o acero	168,464.90	449,273.86	398,475.62	326,537.31	606,039.15
72042900	Los demás					
0304	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada), frescos, refrigerados o congelados	0	127,194.00	316,702.50	928,632.00	85,000.00
03049900	Los demás					
23012010	Harina de pescado	0	89,862.60	1,112,935.76	600,850.00	430,000.00
76020000	Desperdicios y desechos, de aluminio	312,386.54	756,930.00	2,654,898.25	3,419,010.88	4,745,879.17
17011300	Azúcar de caña	0.00	0	794,402.85	0	0

**Fuente:** Cuadro realizado por equipo de trabajo, con base de información del Banco Central de Reserva