

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



**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA GUAYABA HACIA
EL MERCADO EUROPEO”.**

TEMA DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

**AVELAR LÓPEZ, HELLEN STEPHANIE
MENJIVAR RIVAS, NANCY ROCÍO
SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, RAQUEL**

**DOCENTE DIRECTOR(A):
LICENCIADA. INGRID ELEONORA PORTILLO SARMIENTO.**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIATURA EN MERCADEO INTERNACIONAL.**

FEBRERO 2016

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR(A) INTERINO : LICENCIADO LUIS ARGUETA ANTILLÓN

SECRETARIO GENERAL : DRA. ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : LICENCIADO NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ

VICEDECANO : LICENCIADO MARIO WILFREDO CRESPIÓN ELÍAS

SECRETARIO : INGENIERO JOSÉ CIRIACO GUTIÉRREZ CONTRERAS

DIRECTOR DE ESCUELA : LICENCIADO MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA

TRIBUNAL CALIFICADOR

LICENCIADA INGRID ELEONORA PORTILLO SARMIENTO.

LICENCIADA SILVIA GONZALEZ

LICENCIADO JOSE CANTÓN.

COORDINADOR DE SEMINARIO : LICENCIADO CARLOS MOLINA.

FEBRERO 2016

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres y hermanas por apoyarme incondicionalmente a lo largo de mi carrera, a la Universidad de El Salvador por permitirme adquirir mis conocimientos y fortalecer mi carácter, a mis amigas con las cuales superamos retos y nos dimos siempre apoyo incondicional para llegar juntas hasta la culminación de nuestra carrera, a mi ser amado por apoyarme e impulsarme a superarme a mí misma, y a mis compañeras de tesis y asesora por el trabajo en equipo que nos permitió alcanzar nuestro objetivo.

Hellen Stephanie Avelar López.

AGRADECIMIENTO

A Dios Todo Poderoso, por ser mi guía y fortaleza, por guiarme y derramar sabiduría para poder alcanzar este triunfo. **A mis padres** Rosalía Rivas y Wilfredo Menjivar por sus consejos, amor, apoyo, incondicional el desarrollo y culminación de mi carrera. **A toda mi familia** por su apoyo y amor incondicional **a todas aquellas** personas (amigos/as, compañeros/as y Docentes) que de una u otra manera han estado motivándome y orando porque esta meta se haga realidad. **A mis compañeras de tesis** (Hellen y Raquel) Gracias por su apoyo, comprensión en los momentos difíciles y dedicación en este proyecto

Nancy Rocío Menjivar Rivas

AGRADECIMIENTO

A **Dios Todopoderoso**, por darme la sabiduría, fortaleza, entendimiento, por darme esa fe tan grande, por siempre cuidar mis pasos día a día, así como también por la paciencia para poder culminar mi carrera universitaria.

A **María Auxiliadora**, por siempre cuidar de mí; gracias virgencita por guiar mi vida por el camino de luz.

A **Mis Padres**, Nery Audonia y Antonio (Q.D.D.G); gracias por ser ese apoyo incondicional, por ser mi fuente de inspiración, por el amor, por ese ejemplo de lucha, por estar pendiente de mis estudios, por animarme cuando sentía que no podía, por la paciencia, comprensión, los sacrificios, desvelos; este triunfo está dedicado a ti Mamá.

A **Mis Tíos**, Gloria Cecilia y Juan Francisco, gracias a ustedes dos, por el apoyo, amor, comprensión, paciencia que me dieron.

A **Mis Compañera de Tesis**, Hellen y Nancy, por el apoyo, comprensión, gracias por su amistad.

A todas **Mis Amigas y Amigos**, a esas personas especiales, Esperanza, Jenny, Heilyn, Doris, Jessica, Brenda, Flor, Mario, Diego, por esas palabras de aliento, por darme ánimos, aconsejarme, apoyarme en este proceso de Tesis.

A **Mi Asesora** Licenciada Ingrid Portillo Sarmiento, gracias por apoyarnos, por su paciencia, consejos, cariño, por brindarnos la guía para culminar el proceso de Tesis.

A Licenciado Carlos Molina, muchas gracias por compartir sus conocimientos, por apoyarnos, asesorarnos desde el anteproyecto, infinitas gracias por su paciencia.

Raquel Sánchez Hernández.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	iii
INTRODUCCIÓN.....	v

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO SOBRE: PLAN, EXPORTACIÓN, PRODUCTOS DERIVADOS DE LA GUAYABA Y EL MERCADO A EUROPEO.

A. PLAN.....	1
1. Definición de Plan.....	1
2. Importancia de Plan.....	1
3. Objetivos de Plan.....	1
4. Tipos de Plan.....	2
5. Pasos para elaborar un plan.....	2
B. EXPORTACIÓN.....	3
1. Definición de Exportación.....	3
2. Clases de Exportación.....	3
3. Clasificación de Exportación.....	4
4. Evolución Histórica de las Exportaciones en El Salvador.....	4
5. Situación Actual de las Exportaciones en El Salvador.....	6
5.1 Exportaciones Tradicionales.....	6
5.2 Exportaciones No Tradicionales.....	7
6. Importancia de las Exportaciones.....	8
6.1 Importancia Social.....	8
6.2 Importancia Económica.....	8

6.3 Importancia Cultural.....	10
7. Antecedentes entre El Salvador y la Unión Europea.....	12
8. Exportaciones de El Salvador con la Unión Europea.....	13
8.1 Exportaciones El Salvador y la Unión Europea.....	14
8.2 Exportación de Productos no Tradicionales Mensuales.....	17
9. Relaciones Comerciales El Salvador con la Unión Europea.....	17
9.1 Inversión Extranjera Directa.....	18
10. Instituciones que Promueven las Exportaciones en El Salvador.....	19
C. PRODUCTOS DERIVADOS DE LA GUAYABA.....	21
1. Origen de la Guayaba.....	21
a. Distribución Geográfica de la Producción de Guayaba.....	21
b. Características del Producto.....	22
c. Variedad de Guayaba Taiwanesa.....	23
1. Variedad Taiwanesa 1.....	23
2. Variedad Taiwanesa 2.....	23
d. Productores de Guayaba.....	23
e. Análisis del Mercado Local.....	24
f. Derivados de la Guayaba.....	27
g. Distribuidores de Productos de derivados de Guayaba.....	28
D. MERCADO EUROPEO.....	29
1. Europa.....	29
1.1 Información General de Europa.....	29
1.2 Entorno Político.....	32

1.3 Entorno Económico.....	32
1.4 Inversión Extranjera Directa.....	33
1.5 Principales Países de Exportación e Importación.....	33
1.6 Desarrollo Económico Social.....	34
1.7 Integración Económica.....	34
1.8 Entorno Cultural.....	34
1.9. Entorno Tecnológico.....	36
2. Mercado Europeo.....	36
2.1 Características del Mercado Europeo.....	36
2.2 Perfil del Consumidor Europeo.....	37
2.3 Principales socios comerciales del Mercado Europeo.....	37
2.4 Dinámica Comercial en el Mercado Europeo: Producción y Demanda.....	38
E. UNIÓN EUROPEA.....	39
1. Antecedentes de la Unión Europea.....	39
a. Moneda.....	41
2. Entorno Económico de la Unión Europea.....	42
a. Comercio de la Unión Europea.....	42
3. Entorno Político.....	43
a. De la Unión Económica a la Unión Política.....	43
b. Acuerdos, TLC, Tratados.....	44
F. MARCO LEGAL.....	45
1. Ley General de Alimentos para Unión Europea.....	45
1.1 Etiquetado de Productos Alimenticios.....	45

2. Tratados.....	46
2.1 Acuerdo Asociación Centroamericana-Unión Europea.....	46
2.2 Sistema Generalizado de Preferencias Plus.....	46
2.2.1 Normas de Origen.....	47
2.2.2 TARIC.....	47
2.2.3 Export Helpdesk.....	47
2.3 Normas y Estándares.....	47
2.3.1 Protección a la Seguridad y Salud del Consumidor.....	48
2.3.2 Requisitos Ambientales.....	48
2.3.3 Requisitos Sociales.....	48
2.3.4 Normas de Calidad.....	48
2.5 Normativa Sanitaria y Fitosanitaria.....	48

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE GUAYABA HACIA EL MERCADO EUROPEO.

A. DIAGNÓSTICO DEL ESTUDIO DE CAMPO.....	49
1. Diagnóstico de Productores de Guayaba en El Salvador.....	49
1.1 Generalidades de la Industria en El Salvador.....	49
1.2 Generalidades de la Producción de la Guayaba y sus derivados.....	50
1.3 Diagnóstico de Empresas que cultivan y Procesan Guayaba y sus derivados.....	55
1.4 Identificación del Problema.....	60

1.5 Enunciado del Problema.....	62
1.6 Análisis Interno de las Empresas que cuentan con la capacidad de Exportar derivados de Guayaba.....	62
1.7 Análisis Externo de las Empresas que cuentan con la capacidad de Exportar derivados de Guayaba.....	67
2. Conclusiones del Diagnóstico.....	73
3. Recomendaciones del Diagnóstico.....	75
B. INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE GUAYABA AL MERCADO EUROPEO.....	76
1. Diseño de la Investigación.....	76
2. Objetivos de la Investigación.....	76
2.1 General.....	76
2.2 Específicos.....	76
3. Fuentes de Información.....	76
3.1 Primarias.....	76
3.2 Secundarias.....	77
4. Tipo de Investigación.....	77
5. Unidades de Análisis.....	77
6. Determinación del Universo y Muestra Poblacional.....	78
6.1 Determinación de Universo.....	78
7. Técnicas y Herramientas de Investigación.....	78
a. Entrevista.....	78
b. Guía de Entrevista.....	78
c. Guía de Preguntas.....	79

8. Tabulación u Ordenamiento de la Información.....	79
9. Análisis e Interpretación de la Información.....	83
10. Conclusiones y Recomendaciones.....	85
11. Conclusiones y Recomendaciones del Diagnóstico e Investigación de Campo....	86

CAPÍTULO III

PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE GUAYABA AL MERCADO EUROPEO.

A. RESUMEN EJECUTIVO.....	89
B. OBJETIVOS.....	90
1. Objetivo General.....	90
2. Objetivos Específicos.....	90
C. ESQUEMA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN.....	91
D. IMPORTANCIA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN.....	92
E. SELECCIÓN DE MERCADO.....	92
1. Selección de Mercado.....	92
2. Perfil de Holanda.....	93
3. Perfil del Consumidor.....	95
F. PROCESO DE EXPORTACIÓN.....	95
1. Registro del Exportador.....	97
1.1 Registro de los Operadores Económicos (EORI).....	97
2. Registro de Marca.....	98
3. Documentos para la Exportación.....	99

3.1 Documento Único Administrativo (DUA).....	99
3.2 Declaración de Mercancía.....	100
3.3 Lista de Empaque.....	100
3.4 Factura de Exportación.....	101
3.5 Manifiesto de Carga.....	101
3.6 Certificado de Origen.....	101
3.7 Certificado Fitosanitario.....	101
4. Marketing Mix.....	102
A. Producto.....	102
1. Envasado.....	102
2. Etiquetado.....	103
3. Clasificación Arancelaria.....	106
3.1 Código TARIC.....	107
3.2 Requisitos del Sistema General de Preferencias.....	107
3.3 Impuesto al valor agregado.....	108
B. Plaza.....	109
1. Canal de Distribución.....	109
2. Contrato.....	111
3. Forma de Pago.....	112
4. Forma de Entrega.....	113
C. Promoción.....	114
1. Ferias Internacionales Gastronómicas.....	114
2. Creación de pagina web.....	115

3. Redes sociales.....	116
4. Correo Electrónico.....	116
5. Brochure.....	116
6. Revista Especializada en Nutrición.....	117
7. Publrreportajes y Advertorial.....	117
D. Precio.....	118
1. Fijación de Precios.....	118
2. Embalaje.....	120
BIBLIOGRAFÍA.....	123
GLOSARIO.....	124
ANEXOS	

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico N°1 Exportaciones El Salvador.....	5
Gráfico N°2 Exportaciones Tradicionales.....	6
Gráfico N°3 Exportaciones No Tradicionales.....	7
Gráfico N°4 Producto Interno Bruto.....	9
Gráfico N°5 Exportaciones El Salvador-Unión Europea.....	14
Gráfico N°6 Balanza Comercial El Salvador-Unión Europea.....	15
Gráfica N°7 Exportación de Frutas Procesadas.....	26

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1 Importaciones-Exportaciones El Salvador.....	11
Cuadro N°2 Intercambio Comercial El Salvador.....	12
Cuadro N°3 Principales Productos Exportados a la Unión Europea.....	13
Cuadro N°4 Exportaciones por Países, El Salvador-Unión Europea.....	16
Cuadro N°5 Flujos Mensuales por Exportación de Productos no Tradicionales.....	17
Cuadro N°6 Países Europeos.....	29
Cuadro N°7 Países Europeos que no utilizan el Euro.....	31
Cuadro N°8 Socios Comerciales del Mercado Europeo.....	38
Cuadro N°9 Representantes de la Unión Europea.....	40
Cuadro N°10 Programa Frutales.....	50
Cuadro N°11 Fortalezas-Debilidades CENTA.....	62
Cuadro N°12 Fortalezas-Debilidades Finca Santa Cecilia.....	63
Cuadro N°13 Fortalezas-Debilidades Dulces Albanés.....	64
Cuadro N°14 Oportunidades-Amenazas CENTA.....	67
Cuadro N°15 Oportunidades-Amenazas Finca Santa Cecilia.....	67
Cuadro N°16 Oportunidades-Amenazas Dulces Albanés.....	68
Cuadro N°17 Análisis PESTEL.....	69
Cuadro N°18 Código TARIC.....	106
Cuadro N°19 Tipos de Canal de Distribución.....	110
Cuadro N°20 Lista de Distribuidores.....	111
Cuadro N°21 Incoterm.....	114

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N°1 Mapa del Cultivo de Guayaba.....	22
FIGURA N°2 Mapa de la Unión Europea.....	30
FIGURA N°3 División de las Importaciones de Europa de Frutas y Vegetales procesadas por el país de Origen.....	39
FIGURA N°4 Estructura Organizativa CENTA.....	56
FIGURA N°5 Estructura Organizativa Finca Santa Cecilia.....	58
FIGURA N°6 Estructura Organizativa Dulces Albanés.....	60
FIGURA N°7 Criterios de Selección.....	93
FIGURA N°8 Pasos para Exportar.....	99
FIGURA N°9 Pasos para Etiquetado.....	103
FIGURA N°10 Partida Arancelaria.....	108
FIGURA N°11 Simbología de Embalaje.....	121

RESUMEN EJECUTIVO.

Las exportaciones de El Salvador hacia la Unión Europea en las últimas décadas han crecido significativamente, sobre todo se ha visto un crecimiento importante por parte de estas en el rubro de las exportaciones no Tradicionales; donde va incluido todo tipo de productos derivados de frutas como jaleas, dulces y mermeladas, entre otros.

Se sabe que por parte de los productores y procesadores Nacionales de derivados de la Guayaba, no existe hasta el momento ningún plan para exportar hacia estos mercados, por lo que desconocen totalmente todo el proceso, exigencias que éste conlleva, solamente se están quedando cubriendo la demanda del mercado local.

Por las razones antes expuestas surge la necesidad de desarrollar un Plan de Exportación de Productos derivados de la Guayaba hacia el Mercado Europeo, que sirva de apoyo para todos aquellos empresarios pequeños que se dedican al cultivo, proceso y comercialización de frutas, de tal forma que la eficiencia de su trabajo mejore repercutiendo así en una mejora de sus ingresos, así como también los ingresos de divisas al país.

En la investigación se utilizó el método Exploratorio, el cual permitió realizar un análisis sobre los principales aspectos que les obstaculiza a los productores y procesadores a la hora de exportar, a la vez evaluar los beneficios que aportaría la implementación del Plan de Exportación de productos derivados de la Guayaba hacia el Mercado Europeo.

Además se utilizaron como instrumentos de recolección de guías de preguntas que se elaboraron tanto para productores y procesadores así como a los consumidores potenciales de los productos, para conocer un poco más acerca de sus gustos, sus preferencias al momento de consumir este tipo de productos. Dichos instrumentos dieron como resultado el tipo de perfil del mercado Holandés, al mismo tiempo se destacó que gustan mucho de productos tropicales, porque en su tipo de suelo, por su clima es poco posible que se de esta frutas.

Es relevante señalar la importancia que tiene la figura de las Instituciones de Gobierno en el apoyo para el sector Agroindustrial, que ha crecido en los últimos años, para que todo aquel que desea exportar tenga un parámetro o una guía de referencia para hacerlo hacia

la UE, dado que estos son países que demandan mucho productos de calidad natural. Se incluye también la mezcla de Marketing para productores así como procesadores que desean entrar en el mercado Holandés con el dulce de leche y la jalea de guayaba.

Con el resultado de la investigación se concluyó que existe una empresa Nacional así como una empresa privada, que tiene planes a futuro para poder darse a conocer al mercado Internacional; es de suma importancia mencionar que una tercera empresa lo está haciendo a nivel local, sin embargo cuentan con una trayectoria muy amplia en el país, por lo que no sería difícil para ellos cumplir con los requisitos para exportar.

Por lo anterior expuesto se recomienda adoptar el Plan de Exportación de Productos Derivados de la Guayaba hacia el Mercado Europeo propuesto, pues contiene directrices, procedimientos que al implementarse ayudaran a disminuir las deficiencias que presentan los productores de guayabas y a superar la falta de conocimiento que tienen las empresas tanto productoras como procesadoras de éste fruto, a la vez mejorar continuamente los procedimientos que estos realizan en su trabajo, y favoreciendo la economía del país al incrementarse las exportaciones de productos 100% Nacionales.

INTRODUCCIÓN.

En el presente documento se desarrollan aspectos fundamentales que han de orientar la investigación, con el propósito de crear un Plan de Exportación de Productos derivados de la Guayaba hacia el Mercado Europeo, el cual se pretende brindar una guía básica para los productores procesadores y personas interesadas en poder exportar los derivados.

En primer lugar, la investigación realizada se orienta en brindar una guía básica con la cual pequeños y medianos productores así como procesadores de guayaba puedan exportar los productos derivados de Guayaba, hacia otros países. Para ello a continuación se presenta toda la temática que lo compone.

En el Capítulo I se presenta el marco teórico en el cual se detallan conceptos básicos de Plan, Exportación, Productos derivados de Guayaba y el Mercado Europeo, además se expone el perfil del consumidor europeo donde se muestra las características que poseen este tipo de cliente, además es importante conocer dentro del marco legal cuales son los requerimientos, las leyes, los acuerdos que se necesitan para poder exportar productos alimenticios al mercado europeo.

En el Capítulo II, se aborda el diagnóstico e investigación de campo de las empresas involucradas como lo son: Santa Cecilia, CENTA, Dulces Albanes, con las cuales se realizó la el FODA, así también, se presenta la metodología de la investigación, que incluye aspectos importantes para la recolección de información, en este punto se muestra el método de investigación, el tipo de investigación; las fuentes primarias, secundarias; las unidades de análisis; los sujetos de estudio; la población y muestra; además de las herramientas; técnicas de investigación, todos esto con el fin de recabar información que ayude a la interpretación y análisis de los resultados; permitiendo en el último capítulo, hacerles la propuesta del Plan de Exportación, con el fin de orientarles, de cuales serían los siguientes pasos apropiados a realizar, por ser exportadores primerizos a un mercado internacional, donde los principales consumidores gustan de productos exóticos derivados de frutas exóticas.

Capítulo I



Productos Derivados de Guayaba.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO SOBRE: PLAN, EXPORTACIÓN, PRODUCTOS DERIVADOS DE LA GUAYABA Y EL MERCADO EUROPEO.

A. PLAN.

Un Plan propone adelantarse a las circunstancias, donde se presentan acciones concretas que permiten darle solución para el futuro a fin de ahorrar recursos.

1. Definición de Plan.

- a) Es un documento, qué tiene como fin, orientar sobre los diversos procesos, especificaciones de determinadas actividades, de lo que habrá que hacerse en un futuro y cómo se hará¹.
- b) Es una serie de procedimientos y acciones, que buscan darle solución con la anticipación de los hechos y cómo se reaccionaría ante la situación, para poder lograr una meta².
- c) Es un diseño que se elabora antes de tomar una medida, con el propósito de conocer todos los elementos, procesos necesarios para implementar una acción³.

2. Importancia del Plan.

Permite conocer viabilidad comercial, técnica y económica de un proyecto, las debilidades y los riesgos; una herramienta que ayuda a mejorar la idea, a plantear objetivos de manera específica proponiendo alternativas de solución dependiendo de la naturaleza del caso.

3. Objetivos del Plan.

Son fundamentales para el desarrollo de un plan porque permite valorar los resultados y conocer si se cumplieron los objetivos trazados en el diseño:

- a) Identificar la situación actual.
- b) Facilitar la información de las diversas aéreas de enfoque al que vaya dirigido.

¹ Eumed(2006) Referencia eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1 a.htm.

² Sobreconceptos(2013) Referencia sobreconceptos.com.

³ Definición.de(2008) Referencia definicion.de/plan/.

- c) Desarrollar una estrategia que permita observar si los criterios que se utilizaran son los adecuados para la obtención de resultados.
- d) Identificar los riesgos para plantear medidas de solución.
- e) Definir y estructurar propósitos que sirva una evaluación favorable.

4. Tipos de Plan.

Los Planes se clasifican en:

- a) **Plan de Ventas:** consiste en la proyección de ventas, apoyado por estrategias competitivas elaboradas con el fin de incrementar sus ventas y sus ganancias.
- b) **Plan de Mercadeo:** contiene los elementos principales de marketing mix, que posibilitan el cumplimiento de una estrategia de mercadeo para alcanzar su objetivo.
- c) **Plan de Negocios:** comprende un proceso coherente de las acciones que se debe poner en marcha en un futuro, disponiendo de los recursos con los que se cuenta para cumplir con las metas y objetivos.
- d) **Plan Promocional:** es un programa que reúne un conjunto de actividades que impulsen a un producto en un determinado mercado, haciéndolo atractivo para los consumidores a través de la utilización de elementos de promoción.
- e) **Plan Estratégico:** es un diseño que recoge las características de lo que se requiere para cumplir misión y alcanzar su propia visión de una empresa.
- f) **Plan de Exportación:** es una herramienta básica para cualquier persona, empresario de pequeña y mediana empresa que desee iniciar o posicionarse en mercados extranjeros.

5. Pasos para elaborar un Plan.

Un plan es una herramienta indispensable pues permite ser una referencia para las personas que no tienen conocimiento y una manera sencilla, práctica y dinámica les permita tomar decisiones, para elaborarlo se necesita⁴:

- a) Definir Oportunidades.
- b) Establecer objetivos.
- c) Determinar y evaluar alternativas.
- d) Identificar riesgos.
- e) Selección de Alternativa.

⁴ Wikipedia(2015) Referencia es. wikipedia.org/wiki/Project_Management_Institute

- f) Desarrollar una secuencia y calendario de actividades.
- g) Diseñar un Plan de contingencia.
- h) Hacer un presupuesto detallado de todas las herramientas necesarias para la puesta en marcha.

B. EXPORTACIÓN.

Las exportaciones permiten una apertura de negocios con otros países, mediante los cuales se tienen tratados y convenios, dando paso al intercambio de bienes y servicios, al mismo tiempo se adquiere conocimientos y experiencias, al identificar los mercados en los que sus productos son atractivos.

Los elementos prioritarios para poder exportar son: calidad del producto en el mercado de destino, precio competitivo en ese mercado, volumen solicitado por el importador y realizar el servicio pos-venta, cuando sea necesario. Para lograrlo se requiere de un compromiso con la calidad, ser creativo y actuar con profesionalidad.

1. Definición de Exportación.

- a) Es una actividad comercial de un bien o servicio, que se realiza con un país u otros países, por otra parte se deben cumplir ciertos requisitos tanto como para el que importa como el que exporta, para que pueda ser comercializado⁵.
- b) Es una actividad de negocio, que consiste en comercializar productos y servicios con otros países, tomando en cuenta las oportunidades y los riesgos, en igual forma le permite al País desenvolverse en un contexto internacional⁶.

2. Clases de Exportación.

Es importante mencionar las diferentes clases de exportación, tales como:

- a) Exportaciones no Tradicionales:** son aquellos productos que se exportan no tan frecuentemente, por su bajo nivel de consumo; ejemplo: frutas frescas, mermeladas.
- b) Exportaciones Tradicionales:** son los productos de consumo masivo y que representan el volumen mayor de exportación; ejemplo: tamales, pupusas, horchata.

⁵Definición abc(2007-2015).Referencia: <http://www.definicionabc.com/economia/exportacion.php>

⁶Márquez Castro (2010), Comercio y marketing internacional, Cengage Learning Editores.

- c) **Exportaciones Restringidas:** son aquellas exportaciones limitadas por el gobierno, pues requieren de autorizaciones para que estas puedan ser sometidas al régimen aduanero, pero con un control debido; ejemplo: figuras y estatuillas, abortivos
- d) **Exportaciones no Restringidas:** son aquellas que se realizan sin restricciones pero deben cumplir con los requisitos aduaneros solicitados; ejemplo: cerveza.

3. Clasificación de Exportación.

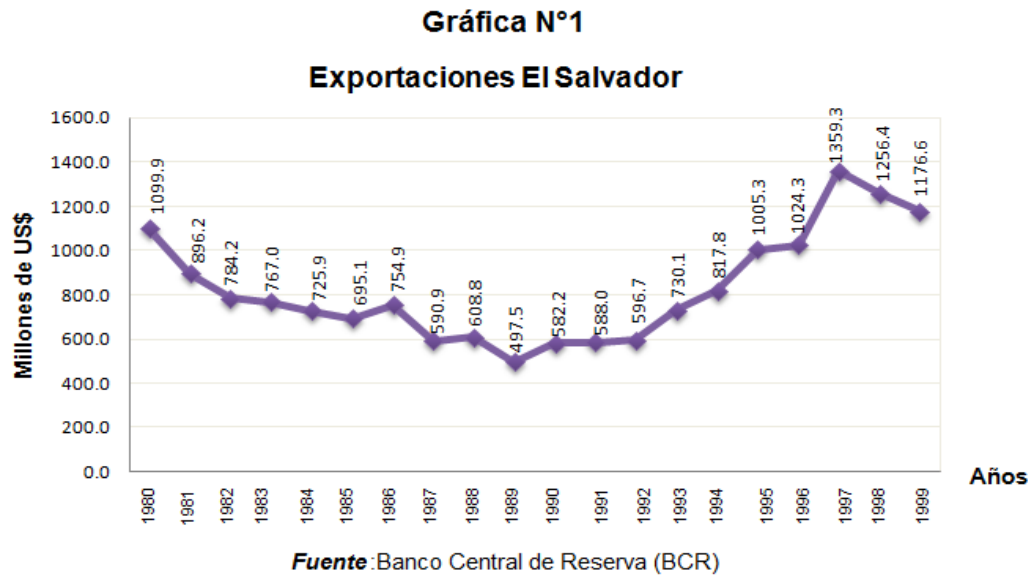
Las exportaciones se clasifican por su proceso, según se menciona a continuación:

- a) **Eventual sin valor comercial:** muestras.
- b) **Temporales:** como lo son las Ferias Internacionales.
- c) **Definitivas:** son aquellas exportaciones las cuales tienen un beneficio, pues ya gozan de todos los requisitos y cumple con todos los permisos requeridos para su comercialización.
- d) **Menor:** es un costo determinado que no debe exceder a un monto establecido, pues este no necesita la intervención de las aduanas para poder salir del país.

4. Evolución Histórica de las Exportaciones en El Salvador.

La exportación no se limita a un tamaño previamente determinado de empresa, aunque pueden existir algunos bienes y servicios en los que se requiera de capitales y la capacidad de coordinar recurso humano en magnitudes importantes. Existen empresas micro/artesanales, pequeñas, medianas y grandes que se dedican a la exportación.

También puede decirse que es una actividad de mediano y largo plazo, que exige una adecuada planeación de los recursos; ésta, sin embargo, no existe cuando la empresa atraviesa por un período de crisis. Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional.



El gráfico N°1 ilustra las exportaciones desde 1980 a 1999, donde el crecimiento durante los años 80's, no fue favorable por la situación de conflicto que vivía el país en aquel entonces pues provocó que la producción se redujera a consecuencia de la emigración de los habitantes; durante la década de los años 90's, el crecimiento fue notable es decir los mercados internacionales permitieron aprovechar los convenios pues ofrecían protección y permitían comercializar los productos a buenos precios.

La incursión en los mercados internacionales se realiza por tradición en mercados más cercanos, de rápido crecimiento y similares culturalmente, donde la competencia es menos agresiva que en los más grandes. En varios de los casos, esta se realiza de manera casual según los pedidos que se reciban.

Los errores más comunes al momento de exportar son: falta de evaluación de la capacidad de internacionalización, no considerar aspectos de las diferencias culturales, falta de investigación acerca del mercado, selección errada del socio comercial, falta de conocimiento de las barreras en los países importadores y en el exportador; no efectuar la investigación, registro y monitoreo de la marca, elaboración de contratos sin considerar la legislación y la práctica del país extranjero, extrema diversificación de los mercados, falta de conocimiento de las normas de defensa del consumidor, no contar con una estructura adecuada para dirigir la exportación y la falta de presencia en el mercado.

5. Situación Actual de las Exportaciones de El Salvador.

Las exportaciones en El Salvador en los últimos años han incrementado tomando como referencia el año 2012 y primer trimestre de 2015; se observa por cada rubro que los productos tradicionales han experimentado caídas, mientras los productos No tradicionales han crecido levemente tomando ventaja significativa, permitiendo así la generación de empleos, el aumento de las inversiones así como también el aumento de la producción⁷.

5.1 Exportaciones Tradicionales.

Los productos tradicionales son aquellos en los cuales los productores no necesitan de muchos insumos para el proceso productivo.

Los Productos considerados como exportaciones tradicionales en El Salvador, se menciona el azúcar, café, camarones y algodón⁸.



Las exportaciones tradicionales en los últimos años ha experimentado un decrecimiento, en el gráfico 2, dicho comportamiento se debe a las variaciones principalmente en el café y el azúcar, para el periodo comprendido de 2012 a el primer trimestre de 2015; por los diversos problemas presentados en los últimos años en cuanto a producción así como por competitividad. Varios factores en tres de los productos principales que se comercializan

⁷ Informe de Coyuntura Económica. Cuatro Trimestre 2012 - Primer Trimestre 2015. Referencia. Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES).

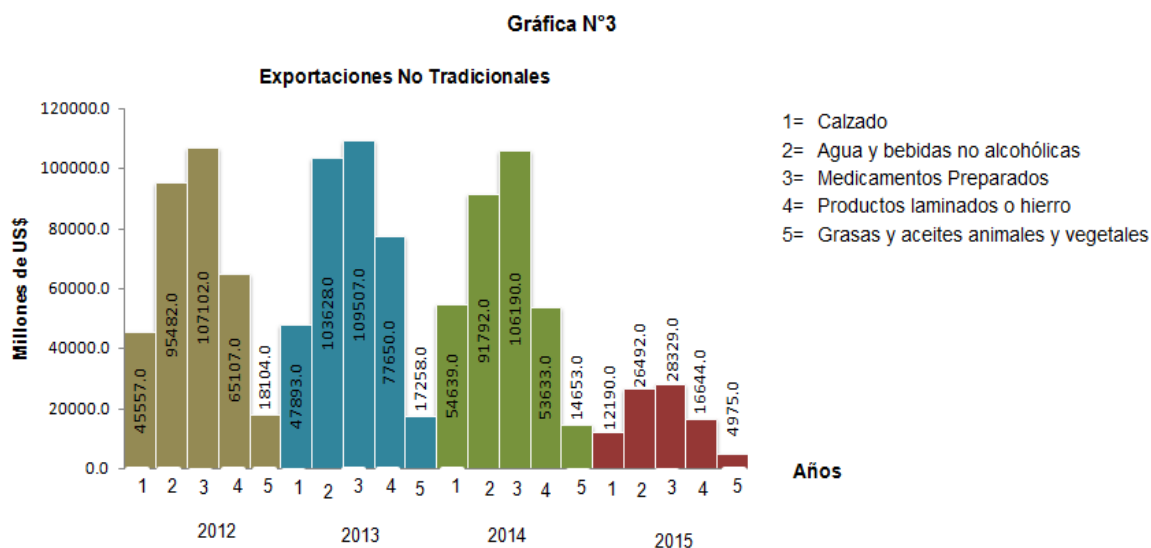
⁸ Revista Trimestral. Enero- Marzo 2015. Referencia. Banco Central de Reserva

internacionalmente, entre ellos la cosecha café afectada por la roya, los bajos precios a los que se cotiza internacionalmente el grano de café; cabe destacar que en los últimos años el azúcar ha tenido más participación; la reducción tanto en ambos productos por factores como el cobro por servicio de rayos X en las aduanas, generó que los representantes mostraran su descontento provocando que los principales compradores por vía terrestre de los países centroamericanos disminuyera su compra. Los camarones también en los años anteriores desde 2014 han experimentado un leve crecimiento, aunque para el primer trimestre de 2015 no se registren datos; otro producto tradicional es el algodón pero en los últimos años no ha tenido mucha representación, es decir dicho producto no se ha exportado.

5.2 Exportaciones No Tradicionales.

Un producto no tradicional es cuando su transformación requiere un proceso detallado en producción y envasado, pues genera un alto valor agregado una vez procesado.

Como exportaciones no tradicionales se consideran los siguientes productos: prendas de vestir; ropa interior; agua y bebidas no alcohólicas; medicamentos preparados; productos laminados de hierro o acero; cajas, bolsas, botellas y demás envases plásticos; aceites animales y vegetales; lomos de atún (cocidos y congelados); metales preciosos (excepto oro); jugos de frutas; hierro, acero, láminas y calzado⁹.



Fuente: Banco Central de Reserva

⁹ Revista Trimestral. Enero- Marzo 2015. Referencia. Banco Central de Reserva.

Para el análisis, se tomaron 5 productos de las exportaciones no tradicionales, para comparar los años 2012, 2013, 2014 y el primer trimestre 2015, según el gráfico 3, se ha tenido incrementos considerables, es poca la disminución para los años anteriores, pues los países a donde se exporta cada vez demandan de estos, permitiendo que este sector sea competitivo.

6. Importancia de las Exportaciones.

6.1 Importancia social.

Las exportaciones generan empleos, esto permite a las empresas que los empleados se capaciten volviéndose competitivos en el trabajo a desempeñar, obteniendo un salario justo por el trabajo realizado, brindándoles participación, formación y salud.

La mano de obra del trabajador salvadoreño es reconocida por su constancia y adaptación rápida a los cambios; y la economía es una de las más abiertas en América Latina en donde las materias primas y los bienes de capital no pagan aranceles.

6.2 Importancia Económica.

La exportación de bienes y servicios aporta beneficios para la balanza comercial, cuenta corriente, y cuenta de pagos de cualquier país, es una fuente de demanda para la producción de bienes pues se incrementan los productos e ingresos de la economía en general.

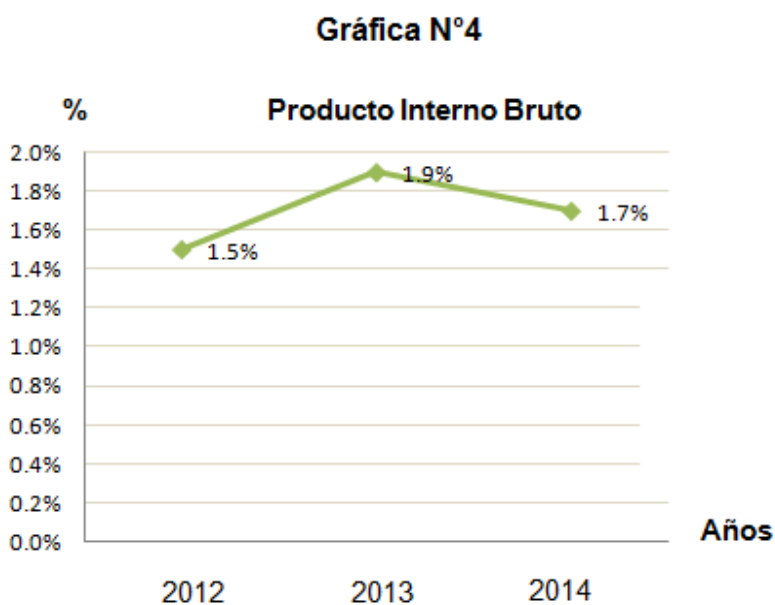
A nivel empresarial existen diversos factores microeconómicos que explican por qué las exportaciones son siempre positivas:

- ✚ Permiten diversificar riesgos frente a mercados internos inestables y amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos.
- ✚ Promueven la operación con economías a escala, de tal manera que se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios.

- ✚ Posibilitan obtener precios más rentables debido a la mayor apreciación del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los cuales se exporta.
- ✚ Alargan el ciclo de vida de un producto.
- ✚ Existe equilibrio en la entrada de nuevos competidores a un determinado mercado mejorando la relación entre cliente y proveedores.

a. Producto Interno Bruto de El Salvador.

El Producto Interno Bruto (PIB) es la suma del valor agregado bruto de todos los productores en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos. Se calcula sin hacer deducciones por depreciación de bienes manufacturados o por agotamiento y degradación de recursos naturales. Los datos se expresan en moneda local a precios corrientes. Las cifras en dólares del PIB se obtienen convirtiendo el valor en moneda local utilizando los tipos de cambio oficiales de un único año. Para algunos países donde el tipo de cambio oficial no refleja el tipo efectivamente aplicado a las transacciones en divisas, se utiliza un factor de conversión alternativo¹⁰.



Fuente: Banco Central de Reserva (BCR)

¹⁰ Revista Trimestral. Octubre- Diciembre 2014. Referencia. Banco Central de Reserva.

En los últimos 3 años, el crecimiento ha sido variable para el país, es decir que las actividades económicas por parte de la empresa privada y del gobierno, no son suficientes para que la economía sea dinámica. Específicamente en lo comercial, servicios y agrícola, pues la entidad gubernamental no está implementando políticas que generen ingresos, solventen el déficit y reduzcan el endeudamiento del País.

Cabe destacar a todos los países, incluidos aquellos de menos recursos, porque tienen activos humanos, industriales, naturales y financieros que pueden emplear para producir bienes y servicios para sus mercados internos o para competir en el exterior. La economía enseña a obtener beneficios cuando esas mercancías y servicios se comercializan en mercados adecuados. Dicho simplemente, el principio de la “ventaja comparativa” cuyo significado indica la prosperidad de los países, en primer lugar, aprovechando sus activos para concentrarse en lo que pueden producir mejor, y después intercambiándolo comercialmente.

6.3 Importancia Cultural.

La importancia del correcto desempeño de las relaciones internacionales en el desarrollo, político, comercial, cultural a nivel mundial es primordial hoy día para lograr un proceso de desarrollo integral de las naciones. No existen naciones que puedan considerarse autosuficientes que no necesiten el apoyo de los demás países, aún los países más ricos necesitan recursos de los cuales carecen y que por medio de las negociaciones y acuerdos mundiales suplen sus necesidades y carencias en otras zonas.

La cultura es un factor determinante en la realización de un negocio, además de considerarla también como un reto al que diversas empresas deben enfrentarse cuando deciden traspasar sus fronteras territoriales. Entre los aspectos más importantes se encuentran el idioma, el cual es fundamental para comunicarse en otro país, el conocimiento del protocolo y etiqueta, así como costumbres locales, los cuales ayudan a la buena negociación y relación entre empresas multinacionales. Así mismo influye directamente en las negociaciones internacionales, dado que no todos los países negocian de la misma manera. Aspectos como valores fundamentales, hábitos, costumbres, religión, moral, etc., son indispensables conocerlos, primero para poder tener una buena comunicación y obtener una negociación que beneficie a ambas partes.

a. Principales países destino de las exportaciones Salvadoreñas, 2015.

Los Países que importan los diversos productos de El Salvador, los prefieren porque tienen un toque característico dependiendo de la naturaleza de este; dado que existe una variedad procesados y no procesados; lo Salvadoreño se reconoce por su buen gusto, aroma, colores, sabores, calidad, inspiración con la que son elaborados.

	2011	2012	2013	2014	2015*
Exportaciones	318,577	242,205	230,025	186,729	56,937
Importaciones	612,098	581,750	704,863	614,591	158,386
Saldo Balanza Comercial	-293,521	-339,545	-474,838	-427,862	-101,449

2015* Primer trimestre de Enero -Marzo

Fuente: Revista del Banco Central de Reserva. Enero-Marzo 2015

El Cuadro N°1 refleja la variación en los totales de las importaciones durante 2011, 2012, 2013, 2014, primer trimestre de 2015; determinado por consumo, intermedios, maquila; uno de los factores importantes, es en la caída de precios de los hidrocarburos, mostrando una leve disminución así como la poca actividad económica y la contracción de los bienes de consumo; con respecto a las exportaciones en los años de 2011 a 2013 tuvo un notable crecimiento, mientras que para 2014 disminuyó considerablemente por la falta de competitividad del país, por otra parte los productos no tradicionales aumentaron inyectando beneficios por consiguiente los productos tradicionales no lograron un alza, por problemas en su producción atribuido por competidores altamente calificados¹¹.

Es importante resaltar que los países que conforman la región Centroamérica son los principales socios de El Salvador, mientras fuera de la región países como Estados Unidos, Panamá, República Dominicana, México, España, Holanda siguen siendo los principales socios fuera de la región, en la exportación de sus productos permitiendo un crecimiento leve pues se tiene altos y bajos en las exportaciones por problemas sociales, políticos y económicos que permiten que se desarrollen con normalidad.

¹¹ Informe sobre la Situación Económica 2015-01. Referencia Banco Central de Reserva.

Cuadro N° 2
Intercambio Comercial El Salvador

País	US \$ Millones	%
Estados Unidos	652,753	53.52%
Honduras	192,345	15.77%
Guatemala	183,710	15.06%
Nicaragua	87,577	7.18%
Costa Rica	60,639	4.97%
Alemania	11,973	0.98%
Japón	8,720	0.71%
Otros Países	21,992	1.80%
Total	1219,709	100.00%

Fuente: Revista del Banco Central. Enero- Marzo 2015

En el cuadro N°2, para El Salvador el principal país al cual exporta es Estados Unidos con un 53.52%, ha exportado un total de \$652,753 durante el primer trimestre del 2015 pues los productos nostálgicos tienen un gran demanda por los salvadoreños residentes allá; los demás países centroamericanos demandan de otro tipo de productos tanto tradicionales como no tradicionales.

7. Antecedentes entre El Salvador y la Unión Europea.

En 1993 Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá firmaron con la Unión Europea, el Acuerdo Marco de Cooperación que entró en vigencia el 1º de marzo de 1999.

En junio de 2007, la Unión Europea y Centroamérica lanzaron negociaciones de un acuerdo de asociación, durante las reuniones celebradas en Bruselas. En abril de 2009, se decidió interrumpir temporalmente las negociaciones con los 6 países, reanudándolas, el 24 de abril del mismo año.

El 3 de febrero de 2010, los negociadores comerciales de los países centroamericanos y de la Unión Europea sostuvieron una reunión de tres días, en la que acordaron un calendario de trabajo con vistas a cerrar un acuerdo de asociación. Después de varias

negociaciones el Acuerdo se firmó el 1 de octubre de 2013 entre la Unión Europea y El Salvador¹².

8. Exportaciones de El Salvador con la Unión Europea.

En la actualidad El Salvador está aumentando la producción de sus bienes y servicios para el intercambio comercial con otros países del mundo. Además de sus productos tradicionales de exportación como el café, azúcar y camarón, el país exporta: Medicinas, Jabones y Detergentes, Calzado, Manufacturas de Plástico, Manufacturas de Papel y de Cartón, Productos Laminados de Hierro y Acero, Hilados de Algodón, Ropa Interior, Manufacturas de Aluminio, Cervezas, Refrigeradoras, entre otros¹³.

Cuadro N°3
Principales Productos Salvadoreños
Exportados a la Unión Europea

Producto	% de Exportación
Café Oro	35%
Atún	33%
Melaza de Caña	4%
Gasolina de Aviación	6%
Miel Natural	3%
Azúcar de caña	2%
Alcohol etílico absoluto	2%
Suéteres de Fibra Sintética	1%
Plantas Frescas	1%
Injertos	1%

Fuente: Agencia de Promoción de Exportaciones y de Inversión de El Salvador (PROESA)

El cuadro n° 3 con datos actualizados hasta 2013, permite apreciar el porcentaje de los diversos productos agrícolas, agroindustriales e industriales de mayor exportación, para el 2014 los consumidores son más demandantes en el mercado Europeo, es por eso, la

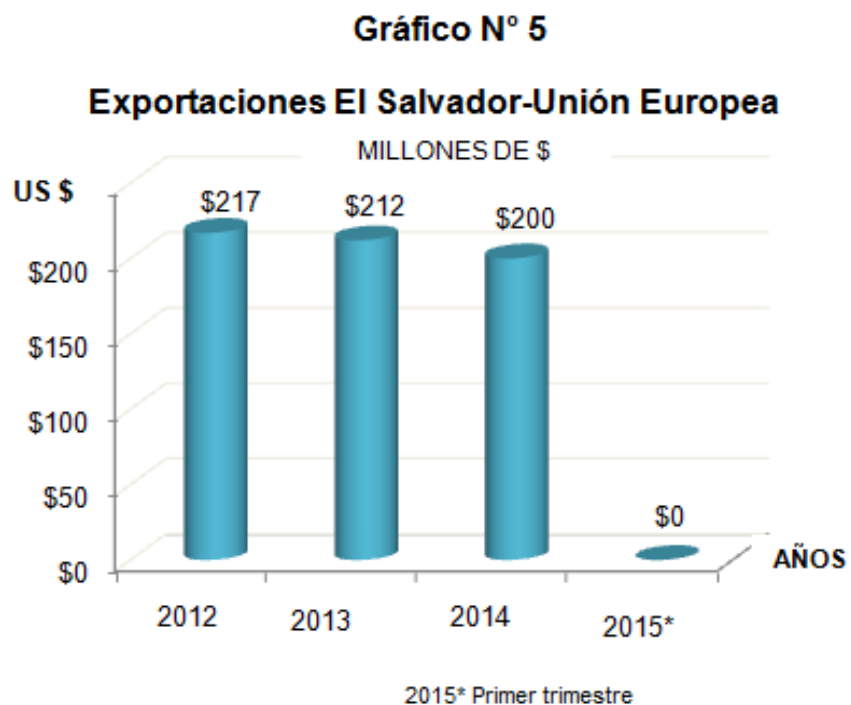
¹² Oportunidades en la Relación Comercial entre Centroamérica y la Unión Europea- El Salvador. Octubre 2008. Referencia: Ministerio de Economía.

¹³ Oportunidades de negocio entre El Salvador y la Unión Europea -2013. Referencia: Agencia de Promoción de Exportaciones y de Inversión de El Salvador (PROESA).

promoción de diversos productos entre ellos el café, azúcar y los productos no tradicionales.

8.1 Exportaciones El Salvador y la Unión Europea.

Los principales productos que se exportan a la región son alimentos y animales vivos, específicamente café, preparaciones de carne, miel natural, lomos de atún y otros. El año recién pasado 2014, El Salvador comenzó a exportar azúcar a la UE, la región es la segunda mayor consumidora de azúcar en el mundo.



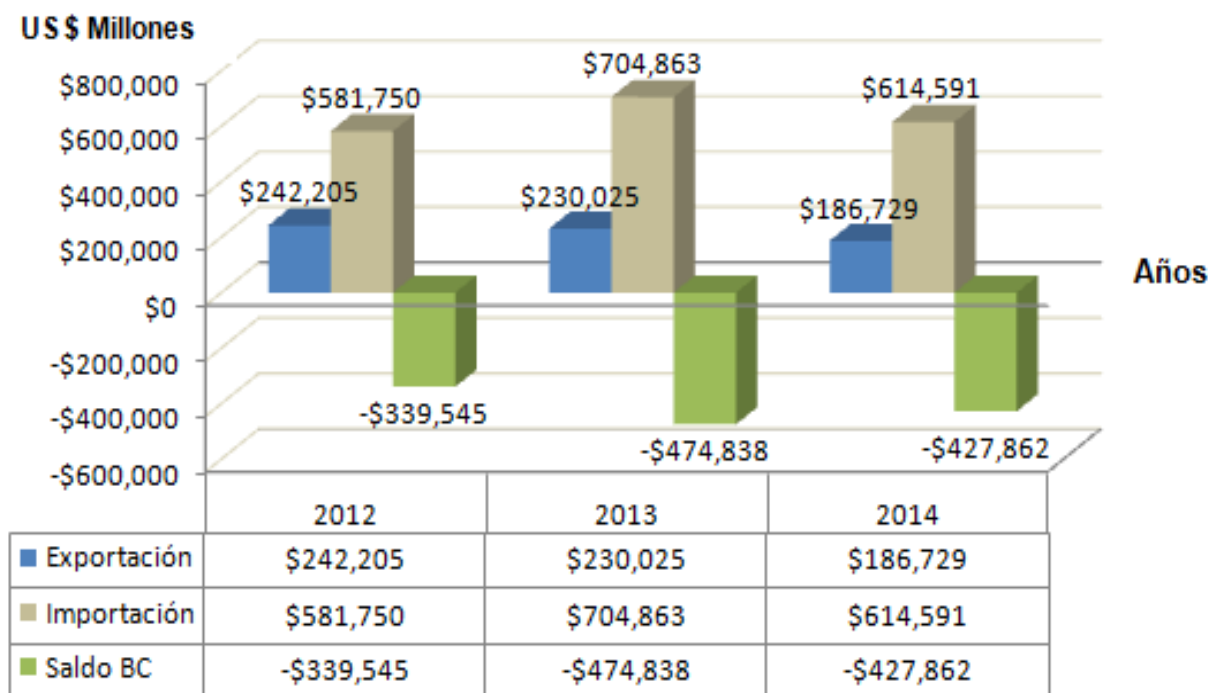
Fuente: www.laprensagrafica.com/2015/05/09/el-salvador-exporta-menos-hacia-europa

Para los últimos años según las estadísticas las exportaciones a la Unión Europea han disminuido, lo que se busca desde 2012 es promover el comercio internacional entre las dos regiones a través de la eliminación de aranceles en las aduanas, pero la reducción continuo, para 2013 en \$5 millones, siendo en 2014 un baja de 12 millones por la falta de promoción de los productos, para los primeros 3 meses de 2015 no se reportan datos.

La Balanza Comercial de El Salvador con la UE ha presentado un déficit, de acuerdo con el Banco Central de Reserva (BCR); como se puede observar en el gráfico las importaciones que han realizado los países europeos son mayores a las exportaciones que se han realizado dejando a El Salvador con un saldo negativo en la balanza comercial con la Unión Europea.

Gráfico N°6

Balanza Comercial El Salvador-Unión Europea 2012 a 2014.



Fuente: Revista Trimestral del Banco Central de Reserva de El Salvador Enero- Marzo 2015.

Así mismo, se observa que las exportaciones han ido disminuyendo paulatinamente año con año desde 2012, debido a la recesión registrada en 2011 y 2012, la Unión Europea inició un lento proceso de recuperación, el cual ha sido relativamente más intenso, aunque insuficiente, desde mediados de 2014¹⁴.

¹⁴ Revista Trimestral. Enero- Marzo 2015. Referencia Banco Central de Reserva

Cuadro N° 4
Exportaciones por Países, El Salvador- Unión Europea 2011-2014

País	2011	2012	2013	2014
Rep. Federal de Alemania	140,289	69,760	57,777	23,306
España	547	208	234	302
Bélgica - Luxemburgo	26,825	17,385	11,731	7,861
Dinamarca	138	208	122	24
Francia	6,042	7,696	5,942	7,447
Finlandia	1,893	1,041	1,143	621
Reino Unido	15,163	17,292	14,652	9,030
Grecia	17	25	67	1,306
Países Bajos (Holanda)	10,099	11,252	20,539	35,379
Hungría	6	19	4	4
Italia	24,291	22,509	21,673	24,972
Irlanda	958	2,967	3	47
Noruega	1,395	1,211	1,367	2,825
Polonia	526	16	1,499	97
Portugal	659	750	5,479	1,415
Suecia	13,247	9,602	8,250	4,985
Suiza	461	317	230	755
TOTALES	242,556	162,258	150,712	120,376

Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador. Enero- Marzo 2015

En este cuadro, expresado en Millones de dólares, se presentan los valores de las exportaciones por países que conforman la Unión Europea, en donde se puede observar cómo han ido decreciendo paulatinamente desde el año 2011 esto debido a la recesión que hubo en ese año y el 2012, lo que ha conllevado a que las exportaciones bajaran.

Según los datos de la Revista Trimestral del Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR), también se pueden ver que países, como Países Bajos y Suiza, las exportaciones tuvieron una variación en estos últimos años teniendo un pequeño aumento para el 2014.

8.2 Exportación de Productos No Tradicionales Mensuales.

El comportamiento de las exportaciones de El Salvador de productos no tradicionales, ha ido creciendo paulatinamente en los últimos años; lo que refleja una oportunidad para las pequeñas empresas del país que quieren exportar.

CUADRO N° 5

Flujos Mensuales de Exportaciones de Producto No Tradicionales (Millones de \$)

Años	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2011	271	282	326	269	305.4	318.9	334.8	307.5	316.6	297.6	307.8	305.3
2012	303	312	341	276	334.2	260.6	387.7	325.9	307.6	322	308.5	286.9
2013	320	310	314	330	343.2	325.4	357.6	326.8	322.9	352	318.6	286.8
2014	290	308	342	312	357.8	331.8	371.2	331.9	331.9	347.2	335.4	302.3
2015	326	334	352									

Fuente: Unidad de Inteligencia Económica. Ministerio de Economía

Los flujos mensuales totalizaron durante 2014 un valor de \$5,272.7 millones, mostrando un impacto favorable, comparando el año 2013 la reducción para ese año fue leve comparado con los anteriores, en este rubro los productos que desde 2011 han permitido un crecimiento son la ropa interior, textiles y prendas de vestir, favorecido por lo pedidos realizados por los socios comerciales de El Salvador, que han permitido que se conozcan internacionalmente, por el aumento de unidades demandas¹⁵.

9. Relaciones comerciales El Salvador con la Unión Europea.

Hasta 2012, en términos de importaciones El Salvador es el socio comercial número 119 para la Unión Europea, un puesto muy distante de sus contrapartes centroamericanas como Costa Rica (41), Honduras (80) y Guatemala (93). En lo que respecta a exportaciones, El Salvador es el socio 119 para la UE, comparado con Costa Rica (41), Guatemala (96) y Honduras (122). Tomando en cuenta el total del intercambio comercial de El Salvador con la Unión Europea, el país ocupa el puesto 119 en la lista de socios comerciales de la UE.

¹⁵ Productos No Tradicionales 28 de Enero de 2015. Referencia. Banco Central de Reserva

Para El Salvador, la Unión Europea es su tercer socio comercial con una participación de 7% en importaciones totales y 4% en exportaciones totales del comercio del país. Estados Unidos es su principal socio comercial (37% en el total de importaciones y 48% en el total de exportaciones), seguido de Centroamérica¹⁶.



9.1 Inversión Extranjera Directa.

🚩 **Período 2009-2012** El Banco Central de Reserva, consolida datos de Inversión Extranjera Directa (IED) acumulada desde el primer trimestre de 2009 al cuarto trimestre de 2012 y presenta una lista de los 33 principales países que han realizado inversiones en El Salvador en ese período. Dentro el grupo de la UE, España lidera a los Estados Miembros con una IED acumulada de \$2,565.8m, seguido de Holanda con \$1,536.7m e Italia con \$1,291.7m. Completan la lista europea: Luxemburgo (\$976.8m); Alemania (\$942.4m); Francia (\$230.7m); Bélgica (\$109.6m); Suecia (\$59.5m); y República Checa (\$21.3m).

🚩 **Período 2000-2009** El Banco Central de Reserva, consolida datos de IED acumulado desde el primer trimestre de 2000 al cuarto trimestre de 2009 y presenta una lista de los 30 principales países que realizaron inversiones en El Salvador en ese período. En quinto lugar se encuentra Luxemburgo con una IED acumulada de \$248.4 millones, seguido de España en sexto lugar con \$242.7 millones, Holanda en el puesto diez con \$151.3 millones, y sucesivamente Italia con \$114 millones y Alemania con \$99.8 millones. En el vigésimo puesto se encuentra Francia con \$24.5 millones, luego Bélgica en el veinticinco con \$10.6 millones, Suecia con \$8.4 millones en el puesto veintiocho y finalmente la República Checa en el puesto treinta con \$2.5 millones de IED acumulada.

¹⁶ Oportunidades en la Relación Comercial entre Centroamérica y la Unión Europea- El Salvador, 2008. Referencia: Ministerio de Economía.

10. Instituciones que promueven las exportaciones en El Salvador.

Siglas: CENTREX INSTITUCIÓN 	DESCRIPCIÓN GENERAL	SERVICIOS QUE OFRECE
Nombre: Centro de Trámites de Exportaciones Correo: centrex@bcr.gob.sv Sitio Web: www.centrex.gob.com	El Centro de Trámites de Exportación (CENTREX), fue creado en 1987 y administrado por el Banco Central de Reserva de El Salvador desde 1989. Los objetivos principales del CENTREX son: centralizar, agilizar y simplificar los trámites de exportación de las instituciones involucradas en la actividad exportadora.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Emisión de los documentos de exportación en las mismas empresas: Declaración de Mercancías, Formulario Aduanero Único Centroamericano... etc. ✓ Integración con Teledespacho de la Dirección General de Aduanas y con la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) de Guatemala. ✓ Consultas interactivas en línea sobre sus propias operaciones, sistema arancelario y disposiciones para el usuario.
EXPORTA 	DESCRIPCIÓN GENERAL	SERVICIOS QUE OFRECE
Nombre: Agencia de Promoción de Exportaciones de El Salvador Correo: info@proesa.gob.sv Sitio Web: www.exporta.gob.sv / www.proesa.gob.sv	Agencia oficial de promoción de Exportaciones de El Salvador, que a su vez forma parte de la Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Exporta facilita y promueve de manera ágil, oportuna y eficaz, el acceso de las empresas a los servicios y mecanismos de apoyo tanto públicos como privados, que les permitan insertarse exitosa y sostenidamente en los mercados internacionales.	La institución brinda servicios a los exportadores nacionales (actuales y potenciales) por medio de tres herramientas: <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia de Mercados • Desarrollo exportador • Atención al exportador

CAMARASAL 	DESCRIPCIÓN GENERAL	SERVICIOS QUE OFRECE
<p>Nombre: Cámara de Comercio e Industria de El Salvador Unidad CAPYME</p> <p>Correo: camara@camarasal.com</p> <p>Sitio Web: www.camarasal.com</p>	<p>El apoyo a la operación de exportación se hace desde dos unidades: CAPYME y División Técnica. CAPYME es la unidad creada por la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador que tiene como Misión: “Impulsar el desarrollo empresarial de nuestros socios del sector MIPYME, ofreciendo una gama de servicios técnicos especializados, orientados a fortalecer su competitividad y sostenibilidad, y asimismo realizar acciones para incidir en mejorar el entorno empresarial del sector”.</p>	<p>Brújula empresarial, enfocada a empresas de no más de 10 empleados, con el objetivo de redefinir su rumbo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planes Estratégicos. • Asesorías y vinculaciones con otros programas de apoyo. Unidad Técnica: • Brinda asesoría en temas de TLC y asesora en problemas de Aduanas. • Se cuenta con una Ejecutiva en Ferias y Misiones, quien brinda asesoramiento para dichas actividades.
COEXPORT 	DESCRIPCIÓN GENERAL	SERVICIOS QUE OFRECE
<p>Nombre: Corporación de Exportadores de El Salvador</p> <p>Correo: coexport@coexport.com.sv</p> <p>Sitio Web: www.coexport.com.sv</p>	<p>La Corporación de Exportadores de El Salvador COEXPORT, es una institución privada sin fines de lucro, al servicio del sector exportador.</p> <p>Promueve y fomenta la producción y exportación de bienes y servicios a través del sistema de libre empresa, como un medio de desarrollo económico y social del país, aglutinando a los sectores productivos vinculados con la exportación.</p> <p>Busca impulsar un sector exportador sólido, con crecimiento sostenible y acelerado, con productos posicionados en mercados internacionales estratégicos y constituyendo el eje principal para el desarrollo y bienestar social del país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Representación Sectorial • Atención directa a problemas particulares • Gestoría personalizada • Orientación y asesoría general • Capacitación • Promoción de exportaciones • Información • Programa de apoyo a las pymes <p>Programas Principales De COEXPOR En Conjunto Con Pymes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa AI-Invest • Programa AgroCAFTA

C. Productos Derivados de la Guayaba.

En este apartado se describirá desde el origen de la Guayaba, la distribución geográfica que tiene, cuales son las características, propiedades, las variedades que se producen en el país y los productos que se pueden derivar de ella.

1. Origen de la Guayaba.

Nombre científico: *Psidium guajava*. Es una especie nativa de América, siendo su centro de origen en Brasil o en algún lugar entre México y Perú, de acuerdo con algunos investigadores. La Guayaba fue cultivada hace 2,000 años por los indígenas. Hoy su cultivo se ha extendido a diferentes países del mundo, y en los últimos años, se ha despertado un interés por manejarlo a nivel comercial utilizando variedades mejoradas con frutos de buen tamaño y excelentes rendimientos.

Según las variedades, la Guayaba puede tener forma redondeada semejantes a un limón o parecida a una pera. Su cáscara es cerosa; en algunas variedades de piel lisa, otras rugosa y de un color, de verde a amarillento según la especie y su grado de maduración. Bajo la cáscara se encuentra una primera capa de pulpa, consistente y gran número de semillas de constitución leñosa y dura. La pulpa puede ser color beige en ocasiones y en otras de color rosado.

Son países productores Brasil, Colombia, Perú, Ecuador, India, Sudáfrica, California, Florida, México, Filipinas, Venezuela, Costa Rica, Cuba, Puerto Rico.

a. Distribución geográfica de producción de Guayaba.

Las zonas potenciales de producción son las zonas costeras debido a que las plantaciones necesitan de zonas cálidas; de preferencia establecidas en zonas con potencial de riego en suelos arenosos hasta arcillosos, además la tierra debe prepararse con materia orgánica así como los terrenos deben estar drenados. A continuación se presenta las zonas aptas para el cultivo de Guayaba.

FIGURA N° 1
MAPA DE CULTIVO DE GUAYABA



Fuente: Ministerio de Agricultura y Ganadería, elaborado por Ingeniero Mauricio de Jesús Vanegas (2004).

b. Características del producto.

La Guayaba es una fruta con mayor contenido vitamínico (16 vitaminas diferentes), contiene minerales como calcio, fósforo, hierro; sustancias albuminoides, ácido tánico, vitamina B1, B2, B3, C.

Existen diferentes variedades de guayaba, encontrándose frutos cuyo peso oscila entre los 150 y los 700 gramos.

El fruto se cultiva principalmente para consumo fresco; pero con el desarrollo de la agroindustria se han encontrado muchos productos que se pueden elaborar de este fruto, entre los cuales se menciona: néctares, mermeladas, jaleas, frozen, sorbete, gelatinas, existe también un producto conocido en el Caribe como cascós de guayaba, además se obtiene el concentrado que es la base para la industria de la panadería y dulcerías.

Contiene el doble de vitamina C que la naranja, conteniendo además vitamina A, hierro, calcio y fósforo. Tiene uso medicinal en el control de la diarrea, dolor de estómago, debilitamiento, evita la caída del cabello, llagas e hinchazones, como desparasitante, contra el reumatismo y padecimientos de la piel.

c. Variedad de Guayaba Taiwanesa

1. Variedad Taiwanesa 1

La planta es de poco vigor, se estima que su producción, a partir del cuarto o quinto año.

- **Características de los frutos.**

De forma redonda, un poco achatados en el pedúnculo y en el ápice, su piel es lisa y de color verde pálido, presenta una consistencia jugosa y crocante, sabor dulce, su peso varía de 1-1.5 libras, sus medidas son de 10 x 8 cm.



Fruto de la variedad Taiwán 1

2. Variedad Taiwanesa 2

Es una planta bastante vigorosa, su producción a partir del cuarto o quinto año, al igual que la No 1, es de 62 t/ha al año.

- **Características de los frutos.**

Su forma varía entre redondo a alargado, su piel es rugosa y su color es un verde olivo en el momento óptimo de cosecha, presenta una consistencia crocante poco jugosa, sabor dulce, su peso varía de 1-1.5 libras, miden de 12.0 x 9.0 cm.



Fruto de la variedad Taiwán 2

Manteniendo condiciones de riego y adecuada fertilización, mantienen una producción continua durante todo el año.

d. Productores de Guayabas

En El Salvador hay pocos productores de Guayaba a nivel nacional de entre los cuales se mencionara a continuación¹⁷:

¹⁷ Registro en Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal Enrique Álvarez Córdova (CENTA).

- **Blanquita**
 Contacto: Carlos E Segura Padilla
 Cantón Recua Luya, Caserío El Puerto, San Luis Talpa, La Paz.
 Celular. 503 78945288
- **Carlos Hipólito López**
 San Juan Opico, La Libertad, El Salvador.
 Tel. 503-2273092
- **Empresa Agricultor S.A**
 Contacto: Roberto Navarro
 Finca San José, Cantón Las Flores, Tonacatepeque, San Salvador.
 Tel: 503-2260-4562
- **Cultivar de Proserquisa**
 Información de la empresa: Producción y comercialización.
 Contacto: Cecilia Palma
 Información sobre producción: Guayaba, fruta fresca, todo el año.
 Otros: Es una empresa familiar dedicada al cultivo y agro industrialización de limón
 pérsico, rosa de Jamaica, especies aromáticas, plantas medicinales y guayaba
 taiwanesa, procesan 10,000 unidades (100 gramos) anualmente.
- **Finca Santa Cecilia.**
 Información de la Empresa: Producción y comercialización.
 Contacto: Ingeniera. Estela Escamilla.
 Información sobre producción: Guayaba, fruta fresca, todo el año, distribuye a un
 supermercado de prestigio a nivel Salvadoreño.
- **Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA).**
 Información de la Empresa: Producción y comercialización.
 Contacto: Ingeniera. Estela Escamilla.
 Información sobre producción: Guayaba, fruta fresca, todo el año

e. Análisis del mercado Local.

Actualmente se han introducido cuatro variedades de Guayaba al país, las variedades Taiwán 1, 2, 3, 4 mediante la cooperación de la Misión Técnica de Taiwán y el Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA), para el año de 1998 se comenzó a trabajar con la variedad Taiwán 1, según García- Lieh, 2001, es una planta de poco vigor y los frutos son de forma redonda, un poco achatados en el pedúnculo con el

ápice, su piel es lisa, de color verde pálido presenta una consistencia jugosa, crocante antes de su completa madurez es de sabor dulce, su peso varía de 1-1.5 libras cuyas dimensiones son de 10 cm de diámetro por 8 cm de longitud.

Demanda Nacional.

Fruta fresca. El mercado local de fruta fresca se encuentra en los mercados municipales, supermercados y en ferias. La fruta cosechada se limpia y envasa en bandejas o a granel en campo para su distribución. El laboratorio de Alimentos del CENTA ha desarrollado tecnologías de alimentos de valor agregado de la fruta, transfiriendo conocimientos a pequeños y medianos productores atendidos por la división del Ministerio de Agricultura y Ganadería(MAG)-CENTA- Departamento de FRUTALES y Agencias de Extensión AG-CENTA-FRUTALES y Agencias de Extensión de todo el país.

La fruta se comercializa en jabas con 25 libras de fruta, si se destinan para los supermercados a cada fruta se le coloca una malla protectora (espumado) y si es para el mercado informal generalmente no se le coloca la protección.

Actualmente algunos supermercados han dado facilidades de entregar la fruta en un centro de acopio, encargándose ellos de la distribución a las salas de venta de la cadena, otros exigen que el productor (proveedor) mismo distribuya la fruta a todas las salas de venta.

Producción en El Salvador y estado de la industria de fruta procesada.

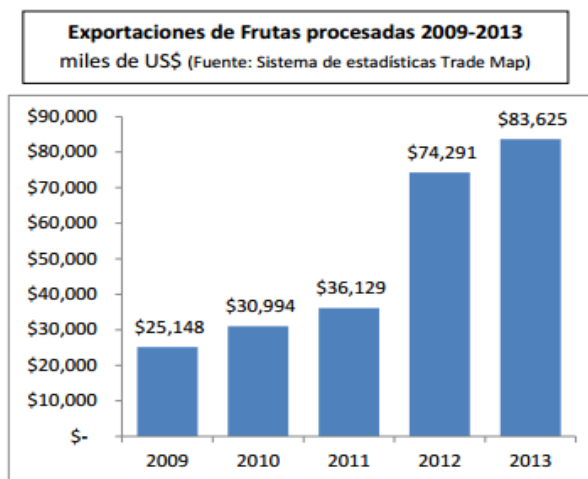
A esta categoría corresponden los productos más importantes derivados de frutas frescas, dentro de los cuales podemos mencionar: confituras, jaleas, mermeladas, puré, pastas de frutas, frutos conservados, frutos en almíbar y jugos de fruta.

De acuerdo al Censo Nacional 2007 de la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC) en el país se producen unos 2, 064,586 litros de jugos de frutas equivalentes a aproximadamente US\$1.8 millones. En el país operan dos grandes empresas procesadoras de jugos así como concentrados de frutas que exportan sus productos, estas son Sociedad Cooperativa de Productores y Exportadores de El Salvador de R.L. (PROXSAL) y Las Colinas.

Los tipos de jugos, néctares que producen son: manzana, pera, melocotón, piña, tamarindo, jugos mezclados. En la industria de las frutas procesadas, El Salvador tiene mayor fortaleza en los jugos de frutas debido a la fuerte tradición de consumo y la aceptación del producto local.

En este sentido, el consumo per cápita de jugos en El Salvador es 4.9 litros anuales, siendo menor que el consumo de Guatemala (7 litros), Honduras (5 litros). Nicaragua Y Costa Rica tienen un consumo de 2.6 litros.

GRÁFICA N°7



Según estudio realizados, el enfoque debe ser al mercadeo y la promoción del producto. En la región Centroamericana hay ejemplos de productos de frutas procesadas que ponen una historia detrás del producto y tiene un fuerte enfoque al mercadeo, tal como Dos Pinos (Costa Rica), el cual certifica su empaque Eco-Ok biodegradable. El empaque representa un punto crítico en el desarrollo de esta industria, la mayoría utiliza envases de metal y vidrio, siendo el empaque el 40% del costo del producto. Actualmente pocas empresas utilizan empaques de tetrabrik, como La Salud e Industrias Foremost.

Una de las empresas que procesa productos agroindustriales es Sabores Cosco de El Salvador, actualmente importa materia prima de Centroamérica y se enfoca en concentrados de frutas tropicales. Otra organización de fuerte enfoque en las frutas procesadas es PROXSAL, una empresa comercializadora, caracterizada como una sociedad cooperativa de un grupo de productores de cultivos no tradicionales, abastece el mercado nacional e internacional.¹⁸

f. Derivados de la Guayaba

Los derivados son varios entre ellos: jaleas, confituras, mermeladas, jugos, pastas. El proceso para la preparación, se da en un ambiente completamente artesanal, que ha sido

¹⁸ FICHA 11/ UE FRUTA PROCESADA
<http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/index.php/oportunidades-del-acuerdo-de-asociacion-por-sector/fichas-por-producto/el-salvador.html>

transmitido de generación en generación, y ese es quizás el primer encanto para su elaboración.

Considerados como artesanías, las confituras típicas todavía conservan sus raíces, pasan a ser parte de la cultura popular y han logrado mantener un estatus económico, a tal grado que representan al país en las ferias internacionales del dulce. Gracias a esto se han logrado abrir algunos mercados para la importación; sin embargo, la ayuda no ha sido la adecuada por parte del gobierno, para con el gremio de artesanos y los espacios se han limitado a Centroamérica y algunas ciudades de los Estados Unidos.

Su elaboración es más una artesanía que una industria, primero porque se emplea mucha creatividad en cuanto hay contacto muy estrecho entre el artesano-producto. Surgiendo de esa imaginación como por ejemplo: los quesitos de almendra, los dulces de nance, cocadas, zapotillos, leche de burra, dulce de chilacayote, tartaritas, espumillas, mazapanes, “borrachitos” a base de marquesote, así como las conservas y jaleas de frutas. Cada uno con un proceso diferente, por supuesto, con los secretos de la familia para obtener el punto adecuado para conservarlos para darles un mejor sabor.

A principios de siglo, los dulces ya tenían fama, sobresaliendo las conservas de toronja y membrillo. En aquellos días, las dulceras se montaban en sus carretas, visitando las ferias de los pueblos. Hay dulces dependiendo de la temporada. A partir de junio empiezan el nance, higo, membrillo, manzanilla, que se compran en grandes cantidades (actualmente casi toda la fruta la compran de Guatemala) para almacenarla todo el año.

Los empresarios de pequeñas-medianas empresas pueden optar por el producto derivado de su preferencia, pues deben asegurarse que cuenta con todas las herramientas necesarias en cuanto a producción, empaque, embalaje, clientes, demás requisitos necesarios para la distribución y exportación.

Algunos de los productos derivados de la guayaba son los siguientes¹⁹:

- **Confitura.**

Es el producto preparado con fruta(s) entera(s) o en trozos, pulpa y/o puré de fruta (s) concentrada y/o sin concentrar, mezclado con



¹⁹ CODEX Alimentarius.

productos alimentarios que confieren un sabor dulce, con o sin la adición de agua y elaborado hasta adquirir una consistencia adecuada.

- **Jalea.**

Es el producto preparado con el zumo (jugo) y/o extractos acuosos de una o más frutas, mezclado con productos alimentarios que confieren un sabor dulce, con o sin la adición de agua y elaborado hasta adquirir una consistencia gelatinosa semisólida.



- **Mermelada.**

Es el producto preparado con una o una mezcla de frutas cítricas y elaboradas hasta adquirir una consistencia adecuada. Puede ser preparado con uno o más de los siguientes ingredientes: fruta(s) entera(s) o en trozos, que pueden tener toda o parte de la cáscara eliminada, pulpa(s), puré(s), zumo(s) (jugo(s)), extractos acuosos y cáscara que están mezclados con productos alimentarios que confieren un sabor dulce



- **Mermelada sin frutos cítricos.**

Es el producto preparado por cocimiento de fruta(s) entera(s), en trozos o machacadas mezcladas con productos alimentarios que confieren un sabor dulce hasta obtener un producto semi-líquido o espeso/viscoso.



- **Mermelada tipo jalea.**

Es el producto descrito en la definición de mermelada de agrios de la que se le han eliminado todos los sólidos insolubles pero que puede o no contener una pequeña proporción de cáscara finamente cortada.



g. Distribuidores de Productos Derivados de Guayaba.

Distribuidores a nivel local y elaboración artesanal de estos derivados, aunque la demanda no es a grandes volúmenes, pero se da a conocer a nivel nacional en diversas ferias organizadas por cada localidad, es por eso que se encuentran tres distribuidores

de los cuales, uno de ellos abastece el mercado con dulces; los otros dos restantes, como refrescos Las Delicias lo hacen a nivel de sector, mientras que otro, dejó de elaborar los derivados porque su mercado no era amplio:

- Dulces Albanes
- Dulces Tía Toya

Elaboración de Dulces y Refrescos Artesanales:

- Refrescos Las Delicias.

D. MERCADO EUROPEO.

1. EUROPA

1.1 Información General de Europa

La población supera los 739 millones de personas, Europa tiene una superficie de 10.53 millones de kilómetros cuadrados, obteniendo una densidad media de población de 70 hab/km².

Europa es considerado el segundo continente más pequeño en cuanto a superficie, está formado por países soberanos con gran historia entre el cual destaca Rusia en cuanto a sus dimensiones geográficas, así mismo es considerado la como la cuna occidental, puesto que desempeñan un papel preponderante en los asuntos mundiales desde el siglo XVI en adelante.

a) Geografía

Siendo Europa el segundo continente más pequeño del mundo tras Oceanía cuenta con una extensión de 10.53 millones de km² el cual representa el 7% de las tierras emergidas; en la actualidad está compuesta por 49 países incluyendo Rusia y Turquía aunque la mayor parte de sus territorios sea asiática.

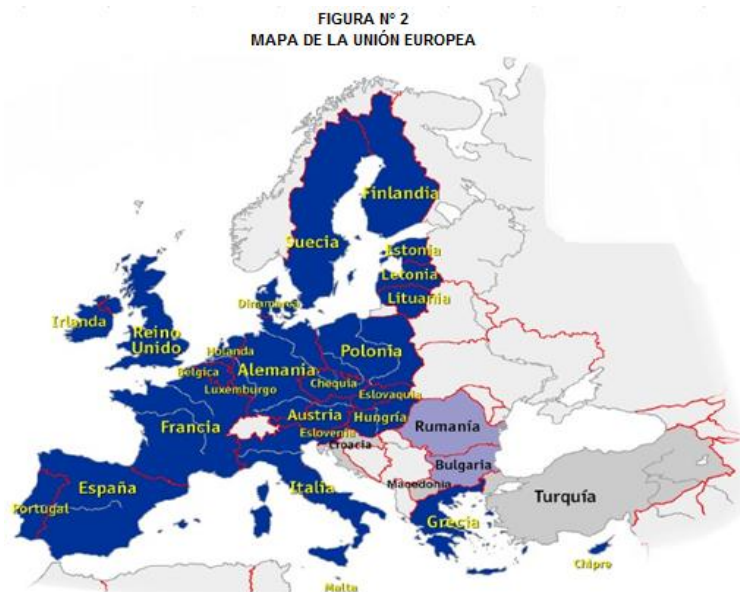
CUADRO N° 6				
Países Europeos				
Alabama	Bosnia	España	Grecia	Livia
Andorra	Bulgaria	Estonia	Hungría	Lituania
Austria	Croacia	Finlandia	Irlanda	Luxemburgo
Bélgica	Suiza	Francia	Islandia	Malta
Bielorrusia	Danmark	Alemania	Italia	Moldavia
Montenegro	Noruega	Polonia	Portugal	Reino Unido
Romania	Rusia	Slovachia	Eslovenia	República
Svedia	Nederland	Turchia	Ucrania	Checa

b) Mapa de División Política.

En la actualidad, la política europea viene marcada por la existencia de un ente al cual pertenecen 27 países de Europa. Se trata de la Unión Europea. Además, cuatro estados más están pendientes de su entrada a dicha unión (Croacia, Turquía, Islandia, Macedonia) y muchos otros, principalmente de los Balcanes, están interesados en incorporarse a medio plazo en la Unión Europea.

Los países que forman Europa son:

- **Islas Atlánticas:** Islandia, Gran Bretaña e Irlanda.
- **Península Escandinava:** Noruega y Suecia.
- **Países del Báltico:** Finlandia, Estonia, Lituania y Letonia.
- **Países del Este:** Polonia, República Checa, Eslovaquia, Hungría, Rumania, Bulgaria, Bielorrusia (o Belarús), Ucrania, Moldavia y Rusia.
- **Europa Central:** Dinamarca, Alemania, Austria, Países Bajos (Holanda), Bélgica, Luxemburgo, Suiza y Francia.
- **Países del Adriático:** Eslovenia, Croacia, Bosnia-Herzegovina, Kósovo, Macedonia, Serbia y Montenegro y Albania.
- **Países Ibéricos y Mediterráneos:** Portugal, España, Italia, Grecia y Malta.
- **Países pequeños enclavados en otros:** Vaticano (Italia), San Marino (Italia), Mónaco (Francia), Liechtenstein (Austria-Suiza) y Andorra (Francia-España).
- **Países Asiáticos con Enclaves en Europa:** Turquía y Kazajistán.



c) Clima.

Por su ubicación en el globo terráqueo, tiene una enorme variedad climática, pero el clima templado lo caracteriza. Los climas en Europa son: Clima Polar, Clima Mediterráneo (Clima Oceánico, Clima Continental), Clima de Alta Montaña.

d) Moneda.

El euro (€) es la moneda oficial de 19 países. El compuesto de estos países se conoce comúnmente como zona del euro o eurozona. Cada día la utilizan unos 338,6 millones de personas. Los beneficios de la moneda común están a la vista para cualquiera que viaje al extranjero o compre en webs de otros países.

Europa está compuesta por 50 países 43 de ellos son europeos y 7 euroasiáticos, de estos 50 naciones 24 han adoptado el euro como moneda oficial, mientras que los demás países tienen una moneda distinta al euro. En el siguiente cuadro muestran los 26 países que no utilizan el euro como moneda oficial.

CUADRO N° 7

Países Europeos que no utilizan el Euro.					
País	Moneda	País	Moneda	País	Moneda
Albania	Lek albanés	Bosnia y Herzegovia	Marco Bosnioherzegovino	Georgia	Lari georgiano
Armenia	Dram armenio	Bulgaria	Ley	Hungría	Florín húngaro
Azerbaijan	Manat azerí	Croacia	Kuna croata	Islandia	Corona islandesa
Bielorrusia	Rublo Bielorruso	Dinamarca	Corona Danesa	Kazajistán	Tenge kazajo
Liechtenstein	Franco suizo	Moldavia	Leu moldavo	Noruega	Corona noruega
Polonia	Zloty	Reino Unido	Libra esterlina	República Checa	Corona Checa
República de Macedonia	Denar Macedonio	Rumania	Leu Rumano	Rusia	Rublo ruso
Serbia	Dinar serbio	Suecia	Corona Sueca	Suiza	Franco Suizo
Turquía	Lira turca	Ucrania	Grivna (hryvnia)		

Fuente: Dirección General de Comunicación de la Comisión Europea

1.2. Entorno Político.

La Unión Europea se gobierna en régimen de democracia representativa, se comprende jurídicamente en organización internacional sujeto de Derecho y con personalidad jurídica.

a) Forma de Gobierno.

Para 20 estados la forma es la República; mientras que los restantes como España; Gran Bretaña, Suecia, Dinamarca, Bélgica, Luxemburgo, Países Bajos es la monarquía. La forma de elección se da de diversas maneras, en países como Francia, Irlanda, Portugal, Austria, Finlandia, Chipre, Lituania, Polonia, Eslovaquia, Eslovenia, Bulgaria, Rumanía se implementa el sufragio para la elección de su Presidente; mientras tanto Grecia, Estonia, Hungría, Letonia, Malta, República Checa otorgan la potestad al Parlamento; y Alemania e Italia la elección se realiza mediante un colegio ampliado .



1.3. Entorno Económico.

Es una economía estable pues tienen tres pilares fundamentales: impulsar la inversión, acelerar las reformas estructurales, mantener un sistema presupuestario responsable y favorable al crecimiento.

a. Ingresos.

Los ingresos recaudados le permiten ser una Europa estable, que constantemente está en crecimiento para eliminar las diferencias económicas de los países que la conforman además de fomentar el empleo

Sus principales ingresos son:

-  Porcentaje de la renta nacional bruta (normalmente en torno al 0,7%) de cada uno de los países de la Unión Europea, que representa la mayor fuente de ingresos.
-  Un pequeño porcentaje del impuesto sobre el valor añadido (IVA) armonizado que cobra cada país miembro, normalmente en torno al 0,3%.

Una gran parte de los derechos de importación sobre los productos procedentes de países no miembros de la UE (el país que recauda el derecho se queda con un pequeño porcentaje).

b. Infraestructura.

La infraestructura se debe a las actividades manufactureras y agrícolas. Las inversiones que se realizan en la red de agua, energía, vivienda y transporte también mejoran la calidad de vida mientras ayudan a reducir la pobreza. Además, las nuevas tecnologías de la información, las telecomunicaciones promueven el crecimiento, mejoran los servicios de salud, educación fomentando lo social igualmente a lo cultural²⁰.

1.4. Inversión Extranjera Directa.

La inversión es un factor clave en el desarrollo económico; es importante para impulsar el crecimiento en las empresas, la generación de puestos de trabajo en un país y en el extranjero. La Unión Europea busca generar un clima atractivo de inversión extranjera directa en otros países fuera de la región para promover la economía estable de la que gozan, permitiendo negociaciones a partir de temas que necesitan de un apoyo económico.

El Salvador se beneficiado pues las inversiones se encuentran canalizadas en la agricultura, servicios financieros, turismo, comercio, manufactura, energía y telecomunicaciones.

1.5. Principales países de Exportación e Importación.

Su comercio con el resto del mundo representa aproximadamente un 20% de las importaciones y exportaciones. Aproximadamente dos terceras partes del comercio de los países realizan intercambios comerciales entre sí.

El comercio ha sufrido la recesión general, la Unión europea ha realizado un 16,4% de las importaciones totales en 2011. Después se sitúan con los Estados Unidos, con un 15,5% de las importaciones mundiales, y a continuación China, con un 11,9%; también la primera exportadora, con un 15,4% de todas las exportaciones, frente al 13,4% de China y al 10,5% de los Estados Unidos²¹.

²⁰Banco Mundial (2015). Referencia datos.bancomundial.org/tema/infraestructura.

²¹Eurostat(2014). Referencia ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_trade_in_goods/es.

1.6. Desarrollo Económico Social.

Se presta principal atención a países miembros que tienen alto índice de pobreza, busca favorecer el desarrollo económico de las zonas rurales, de zonas que se encuentran en una transición de industrialización y de zonas con problemas de desventajas naturales por su demografía.

1.7. Integración Económica.

La integración económica europea está fundamentada en objetivos políticos explícitos que se han ido substituyendo conforme pasa el tiempo, impedir la reanudación del enfrentamiento bélico sobre el suelo europeo, favorecer la reconstrucción de lo destruido en la Segunda Guerra Mundial, establecer una barrera al expansionismo soviético, defenderse de la agresividad económica americana, constituirse como tercera potencia económica mundial²².

1.8. Entorno Cultural.

a. Tradiciones.

La cultura europea ha sido la cuna de grandes formas artísticas tanto en música, pintura, arquitectura, literatura o arte en general. Por ejemplo de la época de la ilustración destaca la ópera, según se fue desarrollando en el Barroco se generó la ópera seria y la ópera bufa. Esta última más propia del a zona de Italia. Fue importantísima la Escuela de Mannheim en Alemania pues es donde se ubicó la orquesta que sirvió de modelo a las orquestas clásicas posteriores.

Grandes eminencias de la música europea como Haydn, Glück, Boccherini, Verdi, Mozart entre muchos otros constituyeron las bases de la música.

Durante la historia del continente la evolución de estilos y tendencias son objeto de estudios en todas las disciplinas artísticas.

Una de las tradiciones conocida a nivel mundial en la actualidad es el conocido Concierto de Año Nuevo, evento con sede en Viena. Muchos extranjeros reservan su entrada con

²² Enciclopedia virtual Edumed.net. <http://www. Eumed.net/coursecon/17/17-3.htm>.

muchísima antelación para poder presenciar en primera persona este maravilloso momento histórico que se sigue realizando año tras año.

En Europa hay una gran tradición cultural reflejada en la calidad de su literatura, pintura, escultura, arquitectura, música, danza. A finales del siglo XX París, Roma, Londres, Berlín, Barcelona, Madrid y Moscú eran centros culturales especialmente famosos, pero otras muchas ciudades también mantenían museos, grupos musicales, teatrales y otras instituciones culturales.

Los medios de comunicación (radio, televisión y cine) de buena parte de los países europeos han alcanzado un gran desarrollo. También hay excelentes sistemas de enseñanza; la tasa de alfabetización es alta en la mayoría de las ciudades. Algunas de las más antiguas y mejores universidades del mundo, como Cambridge, Oxford, París, Heidelberg, Praga, Upsala, Bolonia, Salamanca, Moscú se encuentran en Europa.

b. Gastronomía.

La gastronomía de Europa emana personalidad propia. Destacan la cocina francesa, la cocina italiana, algunos productos famosos son la mostaza de Dijon, el champagne francés, el cava catalán, el vinagre de Módena, los quesos suizos, el whisky escocés o de Malta. La gastronomía europea encierra sabores típicos de la zona del Mediterráneo, considerado a nivel mundial la dieta más equilibrada y sana para estar bien alimentado.

Dependiendo del país a visitar se puede encontrar matices diferentes, así por ejemplo la cocina nórdica se diferencia mucho de la del sur de Europa. La gastronomía europea tiene tantos sabores que existen viajes organizados y pensados para disfrutar de las maravillas de cada región.

Se puede disfrutar de una crepe francesa, una pizza italiana, un brasburg alemán, una fondue, un tiramisú, una degustación de quesos suizos, italianos, franceses y españoles, un exquisito plato de jamón ibérico regado con un vino tinto francés o español. Realmente poder hacer un recorrido por la gastronomía de Europa es uno de los placeres más atractivos para el paladar.

b. Religión.

El grupo religioso más numeroso, el católico, vive principalmente en Francia, España, Portugal, Italia, Irlanda, Bélgica, el sur de Alemania, Polonia. Otro gran grupo lo componen las confesiones protestantes, concentradas en países del norte así como del centro de Europa, como Inglaterra, Escocia, el norte de Alemania, los Países Bajos y los países de Escandinavia.

El tercer grupo cristiano más importante es el ortodoxo, sobre todo en Rusia, Georgia, Grecia, Bulgaria, Rumania, Serbia y Montenegro.

1.9 Entorno Tecnológico.

Los avances tecnológicos enriquecen las investigaciones, garantizando una mejor calidad de vida, de trabajo, el consumo productos y servicios, asegurando al mismo tiempo un crecimiento sostenible, favoreciendo la competitividad, productividad, y comercialización de los productos, estas acciones fomentan el empleo y la inversión.

La innovación a través de la tecnología permite contar con una industria, comunicación, información pues esto es aprovechada por las empresas porque son las que inyectan a la economía a un continuo crecimiento desde el aprovechamiento de sus herramientas.

2. MERCADO EUROPEO.

2.1. Características del Mercado Europeo.

Los consumidores están más preocupados por la salud, medioambiente, nuevos estilos de vida, pero manteniendo el control de su economía, se mencionan las principales características de mercado que constantemente cambian las cuales son:

- ✚ Mercado dominado por las últimas tendencias de la moda.
- ✚ Casas habitadas por una o dos personas.
- ✚ Incremento del grupo de consumidores mayores a 45 años, que resulta el segmento de mercado más interesante debido a su tamaño y poder de compra ya cuentan con todo lo necesario para el hogar, por lo que son muy exigentes en diseño y calidad.
- ✚ Interés por materiales de origen natural, productos que reflejen culturas y formas de vida diversas.
- ✚ Tendencia a sustituir el plástico por la madera.

Otros datos de interés del mercado Europeo:

- El mayor PIB de todas las economías del mundo
- 500 millones de consumidores,
- 20 millones de PYMES
- 28 países miembros
- Símbolo de la integración europea
- El mayor exportador e importador mundial de alimentos y piensos
- El 7 % de la población mundial
- El 20 % de las importaciones y exportaciones mundiales

2.2 Perfil del Consumidor Europeo.

Los Productos deben generar un beneficio para los consumidores, de la misma manera los lugares de compra cuentan con el privilegio de ofrecer una experiencia de compra al consumidor es decir que se permite conocer a los clientes detalladamente y consecuentemente esto conduce a la creación de nuevos productos que complementaran las necesidades de los compradores.

Las principales características de un consumidor son:

- a) Demandan de alta calidad.
- b) Variedad.
- c) Información básica del producto.
- d) Certificaciones.
- e) Consumidor bien informado y sofisticado.
- f) Compras en supermercados y tiendas especiales

2.3 Principales socios comerciales del Mercado Europeo.

Tanto Estados Unidos como China son los socios más importantes de la Unión Europea, después de ambas potencias, le siguen Alemania y demás países que tienen un menor porcentaje, pero tienen una participación en gran medida que se fortalecen económicamente.

Los productos que más ha comerciado la Unión Europea con sus socios internacionales son maquinaria, equipos de transportes, otros artículos manufacturados y combustibles.

CUADRO N°8

Socios Comerciales del Mercado Europeo		
España	Holanda	Estados Unidos
Alemania	Reino Unido	Francia
Italia	Bélgica	China
Suecia	Portugal	

Fuente: Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA)

2.4 Dinámica Comercial En El Mercado Europeo: producción y demanda.

Europa es el principal jugador en el mercado de las frutas procesadas. Las importaciones de los países en vías de desarrollo representan el 29%, Alemania es el mayor importador de frutas procesadas en la Unión Europea, 20% del total de las importaciones del 2013, seguido por Francia 16%, el Reino Unido 13%, Bélgica 11%, los Países Bajos 11%. Los principales productos importados son frutas procesadas, jugo de naranja y frutas congeladas. El consumo de jugo de frutas en la Unión Europea fue 10,400 millones de litros en el 2012. Alemania tuvo el consumo *per cápita* más alto con 32.1 litros por persona en el 2012, así mismo dicho país es el mayor productor de la Unión Europea.

En el caso de las jaleas y mermeladas de frutas, así como de los jugos, hay una demanda por la calidad versus cantidad, pues los consumidores pagan por un producto Premium o de mayor calidad.

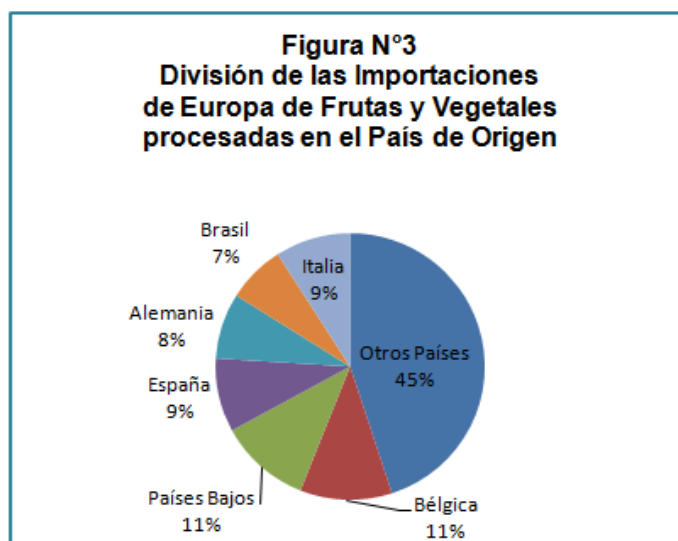
El consumo de fruta enlatada fue de € 2,000 millones en el 2009. La fruta congelada represento el 1% del total del mercado de frutas de la UE. El mercado de la fruta congelada está dividido en Europa, en el mercado noroeste (Alemania, Reino Unido) el cual reporta cero crecimiento debido a la saturación y madurez de mismo, y la zona sur de Europa (Italia, Francia, España y Portugal) que reportan rápidos crecimientos.

Los consumidores están más conscientes del origen y como los productos son procesados. Ellos son más demandantes en temas sociales y ambientales, no hay una sola certificación que cubra todos estos temas; sin embargo, hay varias marcas que abordan este tema sobre buenas prácticas de agricultura y condiciones de trabajo.

Jaleas, purés y mermeladas son consumidas por toda Europa, pero la mayoría es consumida en la parte occidental. Francia es el país con el mayor consumo, seguida por Alemania y Gran Bretaña.

En Europa, la mayoría de los alimentos son vendidos en supermercados, es por ello que el poder las cadenas de tiendas ha incrementado durante los últimos años afectando la industria alimentaria, así como se da guerra de precios entre las marcas Premium que compiten con marcas privadas.

Así mismo uno de los grandes retos de Europa en los próximos años será la reducción del consumo de fruta procesada, debido al cambio en el estilo de vida y los hábitos alimenticios. Con un estilo de vida agitado, los consumidores están en la búsqueda de la conveniencia, lo cual se refleja en sus productos. Es por ello que los productos deben ser innovadores para cubrir la demanda de los consumidores en este tema.²³



Fuente: Centro para la promoción de Importaciones de países en desarrollo-Holanda (CBI).

E. UNION EUROPEA

1. Antecedentes de la Unión Europea

La Guerra Fría que causo la división de Europa en políticas internacionales al existir el enfrentamiento entre Estados Unidos y la Unión Soviética, estableciendo así el Telón de Acero en el continente, seguidamente para evitar un nuevo enfrentamiento se vieron en la necesidad de organizarse para recuperarse de manera económica, política y social .

²³ FICHA 11/ UE FRUTA PROCESADA

<http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/index.php/oportunidades-del-acuerdo-de-asociacion-por-sector/fichas-por-producto/el-salvador.html>.

Europa tiene dos interpretaciones validas, una se refiere a los países miembros de la Unión Europea y la otra a la Zona geográfica que abarca el propio continente, continuando la primera aceptación de los 49 países que integran Europa, solo 28 pertenecen a la Unión Europea.²⁴

¿Qué representa la Unión Europea?

La Unión Europea (UE), está conformada por 28 estados miembros, y representa un mercado de consumo superior a los 500 millones de personas con alto poder adquisitivo. Esto lo constituye en un cliente potencial para las pequeñas y medianas empresas centroamericanas, sobre todo ante la reciente aprobación y puesta en vigencia del Acuerdo de Asociación, que amplía y mejora las oportunidades de acceso a dicho mercado, tanto en mercancías como en servicios. Las principales características de la UE son las siguientes:

CUADRO N° 9

Representantes de la Unión Europea		
1. Alemania(1952)	2. Estonia(2004)	3. Malta (2004)
4. Austria (1995)	5. Finlandia (1995)	6. Países bajos (1952)
7. Bélgica (1952)	8. Francia (1952)	9. Polonia (2004)
10. Bulgaria (2007)	11. Grecia (1981)	12. Portugal (1986)
13. Chipre (2004)	14. Hungría (2004)	15. Reino Unido (1973)
16. Croacia (2013)	17. Irlanda (1973)	18. República Checa (2004)
19. Dinamarca (1973)	20. Italia (1952)	21. Rumania (2007)
22. Eslovenia (2004)	23. Lituania (2004)	24. Suecia (1995)
25. España (1986)	26. Luxemburgo (1952)	27. Letonia (2004)
28. Eslovaquia (2004)		

Fuente: Publicaciones, Dirección General de la Comisión Europea.

- 28 Estados Miembros (Año de ingreso).

El 18 de Abril de 1951, seis países fundadores de la Unión Europea, firman el tratado de París, para administrar industrias pesadas de carbón y acero; de este modo este tratado impedía la creación de armas para atacarse entre sí. Los Miembros Originarios son: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos.

²⁴Cidecad, Geografía e Historia(2013).

Con el pasar de los años desde 1973 se fueron integrando varios países a la comunidad hasta el 1 de Julio de 2013 Croacia se convierte en el país número 28, permitiendo la división que existía con entre ellos, y ayudando al desarrollo del mismo.



a. Moneda.

El euro es la prueba más tangible de la integración europea, moneda común de 19 de los 28 países de la UE. Los beneficios de la moneda común están a la vista para cualquiera que viaje al extranjero o compre en webs de otros países.

La Unión Económica y Monetaria implica la coordinación de las políticas económicas, fiscales, una política monetaria común y moneda común. El euro se creó el 1 de enero de 1999 como moneda virtual para pagos no monetarios a efectos contables. Los billetes, las monedas se introdujeron el 1 de enero de 2002.

La moneda única ofrece múltiples ventajas, como la eliminación de los tipos de cambio fluctuantes y los costos del cambio. Para las empresas es más fácil el comercio transfronterizo y la estabilidad económica es mayor, por lo cual la economía crece y los

consumidores tienen más opciones. La moneda común también anima a las personas a viajar y a comprar en otros países. En el ámbito mundial, el euro da mayor proyección a la UE: es la segunda moneda internacional después del dólar estadounidense

2. Entorno económico de la Unión Europea.

Al ser un mercado único de 28 países, la Unión Europea es una potencia comercial de primer orden. La política económica quiere mantener el crecimiento invirtiendo en transporte, energía e investigación, a la vez que intenta reducir al mínimo la renta.

La economía de los estados miembros, es medida en términos de producción de bienes y servicios (PIB), que actualmente es mayor que la de Estados Unidos:

- PIB de la UE en 2014: *€13 920 541 millones de euros.*

La investigación y el desarrollo (I+D) centran la estrategia de este bloque para lograr una economía más competitiva. El objetivo es invertir más y equiparar el gasto en I+D al de Estados Unidos y Japón.

Uno de los principales objetivos de la Unión Europea es promover los derechos humanos en su interior y en todo el mundo. Dignidad humana, libertad, democracia, igualdad, estado de Derecho y respeto de los derechos humanos son sus valores fundamentales. Desde la firma del Tratado de Lisboa en 2009, la Carta de los Derechos Fundamentales de la UE reúne todos estos derechos en un único documento. Las instituciones de este grupo de naciones están jurídicamente obligadas a defenderlos, al igual que los gobiernos nacionales cuando aplican la legislación.

a. Comercio de la Unión Europea.

La Unión Europea es la **primera exportadora mundial** de productos manufacturados y servicios. También es el mayor mercado de importación para más de 100 países.

Pero además, es el mayor mercado único del mundo, este **sistema simplificado** resulta muy beneficioso para los consumidores e inversores tanto europeos como internacionales, tienen un espacio en el que las personas, bienes, servicios y capitales circulan libremente.

Los estados miembros albergan sólo el 7% de la población mundial, pero su comercio con el resto del mundo representa aproximadamente un 20% de las importaciones y exportaciones. Aproximadamente dos terceras partes del comercio de los países de la UE se efectúan con otros países del mismo bloque.

El comercio ha sufrido la recesión general, pero la Unión Europea sigue desempeñando en el comercio mundial el papel principal, con un 16,4% de las importaciones totales en 2011. Después de la UE, se sitúan los Estados Unidos, con un 15,5% de las importaciones mundiales, y a continuación China, con un 11,9%. La UE fue también la primera exportadora, con un 15,4% de todas las exportaciones, frente al 13,4% de China y al 10,5% de los Estados Unidos.

3. Entorno Político.

La Unión Europea se gobierna en régimen de democracia representativa y se comprende jurídicamente en organización internacional sujeto de Derecho y con personalidad jurídica. Sus poderes y competencias se encuentran delimitados en los Tratados que la fundamentan jurídicamente y que conforman su constitución material, y se ejercen por medio de un método comunitario de gestión.

Se fundó después de la Segunda Guerra Mundial, sus primeros pasos consistieron en impulsar la cooperación económica con la idea de aumentar la interdependencia económica de los países comercializadores entre sí, disminuirían las posibilidades de conflicto entre ellos. El resultado fue la Comunidad Económica Europea (CEE), creada en 1958, que en principio suponía intensificar la cooperación económica entre seis países: Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo y los Países Bajos. Posteriormente, se creó un gran mercado único, por lo tanto sigue avanzando hacia el logro de todo su potencial.

a. De la Unión Económica a la Unión Política.

Y lo que comenzó como una unión meramente económica ha evolucionado hasta convertirse en una organización activa en todos los frentes políticos, desde la ayuda al desarrollo hasta el medio ambiente. En 1993, el cambio de nombre de CEE a UE (Unión Europea) no hacía sino reflejar esta transformación.

Así mismo, todas sus actividades están fundadas en los tratados, acordados voluntaria y democráticamente por todos los países miembros. Estos acuerdos vinculantes establecen los objetivos de la UE en sus numerosos ámbitos de actividad.

Cabe resaltar que estos países como bloque continúan esforzándose por aumentar la transparencia de las instituciones que la gobiernan y hacerlas más democráticas. Así, el Parlamento Europeo, elegido directamente por los ciudadanos, aumenta sus competencias y los parlamentos nacionales adquieren más protagonismo al trabajar mano a mano con las instituciones europeas. Los ciudadanos europeos, a su vez, cuentan cada vez con más canales para participar en el proceso político

b. Acuerdos, TLC, Tratados.

Condiciones de competencias leales y abiertas, la UE negocia acuerdos a través de su red mundial de relaciones comerciales, este tiene un enorme número de socios, sobre todo a través de los **Acuerdos de Libre Comercio**.

Estas asociaciones fomentan el crecimiento y el empleo para los europeos abriendo nuevos mercados con el resto del mundo. Por ejemplo, las operaciones en los mercados transatlánticos representan unos 2.000 millones de euros al día.

Con los países más pobres del mundo, la política de la UE se basa en combinar **comercio y desarrollo**, reducir los derechos de exportación, apoyar a las pequeñas empresas exportadoras y asesorar para mejorar la gobernanza son solo algunas de las formas en las que el comercio y desarrollo pueden juntos contribuir a que los intercambios se traduzcan en crecimiento para los más necesitados.

Por otra parte también está el Acuerdo de Asociación que constituye una evolución de fondo en las relaciones entre regiones Centroamericanas, por estar estructurado en tres pilares, por consiguiente abarcan el diálogo político, las acciones de cooperación y las relaciones comerciales.

Desde la perspectiva de acceso a mercados, el Acuerdo mejora las condiciones de acceso para los bienes y servicios del istmo al mercado de la Unión Europea, consolida y

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

F. MARCO LEGAL.

1. Ley general de alimentos para Unión Europea.

Establece los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria. Los productos deben ser trazables a través de toda la cadena de producción. Un aspecto importante para controlar los aspectos de seguridad es definir puntos de control (HACCP).

HACCP Internacional es una organización líder en ciencia de los alimentos que se especializa en la metodología HACCP de seguridad alimentaria y su aplicación en las industrias de alimentos y afines (Ver Anexo N°1).





1.1. Etiquetado de Productos Alimenticios.

Los productos alimenticios envasados deben cumplir ciertas normas en materia de etiquetado, presentación y publicidad.

Elementos Obligatorios del Etiquetado.

El etiquetado de los productos alimenticios deberá incluir los elementos obligatorios. Estas menciones deben ser fácilmente comprensibles y visibles, así como claramente legibles e indelebles. Algunas deben figurar en el mismo campo visual.

Las menciones obligatorias incluyen:

-  La denominación de venta
-  La cantidad de los ingredientes o las categorías de ingredientes expresada en porcentaje.
-  Se indica mediante la mención “Consumir preferentemente antes del...” cuando la fecha incluye la indicación del día o “Consumir preferentemente antes de finales de...” en los demás casos.
-  Las condiciones especiales de conservación y utilización.

2. Tratados.

Se describirán los distintos acuerdos tratados que las empresas necesitan para poder exportar hacia la Unión Europea así como las normas sanitarias, ambientales y sociales que se utilizan para que el producto no sea rechazado.

2.1. Acuerdo de Asociación Centroamérica- Unión Europea.

En octubre de 2007, los países de la Unión Europea y de Centroamérica iniciaron las negociaciones para un Acuerdo de Asociación entre ambas Regiones, que incluye tres pilares de forma integral: Comercial, Cooperación y el Diálogo político.

En el área comercial, el Acuerdo de Asociación implica el establecimiento de una zona de libre comercio entre Centroamérica y la Unión Europea e incluirá disposiciones sobre el acceso a los mercados para mercancías agrícolas e industriales, normas de origen, aduanas y facilitación del comercio, los obstáculos técnicos al comercio.

En el ámbito político, Centroamérica y la Unión Europea reforzarán el diálogo como socios importantes en los temas internacionales así como en la defensa y respeto de valores básicos de la libertad, democracia, derechos humanos y Estado de Derecho. El Acuerdo busca institucionalizar un mecanismo que permita dicho diálogo para promover los valores comunes entre ambas regiones.

En materia de cooperación, es importante señalar que la Unión Europea es uno de los principales cooperantes de Centroamérica. El Acuerdo pretende reubicar y orientar los fondos de cooperación a nuevas áreas, por lo tanto anteriormente no abarcaba. Actualmente la cooperación está orientada a los objetivos de cohesión social e integración regional; y a lograr apoyo europeo para contribuir a establecer los mecanismos que permitan la correcta implementación y el aprovechamiento del Acuerdo en los otros dos componentes: diálogo político y comercio (Ver Anexo 2).

2.2. Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP).

El programa ofrece a los países 178 suscritos en este sistema aranceles más bajos de acuerdo a los productos comercializados, los países menos desarrollados gozan de beneficios, quedando exentos de pagar aranceles por sus productos, sumando en total son 49 países que cumplen los requerimientos exigidos por la Unión Europea.

Objetivo principal del Sistema Generalizado de Preferencia Plus.

- a) Aumentar los ingresos de exportación de los países menos desarrollados.
- b) Promover el proceso de industrialización para diversificar las exportaciones.
- c) Acelerar el ritmo de su crecimiento económico.
- d) Fomentar las corrientes del intercambio comercial.
- e) Incrementar el ingreso de divisas por exportaciones.

2.2.1- Normas de origen.

Es un documento jurídico que ampara el lugar de fabricación del producto, para darle un beneficio a esos productos que han sido producidos en determinados países, por lo tanto no se puede dar esta oportunidad a cualquier país.

2.2.2- TARIC.

Es una tasa arancelaria preferencial que establece Sistemas Sistema Generalizado de Preferencia Plus, en el cual se tiene registrada 1500 partidas en 19 idiomas.

2.2.3- Export Helpdesk.

Es un servicio que brinda información digital gratuita sobre aranceles y otros impuestos aplicados a los productos, dentro del régimen del cual se necesitan otros procesos para facilitar el acceso al mercado europeo.

2.3. Normas y estándares.

La Unión Europea así como cualquier país al que se quiera exportar, tienen normas y estándares, que buscan velar por la salud de sus habitantes, animales y medio Ambiente, porque esto es garantía de la calidad de los productos.

A este conjunto de normas se le llama requisitos no-arancelarios y se dividen en:

- 🚦 Normas Obligatorias: una serie de requisitos exigidos que son administradas por organizaciones tanto gubernamentales como otras organizaciones para que se cumpla los reglamentos.
- 🚦 Estándares Privados: es una serie de normas que así como lo exige el gobierno, lo exigen las entidades privadas, pues esto permite que los productos exportados puedan abrirse en más mercados.

2.3.1- Protección a la Seguridad y Salud del Consumidor

La Unión Europea regula el producto que se vende al cliente, para salvaguardar la salud de los consumidores y por exigencias de los mismos, considerando que todos los productos tengan toda la información nutricional necesaria.

2.3.2- Requisitos Ambientales

Los estándares ambientales privados toman la forma de etiquetado ambiental, códigos de conducta, sistemas de producción y manejo de productos. Se les considera voluntarios porque responden a incentivos del mercado y preferencias del consumidor, pero son instrumentos importantes para los exportadores interesados en vender al mercado europeo, proporcionando una ventaja competitiva.

2.3.3- Requisitos Sociales

Los requisitos sociales en la Unión Europea se refieren generalmente a condiciones laborales; salario mínimo, horario, salud y seguridad en el trabajo, así como los principios y derechos fundamentales de la Organización Mundial del Trabajo (OIT).

2.3.4 - Normas de Calidad

El término calidad se usa en el mundo del comercio y los negocios para expresar de manera global el cumplimiento con los requerimientos legales de un país, los estándares del comprador y preferencias del consumidor.

Al exportar a la Unión Europea, es preferible usar estándares internacionales porque son ampliamente conocidos. Entre las organizaciones de estandarización más reconocidas se encuentran: Codex Alimentarius, la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa y la Organización Internacional de Estandarización (ISO por sus siglas en inglés).

2.5. Normativa Sanitaria y Fitosanitaria.

La Unión Europea ha establecido una serie de requisitos fitosanitarios con el fin de prevenir la introducción y la propagación en la UE de organismos nocivos. Un requisito supone principalmente que:

- ✚ No se permite importar en la Unión Europea determinados organismos clasificados, a menos que se den unas circunstancias concretas.

Capítulo II



Productos Derivados de Guayaba.

CAPITULO II DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE GUAYABA HACIA EL MERCADO EUROPEO.

A. DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA GUAYABA.

Diagnóstico de Productores de Guayaba en El Salvador.

1.1 Generalidades de la Industria en El Salvador.

La agroindustria en El Salvador multiplica las oportunidades de negocios, puesto que el país ofrece una ubicación ideal, tanto en la actividad agrícola propiamente dicha como en las actividades relacionadas con los servicios a la producción y procesamiento de alimentos, así como para atender nichos de mercado que van más allá de las industrias agrícolas tradicionales, lo que repercute en ser una fuente de empleo agrícola y no agrícola²⁵.

La agroindustria funciona en relación con el mercado internacional; por eso es crucial el apoyo que se le debe prestar, pues su desempeño conlleva una gran importancia para el desarrollo de la agricultura. El sector público puede influir en la reconversión productiva y en fomentar los nexos con los eslabones agropecuarios por medio de políticas, estímulos y programas específicos.

Uno de los programas que el gobierno ha impulsado es el programa FRUTALES en conjunto con MAG y CENTA con el objetivo de ayudar a fortalecer la agroindustria y a los pequeños y medianos productores en el país, puesto que es un mercado que va en crecimiento.

Según el Programa FRUTALES²⁶, en El Salvador existe ya un mercado funcionando y con tendencia al crecimiento, en donde se percibe una demanda significativa de frutas o derivados de esta, lo cual impulsa acciones de generación de tecnología para fortalecer el desarrollo y la diversificación agrícola, por medio de este programa se ven involucrados

²⁵ PROESA: Agroindustria <http://www.proesa.gob.sv/inversiones/oportunidades-sectoriales/agroindustria>.

²⁶ Programa frutales Centro de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA).

todos los actores de la cadena agroalimentaria, y coordina su accionar con productores, procesadores y otras instituciones afines, así mismo se ha priorizado los cultivos de fruta por su importancia económica social y ambiental.

En el siguiente listado se muestra los cultivos prioritarios con los que el programa FRUTALES está trabajando:

CUADRO N°10

➤ Aguacate	➤ Jocote	➤ Níspero
➤ Anona	➤ Limón	➤ Papaya
➤ Carambola	➤ Mango	➤ Piña
➤ Cocotero	➤ Maracuyá	➤ Plátano
➤ Guayaba	➤ Marañón	➤ Zapote

Fuente: Elaboración por el grupo de tesis, tomado de CENTA.

1.2 Generalidades de la producción de la Guayaba y sus derivados.

En El Salvador la Misión Técnica Agrícola de Taiwán, en 1998 introdujo al país la variedad Taiwán 1, Taiwán 2, Taiwán 3, Cristal que se conoció al inicio como Tailandesa. Actualmente el cultivo de la Guayaba se está ofreciendo en diversas zonas del país, debido a que el cultivo es generoso para los cultivadores, procesadores, comercializadores y otros muchos beneficios a partir de la fruta²⁷.

Existen diversas actividades donde se llevan a cabo diversos procesos de la Guayaba, entre estos se encuentran:

a. Cultivo y Comercialización.

En El Salvador existen empresas dedicadas a estas actividades, entre ellos una institución de Gobierno; cabe mencionar que según registros de CENTA que no se encuentra actualizado, se siembran distintos tipos de Guayaba, por lo mismo las 2 últimas que se mencionan comercializan dicho fruto²⁸:



²⁷Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENT A).

²⁸Registrados en Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA).

1- Finca Santa Cecilia: situada en las cercanías de las ruinas del Tazumal, con 15 Manzanas sembradas de dos clases de Guayaba Taiwán 1 y Cristal; de 21 Manzanas que posee la propiedad. Distribuye sus frutos frescos a un supermercado muy reconocido a nivel nacional, así como a pequeños compradores a menos escala, siempre cumplen con sus compromisos de comercialización, mencionando que siempre alcanza para poder dedicarse a otro rubro que ofrece dicho fruto en un futuro.

2- Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal “Enrique Álvarez Córdova” (CENTA): cuenta con 5 Manzanas, en cual se cultivan tres distintas clases de Guayabas, las plantaciones se encuentran a 400 metros de las instalaciones de dicha institución. Distribuye sus productos frescos a los mercados de mayoreo a nivel nacional.



3- Finca Blanquita: finca que se encuentra ubicada en el Cantón Rescua Luya, del Caserío El Puerto del Municipio San Luis Talpa del Departamento de La Paz, cuenta con 6 manzanas de cultivo de este fruto. No se obtuvo ninguna información si actualmente la finca distribuye o comercializa aun este fruto.

4- Empresa Agricultor S.A: la Finca San José, Cuenta con 5 Manzanas de Guayaba, se encuentra en Cantón las Flores, en Tonacatepeque, Municipio de San Salvador; no se pudo obtener mayor información pues la base de datos no se encuentra actualizada, y el lugar de ubicación es muy peligroso, por lo tanto se desconoce si aún distribuye o comercializa la fruta.

b. Procesan.

Existen varias empresas que compran el fruto y actualmente se dedican a procesarlo convirtiéndolo en diferentes derivados como refresco y dulces, entre ellas podemos mencionar:

1- Refrescos las Delicias: elaboran deliciosos refrescos naturales de dicho fruto, pero solo lo hacen para los pobladores de las Delicias de Santa Tecla, así como pequeñas cantidades de dulces de Guayaba.

Preparación del Fresco de Guayaba:

- ✚ 600 gramos de guayaba madura.
- ✚ 2 tazas de azúcar.
- ✚ 2 ½ de agua.
- ✚ Hielo.

Modo de Preparación: Después de lavadas las guayabas, se licuan con un poquito de agua, acto seguido se cuela para desechar semillas, después de colarlo se coloca el resto de agua, se endulza y se mueve constantemente, quedando listo para ser servido.

2- Dulces Albanés: actualmente se encuentran procesando artesanalmente dos tipos de dulces como lo son con leche y el dulce puro de Guayaba

Preparación de Dulces de Leche de Guayaba:

- ✚ 18 libras de Guayaba.
- ✚ 36 libras de azúcar.
- ✚ 9 litros de agua.
- ✚ 450 gramos de ralladura de limón.
- ✚ 10 cucharadas de Esencia de vainilla.
- ✚ 450 gramos de gelatina sin sabor.

Elaboración: Al tener la pulpa retirando la semillas, coloque en una olla, mezclando con el azúcar, agua, ralladura de limón con la esencia de vainilla, hierva por un máximo de 2 horas a fuego moderado, hasta que la consistencia este homogénea, para finalizar agregue la gelatina para que se conserve y después de que enfrié comenzar a darle forma a los dulces.

c. Empresas que tienen planes para el procesamiento de derivados de Guayaba.

Así mismo se tomaron en cuenta aquellas empresas que tienen planes y capacidad para procesar los derivados de la Guayaba, pues se toma en cuenta que dichas empresas cuentan con grandes extensiones de cultivo del fruto y mucho de ello de desperdicia, por lo cual solo necesitan de un empuje para poder fortalecer y echar andar los planes de procesamiento, y entre ellas mencionamos:

1- Finca Santa Cecilia: tienen previsto en un futuro procesar la Guayaba y producir mermelada, pero por el momento están en asesorías para ver todos los requerimientos necesarios, pero no han concretado dicho proyecto, pues tienen otros negocios a los cuales les han dado más prioridad.

2- CENTA: cuenta con el equipo necesario para producir jalea, pero expresan que no cuentan con personas, ni empresas interesadas en distribuir el producto procesado.

d. Empresas que cultivaron, comercializaron y procesaron derivados de Guayaba.

Así como en la actualidad hay empresas que se dedican al cultivo y procesamiento de la Guayaba, también hay otras que en algún momento realizaron ambas acciones, muchas de ellas continúan en funciones pero por motivos de fuerza mayor dejaron de hacerlo, actualmente se dedican a cultivar, y comercializar otro tipo de productos, de las cuales se presenta la información:

1- Dulces Tía Toya: años atrás elaboró dulces de Guayaba, dejó de comercializarlos y producirlos porque había poca demanda de ellos. La elaboración de dichos productos eran dulces de leche de guayaba.

Preparación de dulces de leche de Guayaba para 100 dulces:

- ✚ 9 Libras de Guayaba.
- ✚ 9 Litros de Leche.
- ✚ 18 tazas de harina de arroz.
- ✚ 4 ½ libras de azúcar.

Elaboración: Retire la semillas, al obtener la pulpa, licue con un poco de leche, dentro de una olla de considerable proporción, vierta lo licuado a fuego lento; constantemente mueva para evitar que se pegue y se queme, cuando este halla hervido, retire del fuego y deje enfriar. Una vez este tibio, agregue la harina de arroz con el azúcar, mezcle, moviendo con una cuchara de palo y coloque de nuevo a fuego lento por un tiempo de 20 minutos, enfriar y se procede a darle la forma a los dulces.

2- Cultivar: Agroindustria Cultivar es una división de PROSERQUISA de C.V., dirigida por Doña Cecilia Palma, y ubicada en la zona de Santo Tomas en las afueras del Área Metropolitana de San Salvador.

Nació en el año de 2004, comenzó a cultivar la Guayaba taiwanesa, dos años después comenzó el cultivo de guayaba cristal, totalizando una plantación de 3,000 arbolitos de Guayaba, donde se producían mensualmente un aproximado de mil quinientas guayabas.

Esto permitió que iniciaran a procesar la Guayaba de forma deshidratada convirtiéndola en té orgánico, el cual se comercializaba en bolsitas distintas a las de los té normales, pues todo era realizado sin uso de maquinaria sofisticada sino que era en forma artesanal.

Elaboración de fruta deshidratada, para elaboración de Té:

- ✚ Rebanada la fruta se coloca sobre una bandeja.
- ✚ Mientras tanto el horno se pone a calentar a temperatura.
- ✚ Al tener una temperatura se coloca la respectiva bandeja con la fruta, mientras se tiene el cuidado de dar vuelta a dichas rodajas para evitar que se quemem.
- ✚ De acuerdo a la fruta así se tardaran en deshidratarse, el tiempo estimado es entre 3 a 6 horas, para que la fruta se deshidrate.

La empresa dejó de cultivar, procesar y comercializar el fruto, debido a la delincuencia puesto que sufrió constantes robos de dicho fruto y generó pérdidas, sumándole también que cuando quiso exportar dicho Té en el año 2007, se encontró con la burocracia de los empleados en las Instituciones de Gobierno puesto que pedían demasiados requisitos y normas de calidad para realizar el proceso de exportación, estos dos factores juntos llevaron a que se dejase cultivar, procesar y comercializar el fruto de la Guayaba y se optará por otro más rentable donde el hurto no tomara protagonismo de su producción.

3- Carlos Hipólito López: en su momento fue el representante legal cuya Finca no se conoce el nombre, al tratar de contactarles el número brindando no está actualizado, según registros la ubicación de dicha propiedad se encuentra en el municipio de San Juan Opico, Departamento de La Libertad. Actualmente no se conoce, si esta finca ya no se dedica al cultivo de Guayaba; sino que cambio su rubro y se dedica a la cría de Tilapia.

1.3. Diagnóstico de empresas que cultivan y procesan Guayaba y sus derivados.

a. Generalidades del Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal “Enrique Álvarez Córdova” (CENTA).

Está ubicada en el Km 33.5 carretera a Santa Ana, Ciudad Arce, La Libertad. Se dedica a la agroindustria y el asesoramiento a pequeños y medianos productores. Fundada por Enrique Álvarez Córdova quien se caracterizó por su genuino interés por mejorar las condiciones de vida de los campesinos de El Salvador.

A pesar de pertenecer a una de las familias más ricas del país, fue capaz de renunciar al pensamiento tradicional de su clase para practicar la opción preferencial por los pobres, tanto así que dedicó su vida para lograr su ideal “un país más equilibrado en su desarrollo económico y social, con mejores oportunidades para los más necesitados”. Un hombre visionario y convencido en que la educación y la transferencia de tierras eran indispensables para el desarrollo del agro salvadoreño, creó más agencias de extensión agropecuaria, fortaleciendo con ello al MAG.

a.1 Misión.

Proveer soluciones tecnológicas innovadoras al sector agropecuario ampliado, para contribuir a mejorar la situación ambiental del país, garantizando la seguridad alimentaria y nutricional de la población salvadoreña y su calidad de vida.

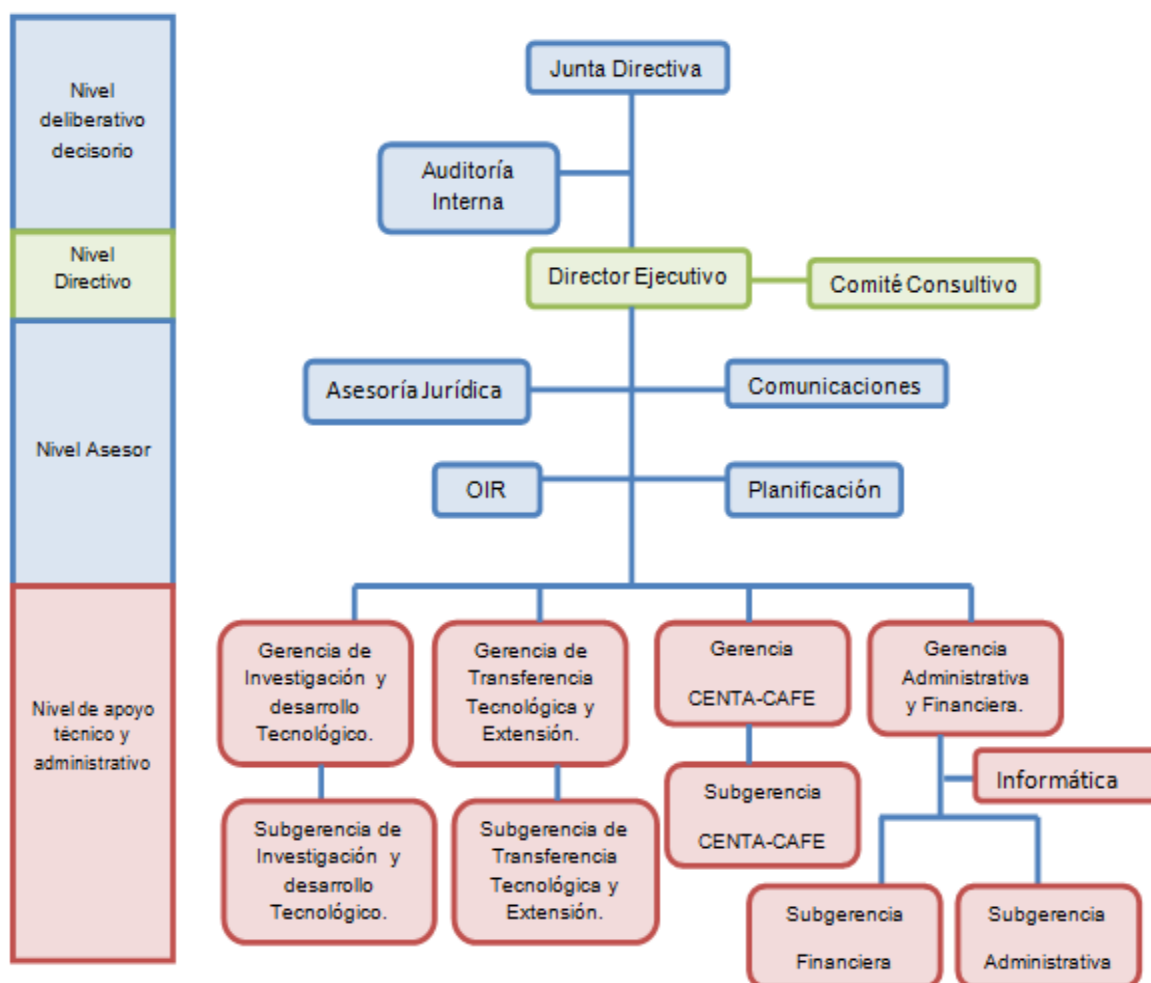
a.2 Visión.

Haber mejorado la calidad de vida de las familias rurales y las condiciones ambientales del país, ejerciendo el liderazgo y articulando el Sistema Nacional de Innovación Tecnológica Agropecuaria.

a.3 Estructura Organizativa.

Esta se divide en cuatro niveles Jerárquicos: Nivel deliberativo- decisorio que es donde se toman la mayoría de decisiones por parte de la Junta Directiva; Nivel Directivo que incluye al Director Ejecutivo y comité consultivo; Nivel Asesor que se encarga de la planeación, y finalmente el nivel de apoyo técnico y administrativo que incluye a todas las gerencias y subgerencias así como al área informática.

FIGURA N°4
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA CENTA.



Fuente: Elaboración de grupo de tesis, basándose en información brindada por CENTA.

a.4 Capacidad instalada.

En el respectivo levantamiento CENTA comenzó con la ayuda de la Misión Técnica de Taiwán desde el año 2009 hasta la fecha con el cultivo de Guayaba taiwanesa y de otros tipos de Guayaba, para el año 2015 el Ingeniero José María García mencionó que mensualmente se cultiva un aproximado de dos mil a tres mil Guayabas de tipo taiwanesa 1, tipo 2, cristal por mes, que se utilizan para abastecer el mercado local, puesto que se cuenta con los recursos económicos para la producción anual.

CENTA cuenta con 5 manzanas de cultivo de Guayaba taiwanesa tipo 1 y cristal, de las cuales alrededor de 2 de ellas esta dedicados a la Guayaba Cristal, que es óptimo para la elaboración de derivados de esta fruta.

Además cuentan con un laboratorio de alimentos, maquinaria especializada para el manejo de procesamiento de frutas, el cual sirve para poder capacitar a productores, personas, pequeños empresarios, que soliciten asesoría para procesar derivados de estos; dentro de las asesorías que esta institución brinda esta:

- Pulpas de frutas edulcoradas y sin edulcorar.
- Técnicas de conservación tales como: deshidratados, confitados, mermeladas, láminas de frutas y otros.
- Refrescos naturales en polvo, jugos y néctares.

Así mismo, la mano de obra se está capacitando constantemente, por ser un producto que necesita de mucho cuidado desde el momento que se hace el injerto hasta el punto de cosecha y es por eso que la mano de obra es poca, pues el trabajo es un poco pesado.

a.5 Tecnología.

El Laboratorio de Tecnología de Alimentos es una unidad de servicio que pertenece a la Gerencia de Investigación. Cuenta con personal técnico capacitado para prestar servicios diversos, tales como:

- Análisis fisicoquímicos, microbiológicos, organolépticos y de vida de anaquel, en materias primas y alimentos procesados.
- Formulación y Desarrollo de nuevos productos.
- Talleres de capacitación sobre procesamiento de cereales., conservación y procesamiento de frutas y hortalizas, procesamiento de miel de abeja, productos pesqueros y otros productos agropecuarios. Cuenta con una mini planta piloto equipada para procesar frutas y hortalizas, laboratorio para análisis microbiológicos de alimentos y agua; así como también equipos para molienda de cereales y otros productos.

b. Generalidades de Finca Santa Cecilia.

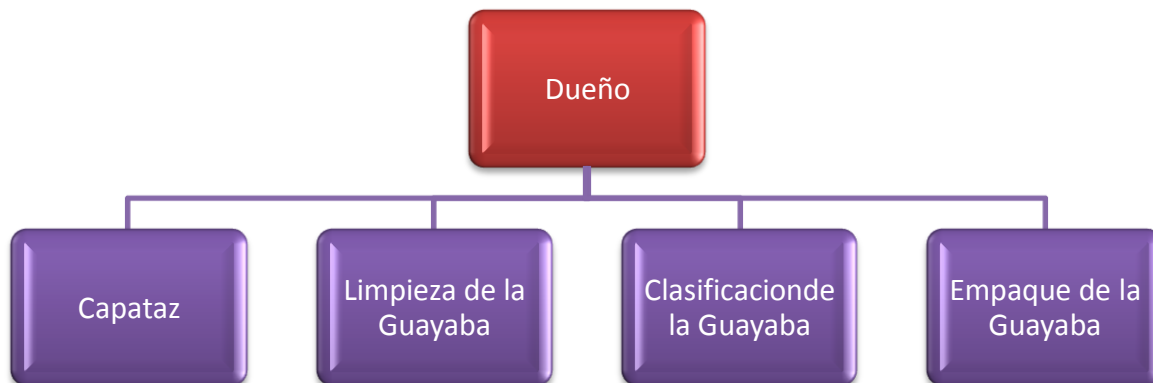
Finca Santa Cecilia está ubicada en Chalchuapa, en las cercanías de las Ruinas del Tazumal, cuenta con 15 manzanas sembradas Guayaba de las cuales 6 de ellas son exclusivas para el cultivo de Guayaba Cristal, dedicada al cultivo y comercialización de Guayaba Taiwanesa, se comenzó a cultivar dicho fruto hace aproximadamente cinco años y de tipo Cristal desde hace 3 años. En la actualidad, se cultiva un aproximado de tres mil seiscientos sesenta y cinco Guayabas por mes, con las cuales se abastece a un supermercado muy reconocido del país.

Finca Santa Cecilia no cuenta con una Misión o Visión que hayan sido establecidas previamente, sin embargo el encargado de la Finca el Sr. Pedro Hernández comento que el objetivo es mantener los estándares de calidad en su producto, además de tener las posibilidades e intenciones de procesar el fruto para aprovechar sus recursos.

b.1 Estructura Organizativa.

Finca Santa Cecilia es un negocio familiar por los que su estructura organizativa esta detallada de la siguiente manera:

FIGURA N°5
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA SANTA CECILIA.



Fuente: Elaboración de grupo de tesis, basándose en información brindada por Finca Santa Cecilia.

b.2 Capacidad Instalada.

Finca Santa Cecilia, cuenta con la capacidad para instalar la producción de derivados de esta fruta, pero actualmente no se está procesando solo se comercializa el fruto en sí,

pero a un mediano o largo plazo se piensa establecer alianza con CENTA para que ellos puedan capacitar y proporcionar tanto las herramientas, como los conocimientos necesarios para el proceso de producción y transformación del fruto fresco a derivados de Guayaba.

Además cuenta con la suficiente mano de obra para el cuidado, control y cosecha de este producto.

b.3 Tecnología.

Santa Cecilia no cuenta con tecnología en el área de producción, a pesar que cuenta con una planta procesadora todo se hace de forma manual; así mismo no cuentan con página web, correo electrónico, ni ninguna maquinaria automatizada para la selección, limpieza y empaquetado del producto.

c. Generalidades de Dulces Albanes.

La empresa cuya casa matriz, se encuentra ubicada en 3ª. Calle Oriente No. 2-8, Santa Tecla, Departamento de La Libertad. El giro comercial es productos varios, dicha asignación se debe a que se dedica a la manufactura de los diversidad de dulces de frutas. Es considerada una de las dulcerías más antiguas de El Salvador pues lleva en el mercado aproximadamente 45 años de estar funcionando.

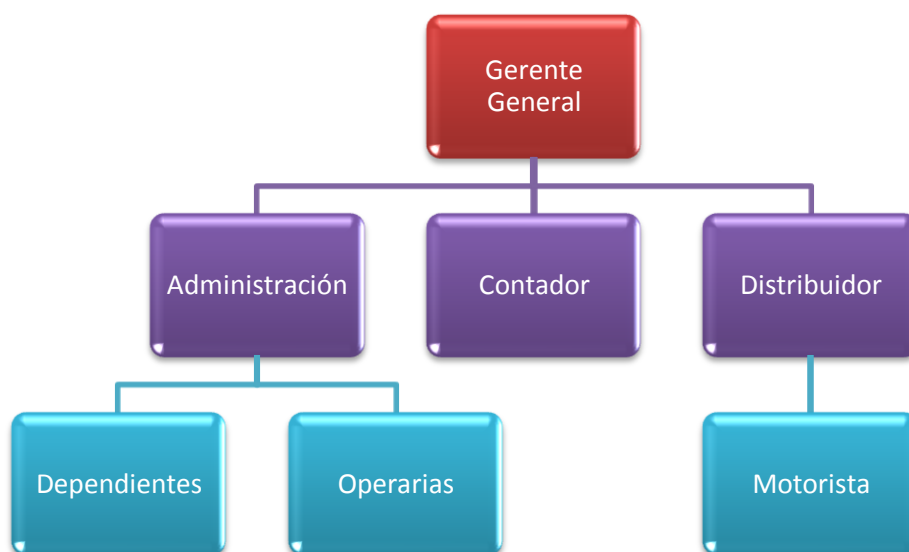
Dulces Albanes actualmente se encuentra procesando pero en pequeñas cantidades y distribuyendo localmente, lo que ha permitido abrirse paso pues el número de dulces que distribuyen va en aumento según es su demanda, debido a la extensión de sus productos incluyendo la Guayaba pero solo especializándose en dos clases de dulces, suerte que no han corrido otras dulcerías que participaron en producción y elaboración de dicho producto pues no le fue rentable.

Además, Dulces Albanes a pesar de que en su variedad de productos procesa la Guayaba, solamente lo realiza a través de pedidos, y que tampoco cuenta con un estándar de calidad por el hecho de que para la elaboración de estos derivados se utiliza la Guayaba Casera.

c.1 Estructura Organizativa.

Dulce albanés es una empresa familiar por lo que su estructura organizativa se detalla a continuación:

FIGURA N°6
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DULCES ALBANES.



Fuente: Elaboración de grupo de tesis, basándose en información brindada por dulces albanés.

c.2 Capacidad Instalada.

A pesar de que sus procesos para la elaboración de sus productos son puramente artesanales, cuentan con la capacidad instalada para la realización del mismo, sus utensilios son los apropiados y soportan altas temperaturas.

1.4 Identificación del problema.

La producción de la Guayaba como cultivo extensivo en El Salvador, es reciente desde que la Misión Técnica de Taiwán introdujo la Variedad Taiwanesa, al Programa del Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal²⁹ (CENTA), se motivó a productores visionarios, capacitándolos en el manejo agronómico, procesamiento de la fruta, al mismo tiempo dotándoles de material genético de alta calidad y créditos para iniciar la plantación.

²⁹ Guía Técnica del cultivo de la Guayaba,
<http://www.centa.gob.sv/docs/guias/frutales/GUIA%20CULTIVO%20GUAYABA.pdf>.

Los primeros reportes del cultivo de guayaba taiwanesa en el país son de 1998, a la fecha se cultivan alrededor de 125 manzanas entre Taiwán 1,2,3,4, Miami Roja, Cubana enana así como Cristal, concentradas mayormente en el litoral salvadoreño, desde Chutilla en La Libertad hasta Puerto Parada en Usulután, zonas bajas del interior como San Julián, Caluco en Sonsonate, Nueva Concepción en Chalatenango y San Miguel; zonas intermedias como Zapotitán, Chalchuapa, Santa Isabel Ishuatán, San Pedro Puxtla y Cojutepeque³⁰.

En El Salvador por ser un país de poca extensión territorial, la cosecha de Guayaba es abundante; por lo mismo la producción Nacional actual, alcanza para cubrir la demanda local; hay potencial para destinar cierta parte de la producción para el procesamiento de productos derivados, porque pasado un cierto tiempo el fruto expira para su consumo y se tienen pérdidas al no comercializarse cuando se encuentra fresco, es por eso la necesidad de procesarlo.

Los cultivos de la Guayaba Cristal, permite dar a los derivados un sabor natural conteniendo todos los elementos nutricionales necesarios, evitando utilizar exceso de azúcar al procesarlos, se contempla seguir cultivando de este tipo de Guayaba pues es un mercado naciente para los derivados, así como también contando con los recursos y la debida orientación para su transformación y posteriormente su comercialización a través de diversos canales de distribución tanto nacional como extranjero.

A pesar de las situaciones problemáticas a las que se han enfrentado los productores; se cuenta con la ventaja competitiva porque se tiene la producción suficiente para crear productos derivados, de los cuales la oferta es muy limitada en el país, como para comercializar en otros mercados; partiendo de esta premisa se ha decidido exportar el fruto procesado hacia países Europeos donde es un producto altamente demandado por ser considerado fruta exótica.

Tomando en cuenta el interés e intenciones de exportar, tanto las empresas que tienen la capacidad instalada para realizar el procesamiento del fruto, como de las que procesan la Guayaba a nivel nacional; se puede ver la necesidad que crear un plan de exportación con el fin de apoyar, orientar y expandir dicha actividad fuera de las fronteras nacionales

³⁰ Guía técnica del cultivo de la guayaba, Programa MAG – CENTA – Frutales.

permitiendo así generar más ingresos a las empresas y proyectar a El Salvador como un país generador de nuevas oportunidades.

1.5 Enunciado del problema.

¿Sabrán los productores de Guayaba como exportar los derivados de esta, hacia el mercado Europeo específicamente a Holanda?

1.6 Análisis Interno de las empresas que cuentan con la capacidad de exportar derivados de Guayaba.

1.6.1 Análisis Interno de CENTA.

Se realizó un análisis interno con el objetivo de conocer los recursos, capacidad y disposición que tienen las empresas para exportar derivados de guayaba, en este apartado se identificaron fortalezas y debilidades, con el fin de aprovechar las primeras y superar las segundas. Así mismo se incluye una Guía de Preguntas de Dulces Albanes puesto que no fue concedida la entrevista solicitada con la persona encargada, en cuanto a estados financieros tampoco fueron facilitados por ninguna de las empresas en estudios por motivos de seguridad y confidencialidad.

Además se toma en cuenta que de dichas empresas, dos de ellas no procesan el fruto pero si tienen interés, capacidad instalada y financiera para hacerlo, así como una tercera que si cuenta con experiencia en procesar derivados de la Guayaba.

a. Análisis interno CENTA.

Cuadro No. 11

FORTALEZAS.	DEBILIDADES.
✓ Cuenta con una muy buena producción y cultivo del fruto.	✓ Escasez de mano de obra.
✓ Posee capacidad instalada para el procesamiento de derivados del fruto.	✓ Poco Control de plagas.
✓ Cuentan con laboratorios de alimentos para llevar a cabo el procesamiento de frutas y el control de calidad de los mismos.	✓ Solo abastece al mercado local.
	✓ Desperdicio de producto.
	✓ Por el momento solo cultivan el fruto y no han sacado ventaja de la capacidad instalada que tienen para procesar sus derivados.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrece asesoría y capacitaciones a los interesados de exportar cualquier tipo de fruta o sus derivados, con el fin de ayudar de apoyar el proceso y mejorar la calidad del mismo. 	
---	--

Fuente: Elaboración del grupo de Tesis.

CENTA se caracteriza por ser un centro de procesamiento agrícola y frutal con maquinaria idónea, además cuenta con la tecnología para procesar derivados de Guayaba, tiene la capacidad para ofrecer capacitaciones a los productores de Guayaba en todo el país, esto es muy favorable para ellos porque a través de estas mejoran sus procesos y ofrecen producto de mejor calidad.

Sin embargo, existe poca mano de obra para realizar estas actividades, hay plagas que no se pueden controlar debido al bajo presupuesto que se posee, lo que lleva a un desperdicio de la fruta, otro factor importante es que solamente abastece al mercado local porque se desconoce los procesos a seguir para exportar hacia un mercado en particular, es decir hay falta de información.

1.6.2 Análisis Interno de FINCA SANTA CECILIA.

Cuadro No. 12

FORTALEZAS.	DEBILIDADES.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuenta con una muy buena producción y cultivo del fruto. ✓ Alianzas con supermercados del país para colocar su producto. ✓ Están interesados en exportar productos derivados del fruto. ✓ Espacio amplio para crear otras áreas de trabajo. ✓ Cuentan con el capital para comprar maquinaria de procesamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Control de plagas. ✓ Falta de maquinaria para el procesamiento de frutas.

- | | |
|---|--|
| ✓ Actualmente están siendo asesorados para exportar y procesar fruta. | |
|---|--|

Fuente: Elaboración del grupo de Tesis.

Tienen la experiencia en el cultivo de la Guayaba y los procesos paralelos que implica como por ejemplo el mantenimiento para que no se pierdan grandes cantidades de la cosecha; esto les ha servido mucho a mejorar sus controles de calidad porque la cosecha mensual asciende a más de 3,000 Guayabas, que son destinadas a abastecer algunas cadenas de supermercados de prestigio en el País; es importante mencionar que poseen la suficiente mano de obra para la producción actual sin embargo se tiene la visión a futuro de procesar la fruta a través de las capacitaciones que ofrece CENTA a los productores, para expandir su cuota de mercado; lo que implicaría abastecerse de más mano de obra.

Las debilidades que les afecta son principalmente las plagas que llegan a la fruta echándola a perder, como la mosca de la Guayaba, a pesar de esto cuentan con procesos que les ayuda a evitar en cierto porcentaje el desperdicio de la fruta; otro aspecto a mejorar es la capacidad instalada, puesto que al obtener mayores ingresos existe una gran probabilidad que se preparen mejor con el fin de poder producir derivados y exportarlos.

1.6.3 Análisis interno Dulces Albanés.

Cuadro No. 13

FORTALEZAS.	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Posee una gran trayectoria en el mercado de dulces típicos. ✓ Amplia experiencia en el proceso de elaboración de derivado de frutas como lo son los dulces típicos. ✓ Fidelización de sus clientes por su calidad de productos y gran trayectoria en el mercado de dulces típicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No cuenta con la maquinaria y equipo actualizado para la producción de sus productos. ✓ La producción de ciertos productos es limitada, por ser productos artesanales que no contienen preservantes químicos que extiendan su fecha de caducidad. ✓ La mayoría de sus productos están elaborados con materia prima la cual es perecedera.

Fuente: Elaboración del grupo de Tesis.

Para la empresa dulces albanes su mayor fortaleza radica en la Fidelización de sus clientes y su gran trayectoria que ha tenido a lo largo del tiempo posicionándose como una de las mejores en el ramo de productos artesanales, puesto que es una de las empresas más antiguas de el Salvador con casi cincuenta años en el mercado Salvadoreño en los que ha estado ofreciendo sus productos tanto a personas nacionales como extranjeros que vienen a visitar El Salvador.

Por otra parte, la empresa Dulces Albanes tienen debilidades en lo que es la maquinaria y equipo puesto que por ser una empresa donde sus productos son elaborados artesanalmente no utilizan ningún tipo de proceso tecnológico o preservantes, edulcorantes o colorantes artificiales por lo que conlleva a que sus productos no tengan una duración o prolongación en cuanto a su duración o tiempo de vida, lo cual permite que no sean idóneos para la exportación.

a. Guía de Preguntas.

**GUÍA DE PREGUNTAS DIRIGIDA A EMPRESAS PROCESADORA DE FRUTAS
(DULCES ALBANÉS).**

Objetivo: Conocer la capacidad de producción que tienen los empresarios de pequeñas y medianas empresas para la elaboración de productos derivados Frutas.

- 1. ¿Cuántos años tiene de procesar frutas para la elaboración de sus productos?** La empresa tiene más de cuarenta y cinco años de dedicarse al proceso de elaboración de procesado de frutas.

- 2. ¿Cuentan con la capacidad instalada para la producción de derivados de fruta?** como empresa Dulces Albanés no cuenta con toda la capacidad instalada, para el procesamiento de frutas puesto que no se cuenta con maquinaria moderna para la producción de dichos productos, porque parte de su elaboración es artesanal, aunque si cuentan con la suficiente mano de obra para la elaboración y comercialización de estos derivados a nivel nacional.

3. **¿Cuántos tipos de fruta procesan?** Actualmente se están procesando doce tipos de fruta como lo son Tamarindo, Piña, Zapote, Papaya, Nance, Guayaba, etc.
4. **¿Qué tipo de productos elaboran?** Los tipos de productos que se elaboran son dulces a base de frutas como lo son: dulce de Tamarindo, Piña, Zapote con leche, Nance, Toronja, entre otros, así mismo están los dulces a base de semilla de los cuales se pueden mencionar dulce de Almendras, Marañón, Maní, etc. y además están los que se elaboran a base pastas que son: dulce de leche con semilla de Marañón, de leche con Pasas, de leche con Coco.
5. **¿Dentro de su variedad de productos usted procesa o elabora algún derivado de Guayaba?** Si, actualmente se está utilizando esta fruta para ser procesada entre los productos que se elaboran están dulce de Guayaba con leche y dulce de Guayaba, convirtiéndola en parte de nuestra variedad de dulces típicos artesanales
6. **¿Qué cantidad se elabora de los productos derivados de Guayaba mensualmente?** De este tipo de producto no puede darse un estimado, puesto que actualmente solo se elabora a través de pedidos y por lo tanto no existe un estimado de cuanto se elabora, pues esto dependerá si hay clientes que lo solicitan o no.
7. **¿Qué tipo de guayaba utiliza para la elaboración de derivados de esta fruta?** Dulcería albanes utiliza la Guayaba de casera, no una específica, tenemos conocimiento de la Guayaba Taiwanesa y Cristal, pero no utilizamos ninguna de este tipo.

1.7 Análisis Externo de las empresas que cuentan con la capacidad de exportar derivados de Guayaba.

1.7.1 Análisis externo de CENTA.

Se realizará un análisis externo con el objetivo de conocer el entorno de las empresas que podrían contar con la capacidad para poder exportar productos derivados de la Guayaba, en este apartado se identifican las oportunidades como las debilidades así mismo, se ha

utilizado la herramienta PESTEL, para identificar el impacto de los siguientes factores político, económico, social, tecnológico y ecológico, que están fuera del control de las empresas, pudiendo afectar en el futuro o están siendo afectadas. Además se auxilió de una guía de preguntas para analizar cómo se encuentra el mercado de los productos derivados de guayaba, conociendo sobre los gustos, preferencias de los holandeses.

a. Análisis externo de CENTA.

Cuadro No. 14

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso a nuevos canales de comercialización. ✓ Aprovechamiento de la tecnología para el procesamiento de frutas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Constantes cambios climáticos que afectan la producción.

Fuente: Elaboración del grupo de Tesis.

Para el CENTA el acceso a nuevos canales de comercialización representa una gran oportunidad, que los pueda llevar a aprovechar toda la capacidad instalada así como la tecnología y exportar los productos procesados de guayaba hacia mercados Europeos rentables.

La principal amenaza que visualiza CENTA es que en los últimos años el cambio climático está afectando gravemente las cosechas, lo que hace que la empresa sufra de menor rentabilidad y un margen de producción menor, ocasionando problemas de abastecimiento de la demanda.

1.7.2 Análisis externo de FINCA SANTA CECILIA.

Cuadro No. 15

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diversificación del producto por parte de sus derivados. ✓ Oportunidad de Exportar sus productos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alto grado de delincuencia. ✓ Inestabilidad económica. ✓ A los cambios climáticos que afectan la

a nuevos mercados.	producción.
--------------------	-------------

Fuente: Elaboración del grupo de Tesis.

Finca Santa Cecilia tiene las posibilidades de exportar al mercado Europeo, al iniciarse en el procesamiento de derivados de Guayaba, pues no solo debe comercializar a nivel local por tener las oportunidades de explotar los recursos que posee; así como la oportunidad de creación de más alianzas con otros supermercados y tiendas de mayoreo además de poder diversificar el fruto por partes de sus derivados.

Por otra parte finca Santa Cecilia percibe que su mayor amenaza es el alto grado de delincuencia que el país tiene el cual no beneficia mucho para poder hacer planes de exportación, además de la inestabilidad económica del país y los cambios climáticos que afectan la producción de este.

1.7.3 Análisis externo de Dulces Albanés.

Cuadro No. 16

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Se ha expandido a dos sucursales. ✓ Oportunidad de exportar sus productos a otros países. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Competidores con igual año de experiencia han ganado terreno a nivel nacional. ✓ La Delincuencia. ✓ Precios Altos en los materiales para la elaboración de los dulces. ✓ No contar con los requisitos necesarios para la exportación de sus productos.

Fuente: Elaboración del grupo de Tesis.

Para la empresa dulces albanés una de los mayores logros que ha tenido es la apertura de sus sucursales puesto que es una oportunidad de expandirse y dar a conocer sus productos a nivel nacional, así como las posibilidades de exportar si se decidiera hacer uso de la tecnología en la producción de sus dulces sin perder el plus por su elaboración artesanal, lo que le permite a la empresa a seguir en el mercado de dulces típicos.

Una de las mayores amenazas que tiene dulces albanés son los competidores que han venido ganando terreno al mismo tiempo experiencia a nivel nacional, además de la delincuencia y los altos precios en los materiales para la elaboración de los productos que realizan.

1.7.4 Análisis PESTEL.

Una herramienta de medición que permite analizar el mercado tomando el entorno político, económico, social, tecnológico y ecológico de los productos derivados de Guayaba, conociendo el panorama sobre los factores a favor que se puedan tener así como puntos a mejorar.

CUADRO N° 17
Análisis PESTEL.

P	POLÍTICO	Incertidumbre Política.
		Burocracia.
		Barreras Arancelarias.
E	ECÓNOMICO	Oportunidad de Exportar productos derivados de Guayaba a la Unión Europea.
		Niveles de Inflación.
		Tipos de Cambio de Divisa.
		Cambio en el poder adquisitivo de las personas.
S	SOCIAL	Cambios en el Estilo de Vida.
		Delincuencia.
		Desempleo.
T	TECNOLÓGICO	Maquinaria adecuada para la transformación de productos derivados de Guayaba.
E	ECOLÓGICO	Cumplimiento de las buenas prácticas Agrícolas.
		Visitas de la división de Fruticultura de Centa, para garantizar el cumplimiento de las normativas para las plantaciones de frutos.
		Desechos.
L	LEGAL	Acuerdos de Comercio Exterior con la Unión Europea.
		Ley General de alimentos para la Unión Europea.

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis.

Político.

En El Salvador el ambiente político es variable y este factor provoca que el país no sea competitivo, debido a aquellas políticas que se aprueban y afectan a ciertos sectores del mismo, esto provoca la incertidumbre en las empresas puesto que se sienten temerosas a invertir en sus respectivos negocios así como también se genera duda para los empresarios que quieren invertir.

Para poder realizar los respectivos trámites de exportación, existe abuso de poder que se refleja a la hora que los exportadores, necesitan realizar algún trámite puesto que al no tener una debida asesoría enfrentan dificultades como por ejemplo la devolución de los

formularios, poca atención por parte de los encargados que no brindan toda la información adecuada; generando consecuencias como el retraso en la salida de la mercancía, y en casos extremos la pérdida del producto.

Los productos derivados de cualquier tipo de fruta, se clasifican según un sistema arancelario, tienen asignado un código que permite identificarlos permitiendo así determinar si se hará el cobro de algún impuesto o si goza de un tratado que exonere dichos pagos, en el caso de los derivados del fruto de Guayaba por la cantidad de azúcar pueden gozar de un beneficio hasta del 30% toda vez no exceda del porcentaje de azúcar establecido.

Económico.

En los últimos años, la economía en El Salvador, se ha visto estancada, aunque para las exportaciones no tradicionales han tenido un incremento en un 7.6% para el periodo enero-marzo año 2015, una oportunidad de negocio en este rubro, es la exportación de productos derivados de Guayaba, pues después de realizar investigaciones se determinó que el único país de Centroamérica que exporta este fruto es Costa Rica, la alta producción de fruto e interesados en exportar sus derivados puede ser una oportunidad para exportar estos productos y así permitirles a las empresas procesadoras Salvadoreñas y productores que deseen incursionar en la transformación de derivados de frutas expandirse y obtener mayores ingresos.

Los precios en los últimos años en lo que respecta a la canasta básica ha tenido un alza, pues a ha llegado a un nivel de 1.1%; permitiendo que hay más oferta que demanda, esto ha provocando que los precios de los alimentos y materia prima se incrementen, lo que implica un costo adicional para los consumidores recurriendo a que los volúmenes de venta no sean los mismos.

La inflación con 1.9%, ha permitido que El Salvador se vuelva atractivo, para que se puedan realizar alianzas comerciales e incluso las partes interesadas realicen inversión a largo plazo permitiendo que la economía se dinamice.

El poder de compra de los consumidores, es variante debido a las tendencias en los hábitos de consumo, puesto que ellos deciden cuanto es lo que gastarán en determinados productos, tomando en cuenta factores de calidad, que le permitan al producto sobresalir de la competencia.

Social.

Los estilos de vida, con los años han ido variando, pues las personas cada vez están más preocupadas por determinados aspectos como la información nutricional de los productos que consumen, la seguridad, el bienestar familiar, entre otros. Las tendencias de consumo van acordes a las necesidades de cada persona, así como de probar cosas nuevas, por ejemplo en el mercado europeo degustan de algunos de los derivados de Guayaba que otro país centroamericano comercializa y exporta y todo es porque para ellos es considerado algo tropical y exótico, y tomando en cuenta que el clima propio de dicho destino hace difícil cultivar y producir este tipo de fruto.

La delincuencia es otro factor que está afectando a la sociedad pues muchas empresas se ven obligadas a pagar cierta cantidad para poder seguir operando y así poder distribuir sus productos, además son víctimas de hurto, tal es el caso de Cultivar que dejó de producir y comercializar pues les robaban la materia prima con la cual procesaban Guayaba para elaborar tés orgánicos.

El desempleo es otro de los factores que intervienen en la actividad económica, mas aun cuando se ve influenciado por la violencia, generando el estancamiento de la economía.

Tecnológico.

A la fecha una de la empresas incluidas en el diagnóstico cuenta con maquinara, tecnología e instalaciones para poder procesar cualquier tipo de derivado, aunque no lo explota por falta de un proyecto para impulsarlo; mientras otras de las empresas en análisis, cuentan con la capacidad de adquirir el equipo necesario pero son planes a largo plazo siendo esto una oportunidad de negocio; así como también comercios evitan el riesgo financiero prefiriendo realizar sus derivados de manera artesanal pues su producción es solo por pedidos, evitando el uso de una adecuada tecnología que le brindaría mayores fortalezas para poder incursionar en otro mercados.

Ecológico.

Las buenas prácticas agrícolas evitan la contaminación al Medio Ambiente, así como también ayudan a obtener cultivos de calidad, creando una conciencia sobre el uso de pesticidas que son dañinas para la salud de seres humanos, flora y fauna.

El departamento de Fruticultura, se caracteriza por supervisar personalmente las asesorías brindadas a los solicitantes en sus respectivas propiedades donde se encuentre el cultivo y así verificar el cumplimiento de las normativas exigidas por CENTA, pues al obtener las cosechas los frutos son estudiados analizando si cumplen con los estándares de calidad para su posterior comercialización.

Los desechos de los frutos, son considerados desperdicios cuando estos no se pueden comercializar y al no poder procesarles son lanzados a la basura, pero por lo cual se busca impulsar el plan, pues es un negocio altamente competitivo.

Legal.

Se cuenta desde hace algunos años con un acuerdo comercial conocido como Sistema Generalizado de Preferencias Plus (SGP Plus o SGP+), permitiendo a los interesados en exportar pagar menos impuestos o ser exonerados de cancelarlos dependiendo de la naturaleza del producto a comercializar, siendo una oportunidad del mercado local para la apertura de negocios con otras naciones que conforman la Unión Europea y específicamente Holanda.

Las exportaciones de productos alimenticios, tienen una ley general de alimentos que establece medidas que resguarden la seguridad alimentaria de los consumidores; para la Unión Europea cumpliendo con los requisitos establecidos permiten el ingreso de determinados alimentos tomando en cuenta si algunos de los alimentos gozan de una restricción.

1.7.5 Análisis de la guía de preguntas consumidor de derivados de Guayaba en Holanda.

a. Embajada de Holanda.

Para el análisis externo, no se pudo obtener una entrevista con dicha embajada, se envió una carta solicitando una entrevista, la sede del El Salvador no cuenta con área comercial, de quien se recibió respuesta fue del encargado de relaciones comerciales desde la sede de Costa Rica, puesto que en El Salvador no se cuenta con exportaciones de productos derivados de Guayaba, y pues aconsejaron que las consultas que se

puedan tener se podía visitar su sitio web donde está toda la información comercial de los países que conforman la Unión Europea.

b. Entrevista a Consumidores Holandeses.

Se realizó una entrevista a 5 residentes holandeses efectivas, de las 20 encuestas enviadas; entre ellos hombres y mujeres de las edades de 25 a 35 años, los cuales brindaron su opinión donde indican que ellos consumen frutos tropicales como Fresas, Pera, Melón, Sandía, Mango, Guayaba expresando que han probado el producto derivado en mermeladas, frozen. El mercado Holandés es atractivo puesto que les gusta consumir frutos frescos, pero de los derivados de guayaba transformados son difíciles encontrar en el mercado; el único país dedicado a exportar productos derivados de la Guayaba es Costa Rica (según información proporcionada por la revista del Ministerio de Economía), ellos exportan mayormente la mermelada, jugos, esencias de Guayaba, la cual no se encuentra en cualquier lugar por ser producto elaborado y también por ser un producto nostálgico; así mismo a los entrevistados les gustaría que haya más variedad en cuanto a productos elaborados con Guayaba, entre ellos dulces, helados, caramelos, jaleas; también comentaron que preferirían que los vendan en los supermercados en diversos empaques del producto de plástico o en vidrio, por lo que están dispuestos a cancelar hasta un precio de 8 Euros.(Ver Anexo N°9)

2. Conclusiones del Diagnóstico.

- 1. CENTA**, cuenta con ventajas como la siembra de dicha fruta, tienen la capacidad de procesarlo y a la vez de fabricar derivados, además de contar con la fortaleza de impartir capacitaciones a personas, instituciones, empresas interesadas en iniciar un negocio a partir de la transformación de frutas; por lo mismo están altamente capacitados en dicha área puesto que cuentan con la capacidad instalada, maquinaria, laboratorios y personal, lo cual permitiría tener nuevos clientes a nivel nacional e incursionar en otros mercados aprovechando los acuerdos comerciales.
- 2. Finca Santa Cecilia** siendo un negocio familiar abastece actualmente a una cadena de supermercados muy reconocida, pretende especializarse en la transformación de Guayaba para lo cual se encuentra en la reuniones para formalizar la asesoría, tiene

a futuro planes a largo plazo de exportar dicha fruta procesada, pero por falta de interés de ellos por atender otros negocios no se concretando dicho proyecto, esto le permitiría elaborar diversos productos que le permitirían ser rentables en el exterior del país.

3. **Cultivar** elaboró Té de Guayaba de manera artesanal, dándole un valor agregado a este producto; pero la falta de aceptación por parte de los consumidores hacia productos orgánicos a nivel local, no le permitió crecer en el rubro, así como la falta de apoyo de las instituciones encargadas y la situación de delincuencia.
4. **Dulces Albanés** es una empresa familiar que ofrece diversidad de dulces elaborados de manera artesanal de diversas frutas, que le da un toque único, con tres sucursales a nivel nacional le permiten dar a conocer su producto, por la cantidad procesada se considera que no cuentan con la total capacidad de exportar, pues que no cuentan con la maquinaria necesaria que les facilite el trabajo y cumplir con los pedidos solicitados, además también se toma en cuenta que el tipo de guayaba utilizada para el proceso es la casera no contando así con los estándares de calidad para poder exportar.
5. Después del análisis situacional realizado a los procesadores de Guayaba, se tienen muchos aspectos que favorecen el procesamiento y la exportación de dichos productos, pues a las personas de los países seleccionados, le gusta este tipo de derivados pues lo consideran exóticos en sus sabores, es por eso de la necesidad de una guía que a futuro sea consultada por cualquier persona, empresa o institución interesada para exportar al mercado europeo, se tienen dificultades que se pueden superar con la debida información.
6. Según CENTA y el Ministerio de Economía, El Salvador no cuenta con estadísticas de exportación de productos derivados de la Guayaba, puesto que a nivel nacional son pocos los tipos de derivados, al incentivar este tipo de programas se volvería rentable.
7. Se conoce que existen una gran cantidad de cultivos de Guayaba, las cuales podrían ser utilizadas para el procesamiento de sus derivados, al contar con todo equipo

necesario, tecnología para evitar el desperdicio y abrirse mercado de manera internacional.

3. Recomendaciones del diagnóstico.

1. Se recomienda a CENTA, iniciar un proyecto que permita procesar toda la fruta de Guayaba que desperdicia y que no se pueda comercializar, además de capacitar constantemente a su empleados para la obtención de derivados de calidad, así como que se incluya en el proceso diferentes eventos para dar a conocer que una institución de gobierno puede elaborarlos para generar una cartera de clientes tanto nacionales como internacionales.
2. Es importante que Finca Santa Cecilia, tome la prioridad de su propuesta pues tiene recursos económicos para la compra de maquinaria, instalaciones adecuadas, así como de la contratación de más personal, por lo mismo se recomienda realizar alianzas con las instituciones encargadas para las respectivas capacitaciones, pues los derivados de Guayaba son un negocio rentable tanto en el mercado nacional como en otros mercados.
3. Es de vital importancia que Dulces Albanes, se actualice en cuanto maquinaria, pues tiene una gran oportunidad de ampliar su mercado, dejando atrás los pedidos limitados y cambiar los procesos de elaboración del producto derivado de Guayaba, para que este pueda ser auxiliado con la maquinaria, dándole así como también un toque para que no pierda la identidad tradicional que le caracteriza creando oportunidad de negocio.
4. Recomendación para todos, aprovechar todas las herramientas, capacidades y recursos que cada uno tiene, promoviendo la promoción de sus productos, puesto que son capaces de ofrecer productos de calidad a un mercado demandante, con un gusto exquisito por las productos tropicales, así como también se recomienda a las autoridades pertinentes prestar apoyo pues se debe evitar las dificultades y facilitar trámites.

B. INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE GUAYABA AL MERCADO EUROPEO.

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El diseño a utilizar es No Experimental, permite observar todos los elementos, requisitos, el entorno, al exportar frutas procesadas para saber si son de conocimiento de los que procesan; con el fin de analizar las reacciones de dichas personas ante determinada situación puesto que muchos de ellos no saben sobre los procesos que se deben cumplir, estas impresiones serán obtenidas por medio de un instrumento que llevara a indagar sobre diversas temáticas que son de importancia en el tema de estudio.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 GENERAL.

- Determinar cómo la propuesta de un Plan de Exportación puede ayudar e incentivar a los productores y procesadores de Guayaba a exportar sus productos hacia el Mercado.

2.2 ESPECÍFICOS.

- Investigar cuales son las empresas que se dedican a producir y/o procesar derivados de la Guayaba.
- Identificar si las empresas tienen capacidad para exportar.
- Conocer el análisis situacional de las empresas.
- Determinar las oportunidades que tendrían para poder exportar derivados.
- Identificar los factores que permitirán a los procesadores exportar los derivados de Guayaba.

FUENTES DE INFORMACIÓN.

Se clasifica de las siguientes maneras:

3.1 PRIMARIAS.

La información obtenida se ha recolectado a través de entrevistas con algunos de los productores de Guayabas en todo el país, también se han realizado visitas de campo, donde se ha podido verificar la capacidad productiva en cuanto a cultivo, así mismo se

incluye la entrevista realizada a las empresas que procesan derivados de a Guayaba o están interesadas en hacerlo.

3.2 SECUNDARIAS.

Este tipo de fuente se fundamenta con antecedentes sobre el cultivo de Guayaba en El Salvador, a través de información, folletos proporcionados por CENTA para dicha investigación, el material utilizado es de libros, texto de mercadeo, fotografías, páginas web y otras fuentes proporcionadas por los empleados de la institución de gobierno.

Entre las cuales mencionamos:

- Ingeniera Estela Escamilla, división Frutales (CENTA).
- Sra. Cecilia Palma (Cultivar).
- Finca Santa Cecilia; Intermediaria Ingeniera Estela Escamilla.
- Guía técnica del cultivo de la Guayaba.
- MAG
- PROESA
- Internet.

4.TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Se utilizará la investigación de tipo exploratorio, porque en El Salvador la información sobre exportación de productos derivados de Guayaba a la Unión Europea es escasa; esto permite que las personas interesadas en el tema puedan familiarizarse con determinados procesos que ellos conocen en menor escala o pueden desconocer, accediendo a datos que les permitirá enriquecerse en diversas áreas.

Este tipo de estudio permite conocer el comportamiento de los exportadores al comercializar sus productos hacia otros países, además de indagar sobre si conocen todos los pasos a realizar; todo lo obtenido de la captura de datos brindara los factores relevantes y no relevantes para dar una solución al problema.

5. UNIDADES DE ANÁLISIS.

Las unidades de análisis para llevar a cabo la investigación son:

- **UNIDAD # 1:** Procesadores de cultivo de Guayaba.

- **UNIDAD # 2:** Productores de derivados de Guayaba.

6. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y MUESTRA POBLACIONAL.

6.1 Determinación del Universo.

- **UNIVERSO 1.**

El universo en estudio son los procesadores de Guayaba, que tienen más herramientas para la elaboración y distribución del producto a nivel local, pero algunos ya dejaron este rubro así como el único más fuerte no cuenta con los recursos necesarios para exportar sus productos a nivel internacional.

- **UNIVERSO 2.**

En base a la investigación el segundo universo objeto de estudio, son los productores de Guayaba, de los cuales se constató con 2 de ellos, su situación actual y su interés por procesar así como de exportar sus productos a largo por parte de uno de ellos.

7. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN.

a. Entrevista.

Se ha implementado como técnica de investigación la entrevista a los productores, procesadores de guayabas y sus derivados para conocer la capacidad que ellos tienen de producir, así como de procesar lo que permitiría exportar hacia un mercado exterior demandante de frutas exóticas y sus derivados como lo es Holanda; de igual manera se ha entrevistado a representantes de instituciones gubernamentales relacionadas con el tema de exportación, a las autoridades de la embajada de Holanda en El Salvador con el fin de conocer un poco sobre el mercado objetivo; y finalmente se entrevistó a personas residentes en el País de Holanda para obtener parámetros de la cultura, gustos, preferencias y comportamiento de los consumidores.

b. Guía de entrevista.

La guía de entrevista se ha formulado con preguntas vinculadas al ámbito de la investigación que permite abordar las problemáticas, deficiencias que los productores y

procesadores Salvadoreños experimentan, con el propósito de contar con la información necesaria para desarrollar las políticas, así como procedimientos de exportación adecuadas a las dificultades expresadas por éstos. También con el fin de conocer a profundidad sobre la capacidad instalada, los niveles de producción como el potencial exportador de cada uno de ellos.

c. Guía de preguntas.

Se elaboró una guía de preguntas, que permite identificar aquellos elementos que en una entrevista no pudieron ser abordados, una herramienta eficaz pues permite relatar la información que se observo en los productores de Guayaba, enfatizando los aspectos positivos como negativos, que posee para fundamentar otro tipo de instrumentos utilizados que permitan aportar para mejorar todos aquellos vacios que tienen las empresas y puedan exportar su productos transformados a otro mercado.

8. TABULACIÓN U ORDENAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

En la tabulación de datos, da a conocer las herramientas utilizadas para identificar la situación actual que enfrentan los productores de Guayaba:

ENTREVISTA # 1

CENTA

PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Cuántos años tiene CENTA de cultivar Guayaba?	CENTA comenzó con la ayuda de la Misión Técnica de Taiwán desde el año 2009 hasta la fecha con el cultivo de guayaba taiwanesa.
3. ¿A cuánto asciende la cosecha mensual de guayabas?	Lo que se está produciendo mensualmente es un aproximado de dos mil a tres mil guayabas por mes que se utilizan nada más que para abastecer el mercado local.
4. ¿Cuenta con la capacidad instalada para la producción de Guayaba?	Si se cuenta con la capacidad instalada para la producción de guayaba.
5. ¿Cuentan con la capacidad instalada para la producción de derivados de	Si se cuenta con la capacidad instalada puesto que el CENTA cuenta con un

guayaba?	laboratorio de alimentos el cual sirve para poder capacitar a productores en el procesamiento de frutas
6. ¿Cuántos tipos de guayaba cosecha?	Los tipos de guayaba que se están cosechando actualmente son la guayaba taiwanesa 1, 2 y de tipo cristal, pero este tipo de guayaba casi no se cultiva por ser de menor calidad.
7. ¿Considera que como entidad de gobierno tiene los recursos para mantener la producción anual?	Si se cuenta con los recursos para poder mantener la producción anual de este tipo de fruto
8. ¿Cuáles son las dificultades que tiene este tipo de producto para poder ser cosechado?	Los principales problemas son las plagas especialmente por una que afecta a este tipo de producto el cual se llama mosca de la guayaba la cual si no se tiene un control necesario puede arruinar toda la cosecha.
9. ¿Cuentan con la suficiente mano de obra para el control y producción de este producto?	La mano de obra es poca ya que es un producto que necesita de mucho cuidado desde el momento que se hace el injerto hasta el punto de cosecha y es por eso que la mano de obra es poca ya que el trabajo es un poco pesado.
10. ¿De los tipos de guayaba taiwanesa que se cultivan cual es el más apropiado para la realización de derivados como jaleas mermeladas entre otros?	Para ese tipo de productos la más indicada es la Guayaba Cristal ya que contiene menos semilla y más pulpa con la cual puede aprovecharse más para la realización de diferentes derivados.
11. ¿Tiene conocimientos de empresas u cooperativas que se dediquen a la producción y comercialización de productos derivados de guayaba?	CENTA tiene su propio laboratorio donde se realizan diferentes procesos para la transformación de frutos, así mismo como se encarga de capacitar a pequeños empresarios para que ellos puedan incrementar su producción productividad y rentabilidad.

12. ¿Centa tiene alianzas con alguna cooperativa o empresa productora de frutas procesadas?	No se tienen alianzas con empresa o cooperativas para el procesamiento de frutas.
13. ¿Desde su punto de vista, considera factible la creación de un modelo de exportación de productos derivados de la Guayaba, hacia el mercado europeo?	Si considero que es factible puesto que es una herramienta que podría a ayudar a que nuestro país exponga más de nuestros productos fuera de nuestras fronteras

Fuente: Elaborado por el grupo de Tesis.

ENTREVISTA # 2 SANTA CECILIA

PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Cuántos años tiene Finca Santa Cecilia de cultivar Guayaba?	Se comenzó a cultivar la Guayaba taiwanesa hace aproximadamente cinco años.
2. ¿A cuánto asciende la cosecha mensual de guayabas?	Lo que se está produciendo mensualmente es un aproximado de tres mil seiscientas sesenta y cinco guayabas por mes, con las cuales se abastece a lo que son los súper selectos del país.
3. ¿Cuenta con la capacidad instalada para la producción de Guayaba?	Si se cuenta con la capacidad instalada para la producción de guayaba.
4. ¿Cuentan con la capacidad instalada para la producción de derivados de guayaba?	Si se cuenta con la capacidad para instalar la producción de derivados de esta fruta, pero actualmente no se está procesando solo se comercializa en su forma natural en la fruta en sí, pero en un futuro si se piensa establecer una alianza con CENTA para que ellos puedan capacitar y proporcionarnos las herramientas y conocimientos necesarios para el proceso de producción de derivados de Guayaba.

5. ¿Cuántos tipos de guayaba cosecha?	Los tipos de guayaba que se están cosechando actualmente son la guayaba taiwanesa 1 y cristal.
6. ¿Considera que tiene los recursos para mantener la producción anual?	Si se cuenta con los recursos humano y financiero para poder mantener la producción anual de este tipo de fruto.
7. ¿Cuáles son las dificultades que tiene este tipo de producto para poder ser cosechado?	Los principales problemas son las plagas especialmente por una que afecta a este tipo de producto el cual se llama mosca de la guayaba la cual si no se tiene un control necesario puede arruinar toda la cosecha.
8. ¿Cuentan con la suficiente mano de obra para el control y producción de este producto?	Si se cuenta con la suficiente mano de obra para el cuidado y cosecha de este producto
9. ¿De los tipos de guayaba taiwanesa que se cultivan cual es el más apropiado para la realización de derivados como jaleas mermeladas entre otros?	Para ese tipo de productos la más indicada es la Guayaba cristal puesto que contiene su sabor es más dulce lo cual ayudaría a aprovechar más para la realización de diferentes derivados.
10. ¿Tiene conocimientos de empresas u cooperativas que se dediquen a la producción y comercialización de productos derivados de guayaba?	Se tiene conocimiento de empresas que utiliza la guayaba para la realización de diversos productos como lo son dulces artesanales jaleas entre otros.
11. ¿Finca Santa Cecilia tiene alianzas con alguna cooperativa o empresa productora de frutas procesadas?	Actualmente, no se tienen alianzas con empresa o cooperativas para el procesamiento de frutas, porque el producto se comercializa en su forma natural.
12. ¿A largo plazo ustedes como finca estarían en disposición de procesar la guayaba y comercializar sus derivados localmente o internacionalmente?	Si actualmente se está pensando en la exportación del producto natural es decir la fruta como tal, pero en un mediano o largo plazo se pretende empezar a procesar la guayaba para sacarle un mayor provecho y evitar el desperdicio de la misma.

<p>14. ¿Desde su punto de vista, considera factible la creación de un modelo de exportación de productos derivados de la Guayaba, hacia el mercado europeo?</p>	<p>Si considero que es factible puesto que es una herramienta que podría a ayudar a que nuestro país exponga más de nuestros productos fuera de nuestras fronteras.</p>
--	---

Fuente: Elaborado por el grupo de Tesis.

9. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

a. CENTA.

Según la información obtenida en las entrevistas, se conoció que CENTA comenzó cultivando la Guayaba Taiwanesa junto con la ayuda de la misión técnica de Taiwán desde el año 2009 hasta la fecha, los tipos de Guayaba que se están cosechando actualmente son de tipo taiwanesa 1, 2 y cristal. La clase de Guayaba Cristal se cultiva en menor cantidad por ser de calidad baja; la producción mensual es aproximadamente de dos mil a tres mil guayabas que se destina solamente para abastecer el mercado local.

El tipo de guayaba que consideran es la más apropiada para procesar los derivados de guayaba es la Guayaba Cristal debido a que contiene menos semilla y más pulpa de la cual puede aprovecharse más materia prima para la realización de diferentes derivados y evitar desperdicios. Además, cuentan con un laboratorio donde se procesan las frutas, lo que les da ventaja para poder explotarlo y dedicarse en cualquier momento a procesar la guayaba; ya que actualmente solo procesan algunas frutas, pero a futuro si se cuenta con una demanda potencial de derivados de dicha fruta pueden sacarle provecho. Al mismo tiempo aprovechan esta ventaja para ofrecer capacitaciones a diferentes productores de frutas en el país.

Algunas áreas de mejora que se han detectado son concernientes con el control de calidad así como los procesos de manejo y cuidado de las cosechas, la mano de obra es poca ya que es un producto que necesita de mucho cuidado desde el momento que se hace el injerto hasta el punto de cosecha, es un trabajo que requiere de experiencia sobre el control de plagas y mantenimiento. Los principales problemas son las plagas

especialmente por la mosca de la Guayaba que si no se tiene un control y mantenimiento adecuado puede echar a perder toda la cosecha.

Ellos consideran conveniente y necesario un plan de exportación de derivados de Guayaba al mercado Europeo porque podría abrirles la puerta a un nuevo mercado que está demandando mucho los productos orgánicos y saludables, y les permitiría crecer en la industria.

b. Finca Santa Cecilia.

Se comenzó a cultivar la Guayaba taiwanesa hace aproximadamente 5 años, lo que se está produciendo mensualmente es un aproximado de tres mil seiscientos sesenta y cinco guayabas por mes, con las cuales se abastece a supermercados de prestigio del país.

Cuenta con 21 manzanas de las cuales 15 son destinadas al cultivo de Guayaba, por lo tanto se tiene la capacidad instalada para cultivar y procesar derivados de esta, pero actualmente no se está procesando solo se comercializa la fruta sin procesar, en un futuro si se piensa establecer una alianza con CENTA para que ellos puedan capacitar y proporcionar las herramientas y conocimientos necesarios para el proceso de producción de derivados de Guayaba. así mismo, se tiene conocimiento básico sobre el procesamiento de la guayaba se considera que para elaborar productos derivados de esta, la más indicada es la Guayaba tipo cristal puesto que su sabor es más dulce lo cual le da un mejor sabor al producto terminado.

El principal problema o desventaja que se tiene con el cultivo de la Guayaba es que se requiere mucho cuidado para evitar que las plagas lleguen a contaminar el fruto, la principal plaga es la mosca de la Guayaba, que puede echar a perder la cosecha completa. Además, se ha identificado la necesidad de contar con un plan de exportación, ya que para ellos sería una ventaja entrar a otros países que estén interesados en este tipo de productos y expandir su mercado y sus ventas.

c. Dulces Albanés.

Dulces albanés tiene más de cuarenta y cinco años de dedicarse al proceso de elaboración de procesado de frutas, como empresa no cuenta con toda la capacidad

instalada, para el procesamiento de frutas puesto que no se posee maquinaria moderna para la producción de dichos productos, porque parte de su elaboración es artesanal, aunque si tiene la suficiente mano de obra para la elaboración y comercialización de estos derivados a nivel nacional.

Actualmente se están procesando doce tipos de fruta como lo son el Tamarindo, Piña, Zapote, Papaya, Nance, Guayaba, etc. Los productos que se elaboran son dulces base de frutas como lo son: dulce de Tamarindo, Piña, Zapote con leche, de Nance, Toronja, entre otros, así mismo están los dulces a base de semilla de los cuales se pueden mencionar dulce de Almendras, Marañón, Maní, etc. Y además están los que se elaboran a base pastas que son: dulce de leche con semilla de Marañón, de leche con pasas, de leche con Coco, además, se están incluyendo nuevas variedades como lo son el dulce de Guayaba con leche y sin leche.

Por otra parte, la persona encargada manifestó que de este tipo de producto no se puede dar un estimado puesto que se produce por medio de pedidos y por lo tanto no se podría dar un estimado de cuanto se está produciendo mensualmente pues cada mes varía el número de pedidos de este producto. Además, Dulcería albanes no utiliza este tipo de Guayaba en estudio, la fruta que se utiliza es la Guayaba de casera.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

10.1 Conclusiones.

- Los productores de Guayabas están abiertos a la idea de expandir su mercado hacia Holanda a través de la exportación de derivados de Guayaba, pues se conoce el proceso de elaboración para deleitar a un país que demanda mucho este tipo de productos.
- La mayoría de los productores de Guayaba cuentan con la capacidad instalada para procesar productos derivados de esta y exportarla, pero tienen poco acceso a la información sobre como exportar sus productos y hacia qué mercados les conviene exportar.

- Hay poco interés de parte de CENTA, por apoyar a los pequeños productores en capacitaciones para mejorar sus procesos y brindarles apoyo para exportar sus productos.

10.2 Recomendaciones.

- Proponer procesos de mantenimiento y cuidado del cultivo de la Guayaba más estricto, para evitar el desperdicio de cosechas para lograr más producción para generar sostenibilidad.
- Capacitar a los empleados en lo concerniente a todo el proceso desde el cultivo, mantenimiento y elaboración de derivados de la Guayaba.
- Crear constantes capacitación que apoyen a los pequeños productores a exportar sus productos.
- Crear un plan de exportación para los productores de Guayabas, que les permita llevar sus productos hacia Holanda con una estrategia diferenciada.

11. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO E INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

11.1 Conclusiones.

- En el Salvador existe mucha capacidad de producción de lo que es Guayaba, la cual no se está aprovechado en su totalidad puesto que hay mucho producto que se desperdicia por falta de comprador además, son pocas las empresas que están utilizando este producto para ser procesados, por lo tanto la creación de un plan de exportación beneficiaría a los productores y empresas que deseen incursionar en otros mercados tanto local como internacional.
- En El Salvador no existen registros estadísticos que demuestren datos sobre exportación de derivados de Guayaba hacia el Mercado Europeo, así mismo el único país Centroamericano en exportar este tipo de productos es Costa Rica, por lo cual

es un modelo de negocio que le permitiría ser rentable al país, así como la posibilidad de hacer nuevas alianzas aprovechando los tratados comerciales suscritos.

- Los productos derivados de Guayaba son bien aceptados por los Holandeses, púes en dicho país es difícil encontrar de estos productos, siendo una fruta exótica quisieran encontrar una variedad de productos en diversos lugares, mostrando una gran aprobación si los productos fueran Salvadoreños, aunque Costa Rica distribuye pero consideran que el producto elaborado en tierras cuscatlecas tiene un plus siendo considerado nostálgico.
- Se concluye con el diagnostico que Santa Cecilia y CENTA, que cuentan con todas las herramientas que le permitirían exportar productos derivados de Guayaba, al mercado Holandés, teniendo en cuenta que se tienen con algunas amenazas que evitarían el intercambio comercial, pues sería una gran ventaja para la encomia del país.

11.2 Recomendaciones.

- Es recomendable la creación de un plan de exportación de derivados de Guayaba, apoyada de una elaboración de una guía de exportación, para que cualquier persona interesada en comercializar derivados a cualquier destino, pueda apoyarse con este manual para tomar las medidas necesarias para el proceso, además ayudara a las empresas que están procesando este producto, al igual que a las que quieren incursionar en este rubro, así mismo dar a conocer nuestros productos con una estrategia de diferenciación.
- También, es importante recomendar el aprovechamiento de todas las herramientas, capacidades y recursos que cada una tienen, así mismo estar en constante capacitación que ayude a la implementación de nuevos recursos tecnológicos para el procesamiento de productos derivados de Guayaba y por consiguiente poder brindar un producto de con un estándar de calidad optimo.
- Es de vital importancia que empresas que actualmente su procesamiento es de forma artesanal puedan actualizarse en cuanto a maquinaria puesto que sería una gran

oportunidad para ampliar su mercado sin dejar atrás la calidad y excelencia de su producto. Además, de no perder su identidad tradicional que le caracteriza creando así una oportunidad de negocio.

- Se recomienda a CENTA y a Santa Cecilia, impulsar la exportación de productos derivados de Guayaba, pues tanto para ellos como para el país, es rentable para evitar los desperdicios generados de no procesarlo así mismo aprovechando el acuerdo comercial con la Unión Europea, viéndose beneficiado de la disminución de impuestos al entrar a dicho mercado.

Capítulo III



Productos Derivados de Guayaba.

CAPITULO III: PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE GUAYABA AL MERCADEO EUROPEO.

A. RESUMEN EJECUTIVO.

La Unión Europea está constituida por un mercado de consumo de 500 millones de personas que poseen un alto poder de compra, lo que lo convierte en un destino sumamente atractivo, a pesar de no ser el mercado más accesible en términos geográficos.

Una ventaja de la exportación, es que se puede considerar como una alternativa rentable para expandir su negocio, distribuyendo los riesgos y reduciendo su dependencia en el mercado local.

A través de la exportación, las empresas recurren a nuevas ideas, prácticas de manejo, técnicas de mercadeo y formas de competir, desarrollando habilidades que no podrían poner en práctica si el producto se ofreciera únicamente en el mercado local.

Este conocimiento, adquirido con el proceso de exportación, puede también aplicarse al mercado local. En general, aquellas empresas que exportan tienen mayores oportunidades de crecimiento y cuentan con personal altamente calificado así como productivo que tiende a adoptar rápidamente nuevas prácticas tecnológicas y mejores prácticas de manufactura.

Por las razones antes expuestas surge la necesidad de desarrollar un plan de exportación de productos derivados de la Guayaba hacia el mercado Europeo, donde se abordan normativas técnicas, legales que sirven de apoyo en las exportaciones hacia los países miembros de la Unión Europea, de manera que el plan de exportaciones contribuya a facilitar el proceso a los empresarios y productores de Guayabas Salvadoreños.

Es relevante señalar que para poder exportar exitosamente hacia estos mercados, se debe hacer un análisis exhaustivo del mercado y responder ciertas interrogantes básicas para la exportación de los productos, tomando como referencia la situación actual del negocio, para no incurrir en costos que no se puedan recuperar en el futuro, por lo tanto es de suma importancia conocer los requisitos, normativas, barreras, leyes aplicables antes de tomar la decisión de exportar a dicho mercado.

En el plan de Exportación de productos Derivados de la Guayaba, se detallan a precisión los pasos que facilitaran el proceso de exportación, a través de la guía procedimental, donde todos los productores Salvadoreños pueden apoyarse para hacer crecer sus ganancias, aprovechar las oportunidades comerciales que existen entre la Unión Europea y Centroamérica; conocer sus clientes potenciales, la forma adecuada de enviar sus productos, sus principales competidores, barreras arancelarias así como también los términos de entrada de sus productos en el mercado de destino.

Por lo anterior expuesto se recomienda implementar el Plan de exportación de productos derivados de la Guayaba, pues contiene pautas y procedimientos que al realizar de manera adecuada, ayudaran a disminuir las carencias que perciben los productores de guayabas al momento de exportar hacia el mercado europeo, y a la vez causar un impacto favorable en la balanza comercial del país, con el aumento de las exportaciones.

B. OBJETIVOS DEL PLAN DE EXPORTACIÓN.

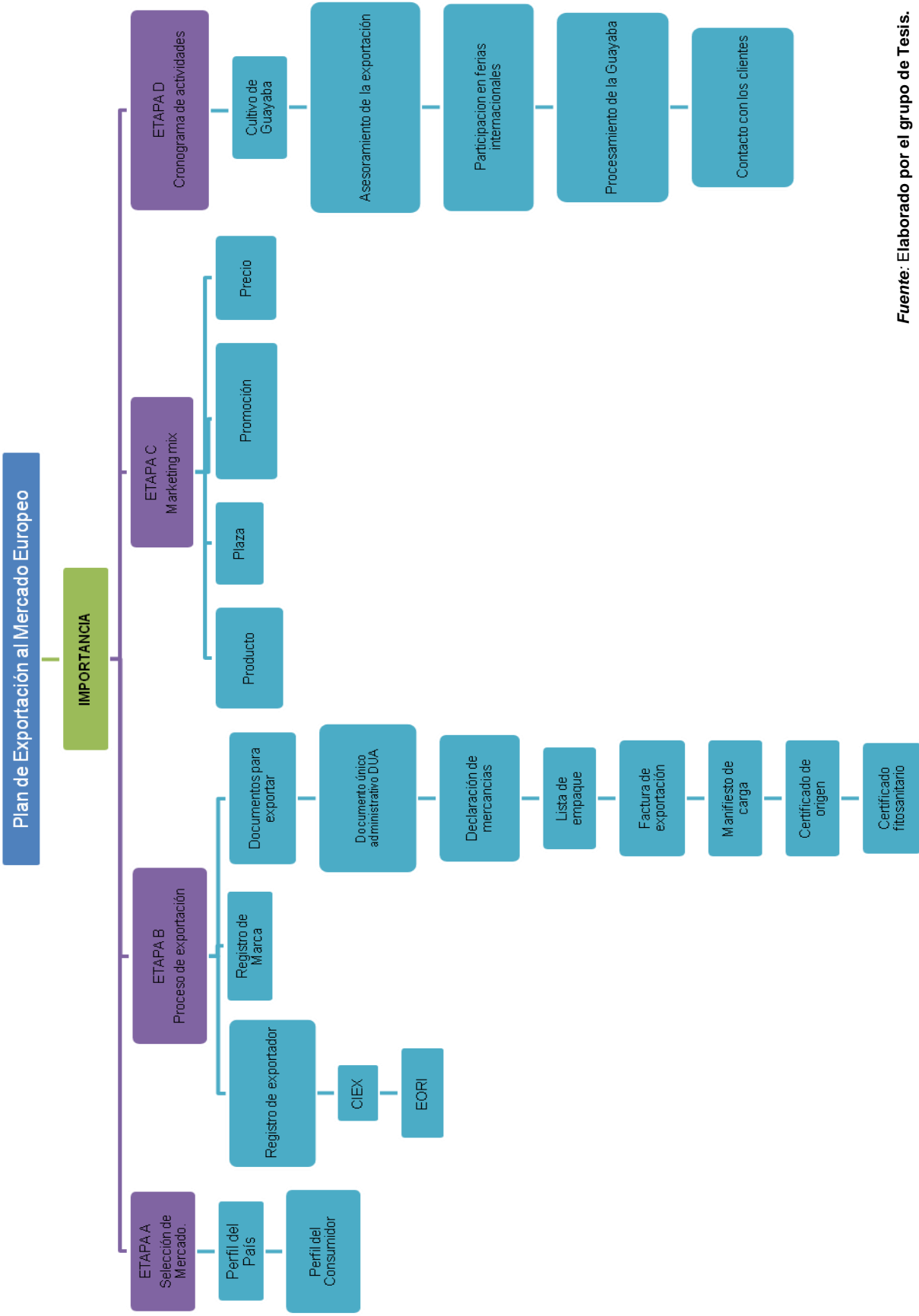
1. Objetivo general

- Diseñar un plan de exportación que beneficie directamente a los pequeños y medianos productores de derivados de Guayaba; para incursionar en nuevos mercados generando mayor rentabilidad para sus pequeñas empresas, creando más fuentes de empleo, lo que beneficia al país y la sociedad en general.

2. Objetivo Específico:

- Brindar una guía práctica de los pasos a seguir para exportar a un mercado Europeo.
- Brindar una serie de pasos detallados, a los productores de cómo los productos derivados de Guayaba, pueden ingresar al mercado Holandés.

C. ESQUEMA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN.



D. IMPORTANCIA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN.

Es sumamente importante que los futuros exportadores cuenten con una guía procedimental, pues en algunos casos los productores de derivados de Guayaba, no conocen los pasos a seguir por que se enfrenta a diversas dificultades o no cuentan con algún requisito que imposibilita poder exportar hacia otros países.

El estado mediante instituciones como Ministerio de Economía, PROESA, Centrex, CENTA, brindan a todos aquellos interesados mediante ponencias, asesorías, visitas así como también poniendo a disposición herramientas tecnológicas para que puedan seguir paso a paso al exportar, pero esto no es suficiente.









La propuesta consiste en brindarle a cualquier persona interesada en exportar productos derivados de cualquier fruta, una guía que le facilite el proceso; porque en la mayoría de ocasiones por la falta de una debida asesoría pueden perder una gran oportunidad de ingresar a otros mercados.

E. SELECCIÓN DE MERCADO.

1. Selección de Mercado.

Se aconseja evaluar diversos países para seleccionar el que más le convenga, para la cual puede aplica criterios la selección de mercados para escoger el que más le convenga para buscar al intermediario para realizar la respectiva negociación³¹.

Los puntos que se requiere para hacer una lista, puede tomar los puntos que considere convenientes pues la suma de todos ellos debe totalizar 100% que significa que conoce exactamente el mercado:

-  Situación económica del país.
-  Aspectos demográficos.
-  Aspectos políticos.
-  Acuerdos comerciales.
-  Restricciones arancelarias.
-  Aspectos culturales.
-  Aspectos sociales.
-  Aspectos religiosos.

³¹ Banco Interamericano de Desarrollo (BID),2010.

- ✚ Idioma.
- ✚ Cultura para las negociaciones.
- ✚ Hábitos de los consumidores.
- ✚ Distancia.
- ✚ Entidades de comercio exterior.
- ✚ Contactos Comerciales.
- ✚ Tamaño del Mercado.

Para la selección del país, debe tener una lista con los posibles países candidatos, la cual debe totalizar 100%, por lo que se aconseja informarse mediante internet, mediante encuestas, estudios realizados en dichos países, según considere que se ha informado colocar el porcentaje que estime conveniente, así como viajar para conocer el mercado al que se quiere ingresar, para realizar una análisis más detallado.

FIGURA N°7
CRITERIOS DE SELECCIÓN

Criterios de Evaluación	Países				
	Alemania	España	Holanda	Italia	Francia
Situación económica del país.	10%	10%	15%	9%	5%
Aspectos demográficos.	15%	5%	15%	5%	10%
Acuerdos comerciales.	10%	2%	25%	1%	5%
Cultura para las negociaciones.	10%	5%	15%	1%	1%
Hábitos de los consumidores.	10%	5%	15%	1%	4%
Contactos Comerciales.	2%	1%	5%	1%	1%
TOTAL	57%	28%	90%	18%	26%

Fuente: Elaborado por el grupo de tesis.

Para seleccionar el país destino es recomendable analizar cinco opciones, al tener los resultados se tomaran aquellos países que estén más próximos al 100%. En la figura 7, el mercado objetivo es Holanda, el mercado alterno es Alemania y el mercado contingente es España.

2. Perfil de Holanda.

Holanda tiene una población estimada en 16.7 millones, con una tasa de crecimiento de 0.4% anual, entre las ciudades más populosas están Ámsterdam, Rotterdam, la Haya y Utrecht, con una densidad demográfica de 400 personas por kilómetro cuadrado.

El idioma oficial en Holanda es el holandés o el neerlandés, una lengua germánica que no es solo el idioma de Holanda, sino que también es el idioma de una región de Bélgica, así como también de la pequeña región de Francia nombrada Westhoek. El inglés es el segundo idioma de Holanda, cosa que facilita la comunicación con los viajeros.

La expectativa vida en dicho país ha cambiado, la edad promedio de vida es de 40 años, los notables cambios está en la reducción de los índices de natalidad, pero con un aumento significativo en lo que son los inmigrantes.

Una monarquía constitucional parlamentaria es la que constituye a Países Bajos; el gobierno neerlandés está constituido por ministros, ministros junior, secretarios, además del monarca; la capital de dicho país es Ámsterdam y la sede de los ministros es la Haya.

El parlamento está constituido por los estados generales de los Países Bajos que tiene dos cámaras: la cámara alta con 75 miembros electos por consejos providenciales y por la cámara baja con 150 representantes por medio del sufragio directo. El periodo de ambas cámaras es de 4 años al ser un sistema multipartidista los gobiernos son de coalición donde las responsabilidades del gabinete son llevar una agenda gubernamental que les permita preparar la legislación así como la supervisión de gobiernos locales y mantener las relaciones internacionales.

Todas las leyes pasan por las dos cámaras, aunque el parlamento debe velar por la constitucionalidad así como respaldar el gobierno de turno; así también el gobierno tiene la capacidad de disolver a el parlamento para luego convocar a elecciones.

Países bajos tiene una economía abierta caracterizada por empleos estables, desempleo e inflación en términos moderados, con un superávit en su cuenta corriente haciéndole una economía estable. La principal actividad económica es el comercio exterior por la transformación alimentaria, productos químicos, refinerías de petróleo así como maquinaria eléctrica y electrónica. El producto interior bruto de Holanda en el tercer trimestre de 2015 ha crecido un 0,1% respecto al trimestre anterior, tasa que es igual a la del segundo trimestre de 2015, además la variación interanual del PIB ha sido del 1,8%, 4 décimas menor que la del segundo trimestre de 2015, cuando fue del 2,2%. La cifra del PIB en el tercer trimestre de 2015 fue de 170.649 millones de euros, con lo que Holanda se situaba como la 8ª economía en el ranking de PIB trimestral de los 33 países que publicamos.

Holanda tiene un PIB Per cápita trimestral de 10.119€ euros, 236 euros, mayor que el del mismo trimestre del año anterior, que fue de 9.883 euros.

3. Perfil del Consumidor.

Los productos derivados de Guayaba, van dirigidos a un mercado Europeo específicamente a Holanda, consumidores que tienen características particulares bien definidas, pues valoran la calidad del producto por lo que están de acuerdo a pagar; así como otros elementos que se mencionan detalladamente:

- ✚ Demanda de alta calidad.
- ✚ Variedad en los productos.
- ✚ Certificaciones.
- ✚ Tendencias responsables.
- ✚ Consumidor bien informado.
- ✚ Familias pequeñas.
- ✚ Bajos Índices de natalidad.
- ✚ Demanda por bienes de lujo, recreación, salud, medicina.
- ✚ Ingresos altos.
- ✚ Grupo de consumidores mayores a 45 años, un segmento de mercado más interesante debido a su tamaño y poder de compra.
- ✚ Aumento en las ventas de materiales de origen natural, les permiten conocer sobre cultura y formas de vida diversas.
- ✚ Tendencias de consumo de producto agrícolas.
- ✚ Demandan de productos Premium.
- ✚ Gusto por productos étnicos y exóticos.

F. PROCESO DE EXPORTACIÓN.

1. Registro del Exportador.

Todo futuro exportador de productos derivados de Guayaba debe comenzar paso a paso; como primer paso tiene que solicitar un registro de exportador, además de recolectar la documentación solicitada puede informarse a través de internet, así como tramitar la asignación de su número correlativo que le acredite a poder comercializar sus productos al mercado europeo (Ver anexo n°11, anexo n°12).

Requisitos para la documentación a presentar para cumplir trámites:

Si es Persona Natural.

Presentar Original y Copias:

- 1- Descargar del portal de CIEX el formulario de Registro de Exportador, una vez debe llenarse completamente.
- 2- Presentar NIT como importador.
- 3- Carnet de contribuyente IVA.
- 4- Documento único de Identidad (DUI), carne de residente ó pasaporte del exportador, así como el de los funcionarios encargados que autorizan en nombre del exportador.
- 5- Presentar la resolución que emita el departamento jurídico de la Dirección general de Aduanas, en el cual se autoriza al despachante de aduanas a la persona encargada de firmar las declaraciones de mercancías, así como también será el encargado que representara ante las diversas aduanas del país.

Si es Empresa:

- 1- Descargar del portal de CIEX el formulario de Registro de Exportador, una vez debe llenarse completamente.
- 2- Presentar NIT como importador.
- 3- Carnet de contribuyente IVA.
- 4- Escritura de Constitución de la empresa debidamente registrada en el Centro Nacional de Registros.
- 5- Si es una cooperativa, no debe presentar escrituras de constitución pero si debe presentar el acuerdo del Ministerio de Ganadería y Agricultura (MAG), publicado en el diario oficial.
- 6- Documento único de Identidad (DUI) ó pasaporte del representante legal, así como el de los funcionarios encargados que autorizan en nombre del exportador.
- 7- Presentar la resolución que emita el departamento jurídico de la Dirección general de Aduanas, en el cual se autoriza al despachante de aduanas a la persona encargada de firmar las declaraciones de mercancías, así como también será el encargado que representara ante las diversas aduanas del país.



1.1 Registro de Identificación de los Operadores Económicos (EORI).

Antes de exportar productos derivados de Guayaba a cualquier país de la Unión Europea, debe solicitar su registro identificación de los operadores económicos conocido como EORI (por sus siglas en inglés), dicho código asignado deberá ir reflejado en la declaración de mercancías. Para solicitar un número EORI, se debe registrarse atrás de internet, verificando los requisitos y solicitando la respectiva asesoría a CENTREX El Salvador, pues dicho proceso y asignación de código puede ser mediante vía electrónica. Ya con número asignado de EORI, y la mercancía próxima a ingresar al territorio destino, el importador debe presentar toda la documentación necesaria, presentando a las autoridades aduaneras Europeas la declaración sumaria de entrada (ENS), donde se refleja el código de exportador, el número de productos, peso dicho documento se presenta por medio del sistema de control de importaciones (ICS) el trámite debe realizarse 24 horas antes de la mercancía entra por vía marítima y 4 horas antes si por vía aérea.

Como exportador debe tomar en cuenta que el importador al declarar, las autoridades aduaneras de la Unión Europea, al trámite de las mercancías de los productos derivados de Guayaba se le asignara un código de procedimiento aduanero conocido como CPC, el cual está conformado por 8 pasos según el Código Aduanero Comunitario (CAC):

- ✚ **Despacho para libre circulación:** por ser un producto Salvadoreño y no elaborado en la Unión Europea es considerado una “mercancía no comunitaria”; antes de comercializarse debe convertirse en mercancía comunitaria para lo cual los agentes aduaneros cobrar aranceles e impuesto, después de este proceso los productos quedan listos para ser distribuidos.
- ✚ **Tránsito:** Los productos procedentes de El Salvador deben pasar por un proceso de tránsito comunitario, que incluye el certificado de la declaración de bienes de entrada dicho proceso la Unión Europea lo registra utilizando el Nuevo Sistema de Tránsito Computarizado NCTS, para facilitar el tránsito de la mercancía, hacia el país destino, este trámite lo realiza el importador.
- ✚ **Bodegaje en aduana:** es el procedimiento de almacenar la mercancía, cuando el importador no puede cancelar los aranceles a tiempo.

En el caso de los derivados de Guayaba aunque dicha preparación lleva preservantes que garantizan su conservación; el importador puede dejarlos almacenados durante un tiempo mientras cancela los aranceles o pospone medidas

que se aplicarían por la mercancía, además dichos productos pueden ser almacenados por el tiempo que se considere necesario con previa autorización.

- ✚ **Procesamiento interno:** este paso es solamente para las empresas que importan materia prima o productos parcialmente procesados, para terminar de ser manufacturados por el importador puesto que no está sujeto a pago de impuestos por la naturaleza; este proceso tiene dos maneras de comercializarse: primeramente “sistema de suspensión” puesto que está libre de pagar impuestos por ser exportado por terceros países independientes de Europa; y el segundo es el “sistema de reembolso” puesto que el producto al ser importado se termino de procesar en la Unión Europea, este puede circular libremente así también el dinero de los impuestos se reembolsa cuando se reexporta ya terminado.
- ✚ **Procesamiento bajo control aduanero:** este proceso es para las materia primas exportadas a la Unión Europea, en el cual se procesan y al obtener el producto terminado se le impone el arancel a cancelar puesto que está sujeto al control aduanero, esto ocurre cuando los productos importados son más altos a los terminados en dicho destino.
- ✚ **Admisión/importación temporal:** Este procedimiento se aplica a bienes que son importados a la Unión Europea para aplicarles algún procedimiento y posteriormente nuevamente exportados desde la Unión Europea bajo condiciones similares a su destino para ser comercializados, evitando los aranceles.
- ✚ **Procesamiento en el exterior:** Los productos son exportados por la Unión Europea a otros países fuera de este, para que sea procesado y cuando esté listo pueda regresar ya finalizado con exoneración total de impuestos.
- ✚ **Exportación:** Beneficios a los exportadores en cuantos a los aranceles que está disponible para los que son miembros y no miembros de la Unión Europea.

2. Registro de Marca.

Para evitar que la Marca del producto sea plagiada se recomienda registrarla para garantizar la legalidad, aunque dicho paso es opcional.

Pasos para registrar una marca:

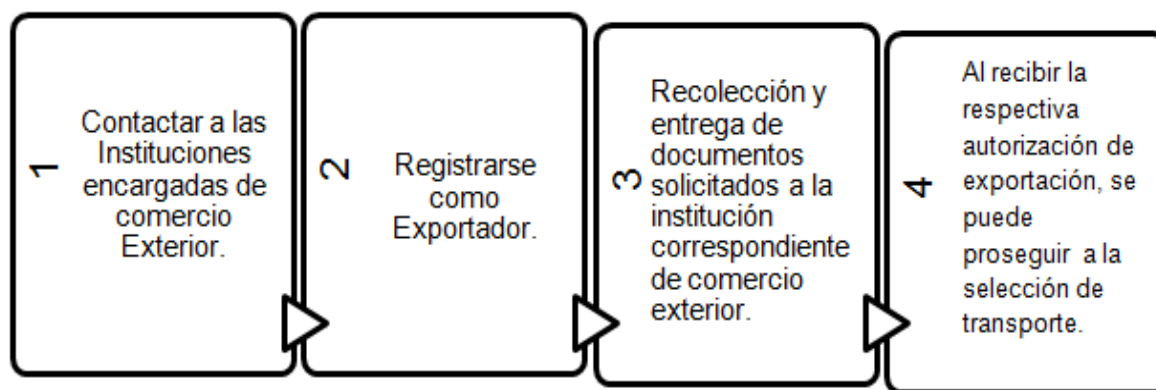
1. Acudir a la oficina de registro de marcas
2. Buscar antecedentes de la marca.
3. Presentar solicitud de registro de marca.
4. Exámenes de comprobación de requisitos formales.

5. Examen de registro.

3. Documentos para la Exportación.

En el siguiente apartado encontraremos los documentos que necesitamos según la conveniencia de los productos derivados de Guayaba, para garantizar la calidad de este. Como obtener la autorización para exportar a la Unión Europea.

FIGURA N°8
Pasos para Expotar.



Fuente: Agencia de Promoción de Exportadores e Inversiones de El Salvador (PROESA).

Al tener el permiso de exportador solicitado se procede con la recolección de dichos documentos, que pueden ser comenzados a tramitar en lo que se espera dicha resolución en algunos procesos.

3.1. Documento Único Administrativo (DUA).

Es el código que le asigna la autoridad aduanera de la Unión Europea, pues dicho documento debe acompañar siempre en cada exportación a otros para facilitar los trámites de entrada al país destino.

Primeramente debe llenar el formulario en el idioma inglés, se puede llenar en español a mano, pero debe llevar su respaldo con el principal idioma, con respaldo de 8 copias del mismo, la entrega para dicho proceso puede ser enviado por medio electrónico o a través de la dirección general de aduanas para gestionar su aprobación.

En la solicitud, el exportador de productos derivados de Guayaba reflejara los datos completos de las partes involucradas en la comercialización, país de origen así como país de destino, información detallada del medio de transporte, el valor de la factura, y la naturaleza de dicho trámite haciendo referencia que se solita para exportar

Los requisitos al llenar el DUA, ya obtenido el código, son los siguientes (Ver anexo 13):

- ✚ Información contacto del exportador como del importador;
- ✚ Información sobre el producto, que contenga todos los datos del producto desde el código arancelario, como su peso.
- ✚ País de origen, así como país exportador y país de destino;
- ✚ Información sobre los medios de transporte;
- ✚ Se debe reflejar el valor de factura y moneda de cómo se realizo dicha negociación;
- ✚ Trámite aduanero al que se aplica, es decir si es de libre circulación o la mercancía necesita procesarse en dicho destino;
- ✚ Lista de documentos presentados con el DUA ;
- ✚ Forma de pago de los aranceles;
- ✚ Solicitud de exoneración de IVA.

3.2. Declaración de Mercancías.

Cuando las exportaciones son fuera de Centroamérica, uno de los principales documentos a entregar, para facilitar al exportador también dicho procedimiento se puede realizar por medios electrónicos (Ver anexo N° 14).

3.3. Lista de Empaque.

Este documento acompaña a la factura de exportación, por lo cual puede ser elaborada en cualquier idioma pero debe contar con su respaldo en el idioma inglés, dicha lista contiene fecha de emisión, nombre de la empresa encargada del transporte, cantidad del producto, peso por paquete; el tipo de embalaje que es el resguarda a las unidades por ejemplo una caja puede contener 24 frascos de mermeladas; las medidas, total del producto a exportar, numero de la factura que corresponda según a la mercancía declarada. (Ver anexo N° 15).

3.4. Factura de Exportación.

Se debe reflejar en dicha factura la fecha de extensión de la presente, nombre de exportador como del importador, la cantidad contenida en el empaque, el número unidades a exportar, calidad, precio que debe ser reflejado en dólares como en euros, las condiciones de pago así como la fecha de vencimiento, en caso de que con el importador se asegure el producto esto también debe ser declarado es decir el monto de asegurarlo y el medio de transporte de la mercancía. (Ver anexo N° 16)

3.5. Manifiesto de Carga.

Es el documento en el que se registra toda la mercancía que conforma el cargamento en el buque, nave, aeronave, al llegar o partir del territorio de aduanero; si se presenta en datos consolidados se debe desglosar al declararse.

Para los exportadores de productos derivados de Guayaba, se recomienda realizar el manifiesto de carga para que pueda ser transportado por medio de barco, tomando en cuenta todas las medidas de seguridad (ver anexo N°17).

3.6. Certificado de Origen.

Es un documento donde se certifica que la mercancía es originaria del país de donde se exportara, dicha certificación debe contener firma, nombre y sello del encargo así como también deberá ser avalado por la autoridad correspondiente.

El exportador al certificar el origen de las mercancías, debe conservar por un período de cinco años, después de la certificación de las mismas, todos los registros contables y documentos que amparen estrictamente el origen de los productos.

Este documento es necesarios para gozar de trato preferencial o beneficiarse del acuerdo con la Unión Europea. (Ver anexo N°18, anexo N°19)

3.7. Certificado Fitosanitario.

Documento que se emite para la exportación de productos de origen animal y vegetal, los cuales certifican que al momento de la exportación, para lo cual se inspeccionan de acuerdo con los procedimientos adecuados y que se consideran aptos para la exportación. (Ver anexo N°20).

4. Marketing Mix.

A. Producto.

La Guayaba es fruto generoso, pues al procesarla se obtienen diversos productos como los son jugos, mermeladas, jaleas, dulces, pastas, entre otros; pues al transformarlos se pueden comercializar a nivel internacional, otorgándole un valor agregado al producto.

Se les aconseja procesar jaleas, mermeladas, dulces en sus diferentes variedades, para ser exportados al mercado Holandés que demanda de productos exóticos del Caribe, como los mencionados anteriormente.

Con la debida capacitación de los productores de Guayaba con el producto derivado de su predilección, se evitan perdidas permitiendo una amplia gama de productos durante todo el año.

1. Envasado.

Para los diversos productos derivados como confitería, mermelada, jaleas se recomienda lo siguiente:

a. Confitería.

El producto debe preservarse cuidadosamente, se aconseja utilizar un empaque metalizados, porque permite que la confitería este más protegida de la luz que pueda afectarle así como también le brinda más resistencia, son reutilizables y fáciles de reciclar.



b. Mermeladas y jaleas.

Para ambos derivados se recomienda envasarlos en frascos de vidrio, según la presentación que se estime conveniente, pues ofrecen mayor resistencia y protección.



2. Etiquetado.

Los productos para poder ser comercializados a los consumidores, deben contener toda la información necesaria en el empaque, exigida tanto localmente como por los países donde se comercializara.

FIGURA N° 9
Pasos para Etiquetado.



Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

El etiquetado garantiza la seguridad de los consumidores.

Lista de ingredientes.
Ingredientes: Pulpa de Guayaba, azúcar refinada, colorante, preservantes.


Nombre y dirección de Empresa
Fabricado por:

Fecha de Vencimiento.
Consumir antes de:
5 de Diciembre de 2017.

Código de barras.


Producto derivado de Guayaba.

Nombre del Producto.



Contenido: Kg

Contenido Nutricional.

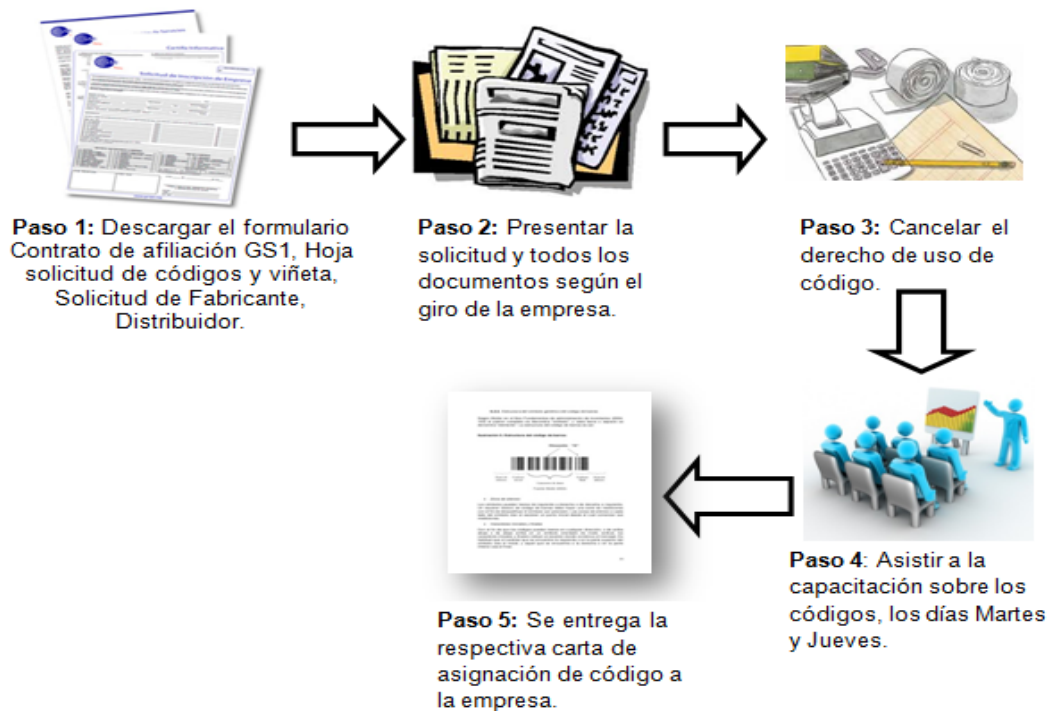
Nutrition Facts/Datos Nutricionales	
Serving Size/Tamaño por ración: 100 gramos	
Serving per Contenedor/Raciones por envase: 50	
Amount per Serving/Cantidad por Ración	
Calories/Calorías: 90	Calories from Fat/Calorías por grasa: 0
% Daily Value*/% Valor Diario	
Total Fat/Grasa Total 0 gr.	0%
Saturated Fat/Grasa Saturada	%
Trans Fat/Grasa Trans	%
Cholesterol/Colessterol	%
Sodium/Sodio	%
Total Carbohydrate/Carbhidrato Total 28 gramos.	7%
Dietary Fiber/Fibra Dietética	%
Sugars/Azúcares	%
Protein/Proteína 0%	



El etiquetado debe cumplir con las siguientes características:

1. **Nombre del Producto:** Presentación principal del producto, el que lo identifica de otros productos.
2. **Contenido Neto:** La Cantidad contenida del producto.
3. **Lista de Ingredientes:** listado de los ingredientes para la elaboración del producto, las cuales deben estar detallados en el empaque.
4. **Nombre y Dirección de la Empresa:** Nombre de la Empresa Producto o el nombre de la distribuidora del producto para ese mercado.
5. **Contenido Nutricional:** Requerimientos permitidos y recomendados que debe tener el empaque.
6. **Fecha de Vencimiento:** El empaque del producto debe contener la caducidad del mismo.
7. **Código de Barras:** Este puede ser solicitado en la Cámara de Comercio de El Salvador en la red mundial de organizaciones (GS1).

Para lo cual se necesita los siguientes pasos a seguir:



Cualquier variación del producto como: marca, sabor, tamaño, promociones, requieren un código diferente.

2.1 Mercado Conformidad Europea (CE).

Es la declaración del exportador que el producto cumple con todas las disposiciones aplicables por la UE y que los procedimientos de evaluación han sido cumplidos.

La marca CE es obligatoria para todos los productos exceptuando aquellos que de riesgo para la salud, se consideran candidatos:

1. Un producto nuevo, independientemente de si es fabricado en la UE o en terceros países.
2. Un producto usado o de segunda mano que se importe a la UE desde terceros países.
3. Un producto semi-procesado que debe cumplir con las directivas como nuevo producto.

Como un exportador puede obtener la marca, debe de cumplir con:

1. Informarse e identificar las Directivas de la UE aplicables al producto en el cual se encuentran omitidos aquellos que son dañinos.
2. Identifique el Módulo de Evaluación de Conformidades aplicable verificando unidad, garantía del producto, tipo de producto, calidad.
3. Identifique si su producto cumple con los requisitos mínimos legales.

4. Evalúe una muestra de su producto, ya sea usted mismo o a través de una entidad auditora.
5. Recopile su “Documentación Técnica” anteriormente mencionado en los pasos.
6. Firme la “Declaración de Conformidad”.
7. Fije la marca CE en su producto.

3. Clasificación Arancelaria.

La Unión Europea brinda beneficios mediante determinados aranceles preferenciales para países en desarrollo, como El Salvador, que se encuentra suscrito en el acuerdo del SGP y del SGP+, conjunto con el acuerdo de asociación Centroamérica-Unión Europea. Esto se refleja al exportar productos de derivados de Guayaba, porque deben cumplir con ciertos requisitos para que dichos aranceles le sean aplicables³².

Para aplicar los aranceles se sacan el base, país de origen así como el precio de comercialización del producto y no por la materia prima con que se elaboran, para cobrar dichos aranceles se aplica en la entrada sea en el puerto o aeropuerto de la Unión Europea.

Para determinar qué tarifa se debe aplicar la mercancía debe ser clasificada:

1. El sistema armonizado de los productos básicos adoptado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) determina los códigos de los productos básicos en seis dígitos.
2. Estos seis dígitos son la base para adoptar el arancel exterior común. La “Nomenclatura Combinada” (NC) es la clasificación de la UE que se divide en ocho dígitos.
3. En base al código de la nomenclatura combinada, el exportador puede buscar el código de diez dígitos para cada producto que se llama “código TARIC”.

CUADRO 18
Código TARIC.

NC 2007	DESCRIPCIÓN
2007	Confituras, jaleas y mermeladas, púres, pastas de otras frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso por adición de colorantes .
200710	Preparaciones Homogeneizadas.
20071010	Contenidos con azúcares mayores al 13%

Fuente: Sistema de Información Comercial del Ministerio de Economía.

³² Sistema de Información Comercial del Ministerio de Economía El Salvador.

3.1. Código Taric.

Para que el exportador de productos derivados de Guayaba, pueda realizar el intercambio comercial debe identificar el código arancelario internacional de su producto (los primeros 6 números), según el acuerdo de asociación Centroamérica-Unión Europea obtenidas por sistemas generalizado de preferencias, para facilitar el intercambio comercial, para las exportaciones hacia la Unión Europea, se debe reconocer los códigos europeos de su Nomenclatura Combinada (NC 2007).

Para realizar dicho proceso de verificación debe ingresar al portal en internet www.ec.europa.eu para realizar los siguientes pasos:

- Una vez en la página busque la sección “Descripción TARIC” e introduzca la palabra Guayaba;
- Al desplegarse el siguiente menú, busque “Guayaba y demás preparaciones alimenticias que contengan Guayaba” y verifique el código de diez dígitos 2007109100 ;
- Retorne de nuevo a la página www.ec.europa.eu en “Código TARIC”.
- Ingrese el código TARIC, digite 2007109100 junto con el nombre del país en este El Salvador.
- Para finalizar con el proceso, haga clic en “Derechos de aduana” para verificar la tarifa preferencial de SGP (+) para el producto derivado de Guayaba y el país El Salvador. Cualquier beneficio adicional para el país exportador se incluirá en la tarifa, así como también se desplegara las tarifas arancelarias para Naciones más favorecidas con tarifas normales.

Al realizar la consulta puede ser en ocasiones dificultoso, pues la Organización mundial del comercial tiene ciertas regulaciones de clasificación en dado caso no encuentre el código del producto derivado de Guayaba.

Dado que existen excepciones detalladas, los exportadores deberán analizar cada clasificación del producto derivado de Guayaba de forma individual.

3.2. Requisitos del Sistema General de Preferencias.

El beneficio se aplica a los productos, al cumplir los siguientes requisitos:

- ✚ **Establezca la clasificación del producto y su tarifa arancelaria:** debe consultar su código TARIC para establecer el costo a cancelar.

- ✚ **Verifique el criterio de origen:** el cumplimiento con las normas de origen exigidas por la Unión Europea.
- ✚ **Verifique las condiciones de consignación:** pues al transportar la mercancía, se debe cumplir con los requisitos mínimos de transporte para el ingreso de esta.
- ✚ **Prepare la documentación:** prepare la documentación que entregara a las autoridades aduaneras de El Salvador, así como los que le entregara al importador.
- ✚ **Embarque el producto y presente la documentación a las autoridades aduaneras de la Unión Europea:** el importador debe presentar la documentación a las autoridades, pues se debe cumplir con cada requisito estipulado para la entrada de este.

Además de estos requisitos la Unión Europea utiliza otros criterios como los procesos de producción, así como lo detallado en el certificado de origen A.

**FIGURA N°10
PARTIDA ARANCELARIA**

CÓDIGO	PRODUCTO	Arancel	Categoría
2007	Compotas, jaleas, mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.	0%	A

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Exportador Salvadoreño de derivados de Guayaba, tome en cuenta que puede exportar confitería, mermelada, jaleas con un aproximado límite de 24,391 toneladas métricas, si desea exportar más producto al mercado Holandés debe pagar por Kilogramo, el arancel A pasa a ser categoría J, pagando de 24 Euros.

3.3. Impuesto al Valor Agregado (IVA).

El IVA se cancela como parte de los aranceles aduaneros, puesto que todos los productos importados a la Unión Europea están sujetos a la aplicación, dicho impuesto puede variar dependiendo del estado miembro así como entre ellos mismos, puesto que existe un acuerdo sobre la valoración dependiendo de la naturaleza del producto, para estimar este impuesto se valoran el valor del producto, los aranceles aduaneros, el embalaje, el tipo de transporte, el seguro que el producto tenga.

El valor mínimo de IVA que se aplica es de 19%, pero por ser alimentos procesados el valor es del 6% por producto, dato que se refleja en el DUA, que va acompañado con la documentación respectiva para su ingreso.

3.4 Barreras de Entrada.

Debe ser de conocimiento para los exportadores Salvadoreños de Productos derivados de Guayaba, que se encontraran diversas barreras al ingresar al mercado Europeo, específicamente al Holandés.

Las barreras de entrada para la circulación de los productos derivados de Guayaba pueden ser:

- **Barreras Arancelarias:** Impuesto que se paga por ingresar a un mercado de un país.
- **Restricciones Cuantitativas:** Límite máximo de derivados de Guayaba, que autoriza un país en un periodo determinado.
- **Barreras que suponen aumento de Costo:** Barreras que implican un aumento de los costo al importador, dificultando el tránsito de las mercancías.
- **Restricciones al Acceso de Mercado:** Medidas que protejan a productos nacionales, que impiden ó dificulten la importación de productos derivados de Guayaba.
- **Prácticas distorsionadoras del Mercado:** Medidas que alteran el libre funcionamiento del mercado, asociado a la protección del producto nacional frente a los productos derivados de Guayaba importados.

B. PLAZA.

1. Canal de Distribución.

Al tener seleccionado el destino de la Unión Europea donde quiere exportar se debe decidir la clase de distribución se requiere que los canales de suministros sean cortos para llegar más rápidos a los consumidores. A los exportadores de productos derivados de Guayaba, se recomienda la venta directa con distribuidores, pues tiene ventajas cuando no se tiene experiencia en la exportación.

Se clasifica en 2 tipos, se detalla para seleccionar la mejor opción según se crea conveniente:

CUADRO N°19
TIPOS DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

TIPO		VENTAJAS	DESVENTAJAS
VENTA DIRECTA	Minoristas	El proceso de suministro es corto.	Los exportadores deben tener un representante de ventas en la Unión Europea.
	Distribuidores	Al realizar negocios con los distribuidores, ellos son quienes se encargan de todo el proceso.	El exportador tiene menos control de los productos que se comercializan.
	Alianzas estratégicas	Una manera más práctica de ingresar al mercado europeo.	La empresa se puede volver dependiente de las alianzas que realice.
	Internet	Una forma directa en que el exportar.	El exportador es quien tiene toda la responsabilidad de realizar todo el proceso.
VENTA INDIRECTA	Otras empresas en el país de origen	Otra empresa tiene responsabilidad en realizar todo el proceso de exportación.	Si el exportador es primera vez que realiza puede volverse dependiente.
	Intermediarios	Para que exportadores que no tienen conocimiento del proceso a realizar.	El exportador tiene poco control de sus productos.

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

1.1 Venta Directa.

El exportador asume toda la responsabilidad al realizar las negociaciones con sus clientes.

- ✚ **Minoristas:** necesitan de un representante de ventas en la Unión Europea pues venden sus productos directamente al consumidor y esto le permite tener una relación amena con los clientes.
- ✚ **Distribuidores:** son aquellas empresas grandes las cuales se encargan de distribuirlo a minoristas y otros distribuidores, el exportador puede buscar a su distribuidor en la Unión Europea el cual deberá encargarse en la promoción y la venta de los productos.
- ✚ **Alianzas Estratégicas:** Se realizan contactos los cuales les permite dividirse la parte de la manufacturación del producto, permitiendo que la empresa pueda ingresar al mercado europeo.
- ✚ **Internet:** Una herramienta muy básica pues los clientes compran lo que desean, siendo el riesgo que el exportador corre con todo el proceso.

1.2 Venta Indirecta.

- ✚ **Otras empresas en el país de origen:** que se encargan de comprar la mercancía para revender los productos dentro de la Unión Europea, dejando todo el proceso logístico al exportador ayudándole a adquirir experiencia.

- + **Intermediarios:** involucra a empresas encargadas de exportación con contactos en el país destino, brindando la asesoría correspondiente de cómo realizar el proceso manejando contactos a nivel local como internacional; principalmente este tipo de negociación es para aquellos exportadores que no tienen conocimientos, encargándose totalmente de los procesos logísticos por lo cual el exportador no tiene control sobre todo el proceso que esto conlleva.

A continuación una lista de distribuidores, pues recomendable que se haga una venta directa, con los cuales se sugiere a los exportadores de productos derivados de Guayaba, realizar negociaciones para poder distribuir en Holanda:

CUADRO N°20 LISTA DE DISTRIBUIDORES		
EMPRESA	Información sobre producto.	Dirección
Ariza BV.	Productos: Piña, Fresa, Guayaba, vegetales y otros frutos procesados.	Korendijk 13, calle 5704, Rd Helmond, Holanda. Teléfono: +31-492-528-364.
De Nieuwe Band.	Productos: Café, té, miel, azúcar, nueces, frutas procesadas, aceite y especias.	Noorderringweg 12, calle 9363, Cuidad Tc Marum, Holanda, Teléfono: +31-594-645-353.
Doens Food Ingredients BV	Productos: Café, té, miel, azúcar, nueces, frutas procesadas, aceite y especias.	Oranjestraat 40 A, calle 4515, Cuidad Uzendijke, Holanda. Teléfono: +31-117-302-020.
EOSTA Int. BV	Productos: frutas frescas y procesadas, vegetales frescos.	Bredeweng, calle 2742, Cuidad KZ Waddinxveen, Holanda. Teléfono: +31-180-638-343.
Fertilia BV (Natudis)	Productos: Café, té, miel, cereales, frutas procesadas.	Daltonstraat 38, calle 3840, Cuidad AJ Harderwijk, Holanda. Teléfono: +31-341-464-234.
Greenfood International BV	Productos: jugo de frutas y frutas procesadas.	Aadijk 41, calle 4602, Cuidad PP Almelo, Holanda. Teléfono: +31-546-864-062.

Fuente: Directorio de Importadores Eco Mercados.

2. Contrato.

En un contrato celebrado entre el exportador e importador, se toman en cuenta puntos muy importantes para poder realizar una negociación entre ambas parte:

1. Descripción de cantidad y detalle del producto.

2. Valor del producto, así como también se indique la moneda con la que será cancelada.
3. Las formas de pago.
4. El tipo de Incoterm con el que se entregara el producto.
5. Los impuestos y aranceles a cancelar por el producto, así como el responsable de pagar en gatos incurridos.
6. Se debe contar con el etiquetado, embalaje y rotulado.
7. Verificar si el contrato, cumple con lo estipulado por las dos partes.
8. Firma de ambas partes.

3. Forma de Pago.

La forma de pago dependerá de la relación que exista entre el exportador y el importador europeo; porque para ambas partes es importante evitar el riesgo que pueda existir por incumplimiento. Hay varias maneras de pago entre las cuales están:

Pago anticipado.

Como su nombre lo indica el importador cancela el valor total del producto al exportador antes de recibirlo, pero es uno de los riesgos a evitar. Los exportadores no deben mostrar preferencia por una manera de pago porque esto puede incomodar al cliente y realizar negocios con otro, una de las maneras de pago es recibir de manera anticipada un cierto porcentaje una vez la mercancía este en el destino acordado en el contrato, se abona a la cuenta lo restante a cancelar.

Cuenta abierta o crédito al importador.

Se envía una factura de mercancía al importador, en la cual se indica una fecha límite para cancelar la cual tiene una vigencia de 30 días, la responsabilidad por los cargos bancarios los asume el importador; al utilizar este método el exportador debe contar con buenas referencias del importador para evitar problemas legales.

Consignación.

El importador cancela según lo que vende al consumidor es decir no cancela todos los productos exportados si no la cantidad vendida; se le recomienda al exportar contar con un seguro por la forma de pago.

Documentos contra pago.

Los exportadores pueden instruir a un banco a retener los documentos de propiedad de los bienes como por ejemplo la declaración de mercancías, hasta que el importador haya cancelado todo el producto, este método involucra a una entidad financiera por esa razón ante una determinada dificultad tanto el importador como exportador deben negociar.

Carta de crédito documentaria.

El importador puede solicitar a un banco un documento llamado carta de crédito, siendo este valido cuando el banco está satisfecho por las condiciones de pago, siendo este la forma más sencilla de realizar negocios entre exportadores e importadores.

Este procedimiento tiene un costo bancario asumido por el importador, pero este método no es muy recomendable porque el banco no es responsable por si no se cancela la mercancía, esto representa un gran riesgo para el exportador de productos derivados de Guayaba.

Cobranza Documentaria.

El importador debe demostrar su capacidad de pago, este tipo de proceso tiene una buena garantía, por medio de una letra de cambio, en la cual se estipula la fecha de vencimiento de la misma, a partir que el exportador concede el crédito al importador, con el cual comprador se compromete a cancelar después de la firma y la llegada de la mercancía al destino.

A los exportadores se les recomienda hacer uso del método documentos contra pago, porque es la manera más sencilla de garantizar que ambas partes negociantes no tendrán dificultades así como garantizan el pago por su producto.

4. Forma de Entrega (INCOTERM).

Como todo contrato se debe incluir una manera de entrega de los productos, en dicho plan de exportación de los 13 incoterm, se recomienda a los exportadores de productos derivados de Guayaba utilizar CIF, pues sus productos son procesados con preservantes pueden viajar por mar; donde los riesgos y costos son para el vendedor desde que la mercadería sale de las instalaciones permitiendo contratar un seguro, así como también estar a cargo de la logística hasta el destino para garantizar la entrega, mientras que para importador los costos comienzan desde que la mercadería se encuentra en el barco listo para salir al puerto de destino (ver anexo N°10, numeral 6).

CUADRO N° 21 INCOTERM CIF



Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

4.1. Transporte

Para los productos derivados de Guayaba, por su preparación e ingredientes que le permiten conservarse, es viable que el medio de transporte sea marítimo (Ver anexo N°19).

El producto para el viaje de contar con las siguientes características:

- ✚ El empaque debe ser a prueba de humedad.
- ✚ Para en el envío de la mercancía deben utilizarse contenedores porque proveen la estabilidad para que el transporte sea seguro de los bienes.
- ✚ Asegúrese de que el peso de la carga esté distribuido de manera uniforme.

C. PROMOCIÓN.

La Promoción de Productos derivados de Guayaba, es muy importante para los exportadores, pues con la debida asesoría, pueden promover las distintas variedades de mercancía a los consumidores, permitiendo conocer a posibles clientes.

1. Asistencia a Ferias Internacionales Gastronómicas

Se trata de la organización de la presencia de empresas en las ferias en las que, por su importancia sectorial o de oportunidad, se decide la presencia.

La asistencia como visitante a Ferias Internacionales, puede ser un medio de contacto y promoción indirecta muy interesante, la cual requiere tener una aproximación muy profesional al tema y tener claros los objetivos.

Así mismo, por medio de estos eventos el empresario puede dar a conocer sus productos por medio de folletos o catálogos, donde se describan las características, beneficios que contienen dicho producto.



Además, de utilizarse como material de apoyo en dichos eventos gastronómicos,

las empresas dedicadas a la producción de derivados de Guayaba pueden aprovechar este medio para dar a sus diferentes productos que se pueden realizar a través de esta fruta, además de establecer con contactos directos con diferentes compradores o intermediarios que puedan facilitar la entrada a dicho país.

En Holanda se realizan ferias gastronómicas de donde se podría dar a conocer el producto en este país se realizan diferentes ferias gastronómicas una de las cuales se realiza una vez por año la cual es la de Free From Food Expo 2016 Ámsterdam que se realizara en los días 09 y 10 de junio de 2016.

2. Creación de página WEB.

El internet es un medio de comunicación masivo y muy efectivo para darse a conocer a nivel global, por lo cual es necesario que tanto los productores como las empresas dedicadas al procesamiento de derivados de frutas desarrollen una página web que les ayudara a estar conectados con los principales buscadores de la web como son: Google, Yahoo, entre otros. Así mismo la creación de la misma dará a conocer a los clientes potenciales nacionales e internacionales la historia y evolución de cada una de las empresas que se dedican al procesamiento de frutas, al igual se estaría publicando artículos de interés sobre el beneficio del fruto que se procesa.

A continuación se muestra un ejemplo de diseño de página web, el cual dependerá de cada exportador:



3. Redes sociales.

Se propone a las empresas crear una cuenta en Facebook y Twitter con el objetivo de dar a conocer sus productos internacionalmente, sin embargo el manejo y administración de estas quedara a criterio de la empresa o persona encargada.

4. Correo Electrónico.

Para tener un medio de contacto con los distribuidores se propone la creación de una cuenta de correo electrónico, por medio del cual se pueda solventar cualquier solicitud o requerimiento necesario con respecto a los pedidos y cotizaciones que solicite el importador.

5. Brochure.

Se propone la creación de un brochure que contenga toda la información de contacto del exportador, así como los productos que comercializa, sus características y beneficios, con el objetivo de entregarlos en ferias gastronómicas que se llevan a cabo en Holanda, y de esa manera hacer contactos comerciales. El modelo de este quedara a criterio de la empresa o persona natural que desee participar en las ferias.

6. Revista Especializada en Nutrición.

Se recomienda a los exportadores promocionar el producto a través de revistas sobre nutrición, puesto que los consumidores Holandeses antes de comprar un producto, gustan de estar muy bien informados sobre todo de lo que el producto contiene, antes de adquirirlo.



7. Publireportajes y Advertorial.

Se aconseja brindar amplia información sobre los derivados de Guayaba a través de capsulas televisivas así como reportajes en la prensa escrita, se puede dar a conocer los diversos productos derivados de Guayaba Salvadoreños, para darlos a conocer a los Holandeses e invitándoles a consumirlos.

SUCESOS

Productos derivados de Guayaba

Guayaba
Cristal
Marzo 2010

Propiedades de la Guayaba.

Se promueve el consumo de Guayaba Cristal, pues tiene los contenidos de azúcar necesarios de azúcar.

La Guayaba es una fruta con mayor contenido vitamínico (16 vitaminas diferentes), contiene minerales como calcio, fósforo, hierro; sustancias albuminoides, ácido tánico, vitamina B1, B2, B3, C.

El fruto se cultiva principalmente para consumo fresco; pero con el desarrollo de la agroindustria se han encontrado muchos productos que se pueden elaborar de este fruto, entre los cuales se mencionan: néctares, mermeladas, jaleas, frozen, sorbetes, gelatinas, existe también un producto conocido en el Caribe como cascos de guayaba, además se obtiene el concentrado que es la base para la industria de la panadería y dulcerías.

El Salvador ofrece diversos productos derivados de Guayaba entre ellos la confitería, jalea y mermelada, elaborados con el dulce fruto, fruto 100% natural, más saludable.

Puede consumir este delicioso producto derivado de Guayaba, a cualquier hora del día.

Puntos de interés especial:

- Productores de Guayaba.
- Procesadores de Guayaba.
- Productos derivados de Guayaba en El Salvador.
- Beneficios de los derivados de Guayaba.



D. PRECIO.

Es importante conocer el precio al cual exportar cuando ya se tiene un mercado seleccionado para ello es esencial calcular el precio de exportación de su producto en las condiciones pactadas con su comprador y luego, investigar el precio de venta de los productos de la competencia en el mercado destino, al igual que los márgenes de los intermediarios. También se deben de considerar algunos elementos que son considerados para la exportación.

1. Pasos para la fijación de precios.

Atención Exportadores Salvadoreños de productos derivados de Guayaba, no olvidar anexar el certificado de origen, para que el importador pueda gozar de los beneficios del Sistema de General de Preferencias Plus.

Para poder calcular el precio de su producto derivado de Guayaba, debe considerar lo siguiente:

Costo del Producto+
 Flete Interno+
 Flete Internacional+
 Seguros+
 Trámites aduaneros+
 Comisiones bancarias por Cobro+
 Obtención de permisos de salida+
Otros Gastos incurridos+

Costo X + Margen de Ganancia= Precio de Venta.

1.1 Costos para determinar su precio.

- ✚ **Dulce Tradicional de Guayaba:** para la negociación se hará en cajas de 24 unidades de 300 gramos, iniciando con 20 cajas.

Dulce de Guayaba Tradicional	
Producción	480
Precio	\$4.03
Margen de Ganancia para el exportador	\$1.41
<i>Precio Unitario para distribuidor</i>	\$5.44
<i>Precio para Distribuidor</i>	\$ 2,610.01

- ✚ **Dulce de Guayaba con Leche:** para dicho producto la venta constara también de 24 unidades de 350 gramos, para iniciar se estimo 15 cajas.

Dulce de Guayaba con Leche	
Producción	360
Costo	5.12
Margen de Ganancia para el Exportador	1.79
<i>Precio por Unidad para Distribuidor</i>	\$6.91
<i>Precio para Distribuidor</i>	\$2,486.26

- ✚ **Mermelada:** se venderán en cajas de 24 unidades con un peso de 250ml, iniciando con 25 cajas.

Mermelada de Guayaba	
Producción	600
Costo	\$3.38
Margen de ganancia para el exportador	\$1.18
<i>Precio por Unidad para Distribuidor</i>	\$4.56
<i>Precio para Distribuidor</i>	\$2,733.76

- ✚ **Jaleas:** diferenciándose de la mermelada, dicho producto se negociara en cajas de 24 frascos de 205 ml, comenzando con 15 cajas.

Jalea de Guayaba	
Producción	360
Costo	\$5.12
Margen de ganancia para el exportador	\$1.79
<i>Precio por Unidad para Distribuidor</i>	\$6.91
<i>Precio para Distribuidor</i>	\$2,486.26

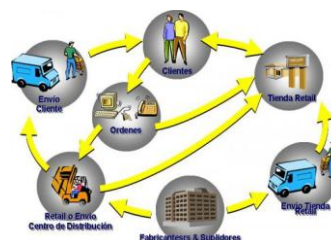
- 1.2** La estimación de los costos del valor agregado; es decir en cuanto a distribución y promoción por ejemplo el envase la etiqueta transporte dependiendo del lugar de destino hacia donde estará destinado el producto. Este podría quedar así:

Costo de distribución	\$52
------------------------------	-------------

1.3 Determinación del canal de venta

Son los lugares donde se comercializara el producto, es decir donde es más recomendable vender si en supermercados tiendas de mayoristas etc. Para la determinación de canal de venta de los productos derivados de la Guayaba se tomó a

los supermercados de Holanda puesto que del resultado de la investigación, dio a conocer que los holandeses prefieren comprar o adquirir sus productos por medio de supermercados y por este tipo de producto están dispuestos a pagar hasta un precio de € 8 euros, por que el producto está más accesible para ser adquirido, así como la condición del mismo el distribuidor será el encargado de la determinación de los puntos de venta.



2. Embalaje

- ✚ Simbología: cada caja de cartón a exportar los productos derivados de Guayaba deberá contener la siguiente simbología que denotara el manejo adecuado de tratar el producto que se va a transportar esto es con el fin de evitar cualquier inconveniente que dañe el producto.

A continuación se presenta un cuadro con la simbología de manipulación de mercancía de exportación.

Figura N° 11 Simbología de Embalaje.	
Simbología	Significado
	Frágil.
	Esta lado Arriba.
	No rodar.
	Estibar máximo 5 cajas.

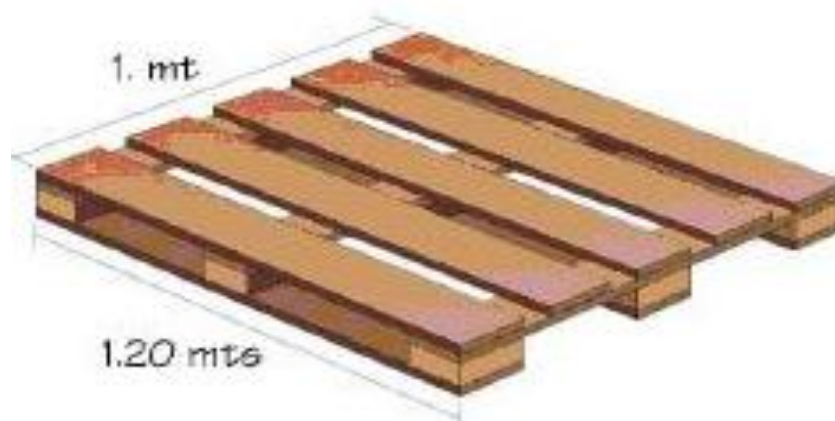
Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

- ✚ Cajas: el embalaje del producto será en cajas de cartón con unas dimensiones de 30x25x21. El cual podrá contener en su defecto hasta doce unidades. Además, para

trasladarlo del lugar convenido al puerto de destino, se paletizara en estibas de 5 cajas cada palet podría contener lo que son 20 cajas a fin de evitar problemas de daños de materiales; y cada caja deberá contener la siguiente información por escrito:

- ✚ Marca del exportador.
- ✚ Destino y puerto de entrada.
- ✚ Marca del importador, conforme a la carta de crédito.
- ✚ Numero de pedido.
- ✚ País de origen.
- ✚ Puerto de salida y lugares de despacho.
- ✚ Peso bruto, neto y volumen.
- ✚ Numero de paquete y tamaño de las cajas.

Para los productos derivados de Guayaba se utilizara las palet o tarimas de madera para evitar daños en el producto, además esta ira debidamente fumigada para el control de plagas de las estibas de madera.



3. Cotización de envío de productos derivados de Guayaba.

Para la cotización se hizo mediante la empresa Transportes Logísticos Integrados una empresa con más de 25 años de experiencia en este rubro. A continuación se mostrara un ejemplo de cotización para los productos derivados de Guayaba. (Ver anexo N°26)

Cotización para el envío de algunos productos derivados de Guayaba.



- ✓ Para esta cantidad de 75 cajas de diversos productos derivados de Guayaba como jaleas, mermeladas y dulces, se necesita consolidar la carga desde el puerto de destino.
- ✓ El precio promedio es de \$2,757.12 hasta ese destino.

BIBLIOGRAFÍA.

Libros.

- Márquez Castro (2010), Comercio y Marketing Internacional, Cengage Learning Editores.
- Mark C. Green (2009), Marketing Internacional, Quinta Edición, Editorial Pearson.

Revistas Electrónicas.

- CODEX Alimentarius.
- FAO (2015). Referencia www.fao.org/docrep/w7452s/w7452s01.htm.
- FICHA 11/ UE FRUTA POCESADA
<http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/index.php/oportunidades-del-acuerdo-de-asociacion-por-sector/fichas-por-producto/el-salvador.html>.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2010), Como Exportar a la Unión Europea. Sector de Integración y Comercio.
- Avu Consultores (2011), Camino de Exportación a Europa, AI Invest IV, Coordinación y Servicios.

Sitios Web.

- <http://www.centa.gob.sv/>
- <http://www.coexport.com.sv/>
- <http://www.mag.gob.sv/>
- www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/index.php/.../31-frutas-frescas
- <http://www.proesa.gob.sv/exportaciones>
- <http://www.bcr.gob.sv/esp/>

GLOSARIO

A

Agentes de exportación: personas que actúan como intermediarios entre el importador y el exportador, ayudando a que se lleve a cabo a la operación.

Acuerdo comercial: es un acto en el cual dos o más países se unen por intereses en común en relación al comercio de bienes y servicios.

Aduana: oficina de gobierno en la cual se controla el tráfico internacional de mercancías que se importan y exportan de un país a otro.

Acarreo: se refiere a la acción de transportar de un lugar a otro un objeto.

Aranceles: es el impuesto que se aplica a todo bien que es objeto de importación.

Agente Aduanero: persona intermediaria entre las importaciones y exportaciones de mercancías.

Aval: contrato en el que existe un compromiso de realizar el pago de una obligación a favor de una persona beneficiaria y que recibirá un bien u otro recurso.

B

Burocracia: conjunto de procedimientos o trámites en el cual las responsabilidades son divididas o descentralizadas y ralentizan los procesos administrativos.

C

Capacidad instalada: es el volumen de producción máximo que una empresa puede alcanzar con todos sus recursos en un periodo de tiempo determinado.

Coalición: es una unión entre grupos o personas para lograr un fin común.

Código arancelario: es un código específico de un producto recogido en el Sistema Armonizado (SA) que mantiene la Organización Mundial de Aduanas (OMA).

Contenedor: es un recipiente de carga donde se trasladan las mercancías para protegerse de los cambios climatológicos.

Carta de crédito: es un documento que sirve de promesa de un banco o instituto de crédito de pagar una cierta suma de dinero; contra un documento que garantiza un acto jurídico.

D

Diversificar: Es el proceso mediante el cual una empresa decide ofrecer nuevos productos o servicios en el mercado.

Divisa: nombre que se le da a toda moneda extranjera.

E

Economía a Escala: es el beneficio que una empresa obtiene debido a la expansión, beneficio que se refleja en el rendimiento de la empresa a medida que esta se expande.

Edulcorantes: sustancia artificial que sirve para dar sabor a los alimentos.

Exoneración: Es la acción de reducir o eliminar una responsabilidad.

Estiba: es la colocación adecuada de la carga en una embarcación con un máximo de seguridad.

Embalaje: envoltura o caja que sirve de protección para los objetos que se van a transportar.

Economía Abierta: es la economía que posee relaciones con el resto del mundo, es donde hay demanda por importaciones y exportaciones.

F

Fidelización de clientes: consiste en lograr que un cliente se convierta en un cliente fiel a nuestro producto, servicio o marca; es decir, se convierta en un cliente frecuente.

Fisicoquímica: parte de la química que estudia las propiedades físicas y estructura de la materia, las leyes de la interacción química y las teorías que las rigen.

Flete: es el costo que se paga por el transporte de la mercadería.

I

Injerto: método de reproducción vegetal artificial, donde se unen diferentes tejidos para formar uno nuevo.

Incursionar: entrar en algo desconocido.

Inmigrantes: personas que entran a un país siendo originarias de otro.

L

Logística: son los medios que permiten llevar a cabo el servicio en la cadena de abastecimiento, planeación, fabricación y distribución.

M

Microbiológicos: es la ciencia encargada del estudio y análisis de los seres vivos pequeños no visibles al ojo humano.

Manufactura: es el proceso de la transformación de la materia prima a un bien terminado.

Mercancía comunitaria: son mercancías que se obtienen en territorio aduanero sin mercaderías que procedan de países terceros.

Mercancía no comunitaria: son las que se introducen de nuevo en el territorio aduanero de la comunidad después de haber sido exportada fuera del territorio.

O

Organoléptica: es una valoración cualitativa que se realiza sobre una muestra de alimento o bebida basada en cinco sentidos.

V

Ventaja comparativa: Es la ventaja que se tiene en la producción y comercialización de mercancías, debido a que un país las produce con un menor esfuerzo con respecto a otros países, lo que se traduce en menores costos de producción.

ANEXOS

ANEXO N°1.

LEY DE ALIMENTOS PARA LA UNIÓN EUROPEA

Todos los productos alimenticios que sean importados por la UE deben reunir ciertos requisitos legales definidos en la Ley de Alimentos de la UE. La Regulación EC/178/2002, establece los principios generales y los requisitos del régimen legal de alimentos de la UE establecido por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés).

El objetivo general de la ley alimentaria es el de alcanzar altos niveles de protección a la vida humana, la salubridad y la protección de los intereses del consumidor, inclusive de prácticas justas en el comercio de alimentos, considerando también la protección de la salud, bienestar animal, vegetal así como del medioambiente. Para alcanzar este objetivo, la ley alimentaria de la Unión Europea, aplica los principios del análisis de riesgo y de trazabilidad a través de toda la cadena productiva.

“Trazabilidad” se define como “la capacidad para rastrear y seguir un producto alimenticio, el animal productor o su alimento a través de todas las etapas de la producción, procesamiento y distribución”. La ley alimentaria de la Unión Europea hace fuerte hincapié en los procesos de control a través de toda la cadena alimentaria.

La ley general de alimentos de la Unión Europea es, fundamentalmente, un sistema de manejo de la calidad y apoya el flujo de información, exigiendo a sus operadores la capacidad de identificar a cualquiera de sus proveedores, a través de todas las etapas de producción.

“El análisis de riesgos” es un principio fundamental de la ley de alimentos de la Unión Europea, basándose en tres componentes básicos: evaluación del riesgo, manejo de riesgos y comunicación sobre el riesgo. Los procedimientos para el análisis del riesgo que se encuentran en la ley de alimentos de la Unión Europea se basan en los principios internacionales de Análisis de Peligros y Puntos Críticos (APPC o HACCP, por sus siglas en inglés), como se establece en el Principio 77 General de Salubridad de los Alimentos del Codex Alimentarius. HACCP es un sistema con base científica de producción e inspección para asegurar la inocuidad alimentaria. El sistema HACCP aplica a toda la

industria de alimentos en la Unión Europea, en toda la cadena de valor. Se valore por medio de un sistema de manejo basado en el análisis HACCP es un requisito legal para los procesadores de alimentos y altamente recomendable para los productores (primarios).

Las empresas pueden buscar la asistencia de organizaciones acreditadas para implementar un sistema HACCP y certificarse bajo este requisito.

Síntesis de las obligaciones fundamentales para operadores de negocios en el sector de alimentos según la ley de la Unión Europea:

- **Seguridad:** los operadores no venderán alimentos no aptos para el consumo.
- **Responsabilidad:** los operadores son responsables por la seguridad del alimento y forraje que producen, transportan, almacenan o venden.
- **Trazabilidad:** los operadores serán capaces de identificar rápidamente a cualquier proveedor o consignatario.
- **Transparencia:** los operadores informarán de inmediato a las autoridades correspondientes si tienen una razón para dudar de que su alimento esté contaminado o no apto para el consumo.
- **Emergencia:** los operadores retirarán del mercado en forma inmediata un alimento si consideran que éste no es seguro para el consumo.
- **Prevención:** los operadores deberán identificar y revisar con regularidad los puntos críticos en sus procesos y asegurarse de que los controles se apliquen a estos puntos.
- **Cooperación:** los operadores cooperarán con las autoridades competentes en acciones tendientes a reducir riesgos.

Requisitos de higiene de los alimentos, que deben cumplir también los productos derivados de Guayaba son los siguientes:

- Las obligaciones que deben cumplir los procesadores de derivados de Guayaba, en terceros países incluyen: una obligación general de monitorear la seguridad alimentaria de todos los productos y procesos bajo su responsabilidad; realizar previsiones generales de higiene para productos primarios; cumplir con requisitos detallados posteriores a la producción primaria; en algunos casos, cumplir con requisitos microbiológicos; llevar a cabo los procedimientos con base en principios HACCP; y registrar los establecimientos.

- Las obligaciones que deben cumplir los importadores incluyen: los productos a importarse deben provenir de un país que se encuentre dentro de la lista de la Comunidad; asegurarse de que los productos se ponen a disposición en los puestos fronterizos de inspección; cumplir con todos los requisitos de sanidad animal. En algunos casos, los productos deben provenir de un establecimiento reconocido, tener una marca de identificación o de salubridad, o ser acompañados por un certificado emitido por una autoridad competente del país en desarrollo.
- Las obligaciones que deben cumplir las autoridades competentes del tercer país incluyen: ofrecer garantías (o su equivalencia) respecto del cumplimiento con los requisitos de la Unión Europea, asegurando el cumplimiento de sus servicios de control con los criterios operacionales, cumplimiento de los requisitos de aquellos establecimientos autorizados para exportar a la Unión Europea y satisfacción de los requisitos de certificación.

Otros requisitos sanitarios:

- Podrán aplicarse requisitos adicionales de productos específicos de otros grupos en relación con: contaminantes; niveles máximos de residuos por pesticidas; la adición de conservantes; materiales en contacto con los productos alimenticios; irradiación de los alimentos; comidas novedosas; radioactividad; alimentos congelados; productos alimenticios o derivados con propósitos nutricionales específicos; y organismos genéticamente modificados.

ANEXO N°2

ACUERDO DE ASOCIACIÓN ENTRE CENTROAMÉRICA Y LA UNIÓN EUROPEA.

Confituras, jaleas, mermeladas, purés, pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante, contiene los elementos de el acuerdo de asociación, sobre el Acceso a mercados y las Normas de origen aplicables a estos productos especialmente a los derivados de Guayaba. Ambos temas, se encuentran interrelacionados dado que para poder gozar de preferencias arancelarias en el mercado de destino, el producto debe ser originario, ya sea de Centroamérica o de la Unión Europea, o en su caso, aplicar las disposiciones que permitirán la acumulación de origen, entre otras flexibilidades de origen aplicables.

Es relevante mencionar que el azúcar, incluida la orgánica, por ser un producto muy sensible para la Unión Europea tiene un tratamiento complejo debido a que incluye a otros productos con alto contenido de azúcar (PACA), para ellos se acordó un otorgar libre comercio dentro un volumen determinado de productos, bajo la forma de un contingente arancelario.

La clasificación arancelaria de los productos derivados de Guayaba, se debe tener presente las condiciones sobre la eliminación de aranceles aduaneros, es decir, su categoría de desgravación y cualquier otra disposición normativa.

Los productos derivados de Guayaba son parte de la Categoría A, en la que indica A partir de la fecha de entrada en vigor del Acuerdo, los importadores europeos de las exportaciones que realicemos no pagarán ningún arancel para ingresar a dicho mercado cualquiera de los productos listados en la categoría "A", siempre y cuando cumplan con la Regla de Origen del acuerdo con la Unión Europea.

Para los productos derivados de Guayaba se toma en cuenta el **Artículo 83**: *Cada Parte eliminará los aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias de la otra Parte con arreglo a las listas establecidas en el Anexo I (Eliminación de Aranceles Aduaneros), "originario" significa que cumple las normas de origen establecidas en el Anexo II (Relativo a la definición del concepto de "productos originarios")*. Para lo cual debe tener en cuenta que para gozar los beneficios debe respetar la cantidad limite, siempre puede exportar pero la categoría cambiara de "A" a "J", donde ya debe cancelar aranceles.

ANEXO N°3.

GUIA DE PREGUNTAS DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE GUAYABA CENTA



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIA ECONOMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



Objetivo: Conocer la capacidad de producción que tienen los empresarios de pequeñas y medianas empresas para la elaboración de productos derivados de la Guayaba.

1. ¿Cuántos años tiene CENTA de cultivar Guayaba?
2. ¿A cuánto asciende la cosecha mensual de guayabas?
3. ¿Cuenta con la capacidad instalada para la producción de Guayaba
4. ¿Cuentan con la capacidad instalada para la producción de derivados de guayaba?
5. ¿Cuántos tipos de guayaba cosecha?
6. ¿Considera que como entidad de gobierno tiene los recursos para mantener la producción anual?
7. ¿Cuáles son las dificultades que tiene este tipo de producto para poder ser cosechado?
8. ¿Cuentan con la suficiente mano de obra para el control y producción de este producto
9. ¿De los tipos de guayaba taiwanesa que se cultivan cual es el más apropiado para la realización de derivados como jaleas mermeladas entre otros?
10. ¿Tiene conocimientos de empresas u cooperativas que se dediquen a la producción y comercialización de productos derivados de guayaba?
11. ¿Centa tiene alianzas con alguna cooperativa o empresa productora de frutas procesadas?
12. ¿Desde su punto de vista, considera factible la creación de un modelo de exportación de productos derivados de la Guayaba, hacia el mercado europeo?

ANEXO N° 4.

**GUIA DE PREGUNTAS DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE GUAYABA SANTA
CECILIA CHALCHUAPA.**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIA ECONOMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



Objetivo: Conocer la capacidad de producción que tienen los empresarios de pequeñas y medianas empresas para la elaboración de productos derivados de la Guayaba.

1. ¿Cuántos años tiene Finca Santa Cecilia de cultivar Guayaba?
2. ¿A cuánto asciende la cosecha mensual de guayabas?
3. ¿Cuenta con la capacidad instalada para la producción de Guayaba?
4. ¿Cuentan con la capacidad instalada para la producción de derivados de guayaba?
5. ¿Cuántos tipos de guayaba cosecha?
6. ¿Considera que tiene los recursos para mantener la producción anual?
7. ¿Cuáles son las dificultades que tiene este tipo de producto para poder ser cosechado?
8. ¿Cuentan con la suficiente mano de obra para el control y producción de este producto?
9. ¿De los tipos de guayaba taiwanesa que se cultivan cual es el más apropiado para la realización de derivados como jaleas mermeladas entre otros?
10. ¿Tiene conocimientos de empresas u cooperativas que se dediquen a la producción y comercialización de productos derivados de guayaba?
11. ¿Finca Santa Cecilia tiene alianzas con alguna cooperativa o empresa productora de frutas procesadas?
12. ¿A largo plazo ustedes como finca estarían en disposición de procesar la guayaba y comercializar sus derivados localmente o internacionalmente?
13. ¿Desde su punto de vista, considera factible la creación de un modelo de exportación de productos derivados de la Guayaba, hacia el mercado europeo?

ANEXO N° 5.
GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A EMPRESAS PROCESADORA DE FRUTAS
(DULCES ALBANES).



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIA ECONOMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



Objetivo: Conocer la capacidad de producción que tienen los empresarios de pequeñas y medianas empresas para la elaboración de productos derivados Frutas.

1. ¿Cuántos años tiene de procesar frutas para la elaboración de sus productos?
2. ¿Cuentan con la capacidad instalada para la producción de derivados de fruta?
3. ¿Cuántos tipos de fruta procesa?
4. ¿Qué tipo de productos elaboran?
5. ¿Dentro de su variedad de productos usted procesa o elabora algún derivado de Guayaba?
6. ¿Cuánto es la cantidad que se elabora de los productos derivados de Guayaba mensualmente?
7. ¿Qué tipo de guayaba utiliza para la elaboración de derivados de esta fruta?

ANEXO N° 6.

GUIA DE PREGUNTAS DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE GUAYABA
CULTIVAR DE PROSERQUISA.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIA ECONOMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



Objetivo: Conocer la capacidad de producción que tienen los empresarios de pequeñas y medianas empresas para la elaboración de productos derivados de la Guayaba.

1. ¿Cuántos años tiene de cultivar Guayaba?
2. ¿A cuánto asciende la cosecha mensual de guayabas?
3. ¿Cuenta con la capacidad instalada para la producción de Guayaba?
4. ¿Cuentan con la capacidad instalada para la producción de derivados de guayaba?
5. ¿Cuántos tipos de guayaba cosecha?
6. ¿Considera que tiene los recursos para mantener la producción anual?
7. ¿Cuáles son las dificultades que tiene este tipo de producto para poder ser cosechado?
8. ¿Cuentan con la suficiente mano de obra para el control y producción de este producto?
9. ¿De los tipos de guayaba taiwanesa que se cultivan cual es el más apropiado para la realización de derivados como jaleas mermeladas entre otros?
10. ¿Considera usted que está preparado para enfrentar los retos para exportara otros mercados?
11. ¿Tiene usted conocimiento sobre los requisitos para exportar este tipo de producto?
12. ¿Desde su punto de vista, considera factible la creación de un modelo de exportación de productos derivados de la Guayaba, hacia el mercado europeo?

ANEXO N° 7.

GUIA DE OBSERVACIÓN PARA CENTA.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIA ECONOMICAS
CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADEO
INTERNACIONAL



I- SITUACION A OBSERVAR: Condiciones de cultivo y procesamiento.

II- OBJETIVO: Identificar si cuentan con los recursos necesarios para poder comercializar, producir y exportar productos derivados de Guayaba.

III- DATOS GENERALES:

Fecha: 30 de Septiembre de 2015.

Área a observar: Área de Cultivo e Instalaciones.

Nombre de las observadoras: Avelar López, Hellen Stephanie; Menjivar Rivas, Nancy Rocío; Sánchez Hernández, Raquel.

- 1- ¿Poseen hectáreas de tierra adecuada para el cultivo?
- 2- ¿Qué tipo de suelo es el indicado para el cultivo de Guayaba?
- 3- ¿Según lo observado cuantos tipos de Guayaba se cosechan?
- 4- ¿Las plantaciones poseen los fertilizantes adecuados para contrarrestar las plagas?
- 5- ¿Cuál es el proceso para proteger el fruto?
- 6- ¿Cuándo se identifica que el producto está listo para su corta?
- 7- ¿Tienen producto disponible para la venta?
- 8- ¿Se cuenta con instalaciones adecuadas para el procesamiento de transformación de la fruta?
- 9- ¿Tienen la maquinaria adecuada para procesar las frutas?
- 10- ¿Según lo observado, considera que CENTA tiene oportunidades de exportar derivados de frutas a otros países?

ANEXO N°8.

GUIA DE OBSERVACIÓN PARA FINCA SANTA CECILIA.



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIA ECONOMICAS
CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADEO
INTERNACIONAL**



I- SITUACION A OBSERVAR: Condiciones de cultivo y procesamiento.

II- OBJETIVO: Identificar si cuentan con los recursos necesarios para poder comercializar, producir y exportar productos derivados de Guayaba.

III- DATOS GENERALES:

Fecha: 5 de Octubre de 2015.

Área a observar: Área de Cultivo e Instalaciones.

Nombre de las observadoras: Menjívar Rivas, Nancy Rocío; Sánchez Hernández, Raquel.

- 1- ¿Poseen hectáreas de tierra adecuada para el cultivo?
- 11- Cubierto de una impresionante vista de 15 manzanas de plantaciones de Guayaba
¿Poseen hectáreas de tierra adecuada para el cultivo?
- 12- ¿Qué tipo de suelo es el indicado para el cultivo de Guayaba?
- 13- ¿Según lo observado cuantas tipos de Guayaba se cosechan?
- 14- ¿Las plantaciones poseen los fertilizantes adecuados para contrarrestar las plagas?
- 15- ¿Cuál es el proceso para proteger el fruto?
- 16- ¿Cuándo se identifica que el producto está listo para su corta?
- 17- ¿Tienen producto disponible para la venta?
- 18- ¿Se cuenta con instalaciones adecuadas para el procesamiento de transformación de la fruta?
- 19- ¿Tienen la maquinaria adecuada para procesar las frutas?

ANEXO N° 9.

ENCUESTA DIRIGIA A LOS CONSUMIDORES DE HOLANDA



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIA ECONOMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



INTRODUCCION: Buenas días (tardes). Somos estudiantes egresadas de la Carrera de Mercadeo Internacional, de la Universidad de El Salvador. Estamos recolectando datos sobre “**Derivados de Guayaba (dulces, mermeladas, concentrados, jugos, pastas, jaleas)**”, les pedimos unos minutos de su tiempo. La información que usted nos brinde será totalmente para uso didáctico.

Edad: _____ **Sexo:** F _____ M _____

P1- ¿Qué tipo de frutas consume?

P2-¿De las frutas que ha consumido que tipo de derivados ha probado?

P3- ¿Ha consumido alguna vez Guayaba?

P4-¿Ha consumido en alguna ocasión algún producto derivado de Guayaba? **Si es SI continúe, si es “NO” pasa a Pregunta 5.**

P5-¿Tiene conocimiento que en su país venden productos derivados de Guayabas, tales como mermeladas, jaleas, pastas, dulces?, **SI SU RESPUESTA ES “NO” PASE A Pregunta 6.**

P6-¿Qué tipos de productos derivados de Guayaba le gustan?, **SI “NO” A CONSUMIDOPASE A Pregunta 7.**

P7- ¿Por qué razones no ha podido consumir productos derivados de Guayaba? , **PARA LOS QUE RESPONDIERON “NO” DESDE PASE A Pregunta 8.**

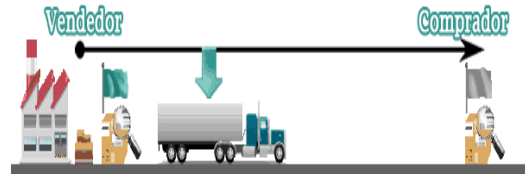
P8-¿Si tuviese la oportunidad de probar en el futuro productos derivados de Guayaba, que le gustaría probar?

P9- ¿En qué lugares les gustaría encontrar los productos derivados de Guayaba? , **PREGUNTAR A TODOS.**

P10-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto derivado de Guayaba?

1- EXW (Ex-Works) - En Fábrica (lugar convenido).

Significa que el vendedor entrega cuando pone la mercadería a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (es decir, fábrica, almacén, etc.). Este término representa, así, la menor obligación del vendedor, y el comprador debe asumir todos los costos y riesgos.



Obligaciones del Vendedor:

- Entrega de la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.

Obligaciones del Comprador:

- Pago de la mercadería.
- Flete interno (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete internacional (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Transporte y seguro (lugar de importación a planta).

2- FCA (Free Carrier) - Libre Transportista (lugar convenido).

Significa que el vendedor entrega la mercadería para la exportación al transportista propuesto por el comprador, en el lugar acordado.

El lugar de entrega elegido influye en las obligaciones de carga y descarga de las partes. Si la entrega tiene lugar en los locales del vendedor este es responsable de la carga. Si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

Este término puede emplearse en cualquier medio de transporte incluyendo el transporte multimodal.



Obligaciones del vendedor:

- Entrega de la Mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).

Obligaciones del comprador:

- Pagos de la mercadería.
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

3- FAS (Free Along Ship) - Libre al Costado del Buque (puerto de carga convenido).

Significa que la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercadería es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador asume todos los costos y riesgos de pérdida o daño de las mercaderías desde ese momento.

El término FAS exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

Obligaciones del Vendedor:

- Mercadería y Documentos Necesarios.
- Empaque Y Embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos De Exportación (maniobras, almacenaje, agentes).



Obligaciones del Comprador:

- Pagos de la mercadería.
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Seguro y flete (lugar de importación a planta).
- Demoras.

4- FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (Puerto de carga convenido).

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan el borde del buque en el puerto de embarque convenido.

El comprador debe asumir todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto.

El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.



Obligaciones del vendedor:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).

Obligaciones del Comprador:

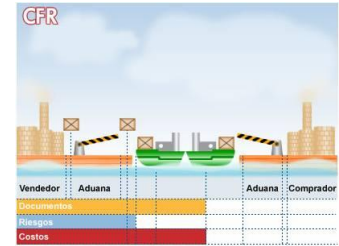
- Pago de la mercadería.
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete (lugar de importación a planta).
- Demoras.

5- CFR (Cost and Freight) - Costo y Flete (puerto de destino convenido).

Para el vendedor los alcances son los mismos que la cotización FOB con la única diferencia de que la empresa debe encargarse de contratar la bodega del barco y pagar el flete hasta destino.

El riesgo de pérdida o daño de las mercaderías así como cualquier coste adicional debido a eventos ocurridos después del momento de la entrega, se transmiten del vendedor al comprador

El término CFR exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación. Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.



Obligaciones del Vendedor:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque Y Embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación).

Obligaciones del Comprador:

- Pago de la Mercadería.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

6- CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido).

Significa que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido.

En condiciones CIF el vendedor debe también contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercadería durante el transporte.

El comprador debe saber que el vendedor está obligado a conseguir un seguro sólo con cobertura mínima. Si el comprador desea mayor cobertura necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional.

El término CIF exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.



Obligaciones del Vendedor:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).

Obligaciones del Comprador:

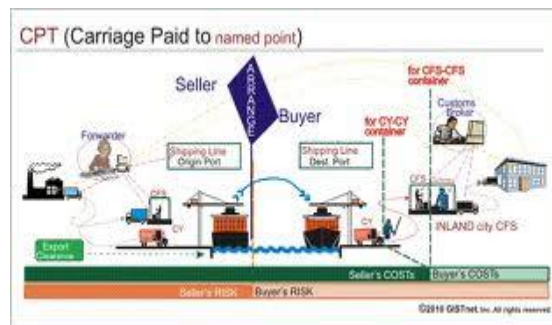
- Pago de la mercadería.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

7- CPT (Carriage Paid To) - Transporte Pagado Hasta (lugar de destino convenido).

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido.

El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste incurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas.

El CPT exige que el vendedor despache las mercaderías para la exportación.



Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte, incluyendo el transporte multimodal.

Obligaciones del Vendedor:

- Entregar la mercadería y los documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial".

Obligaciones del Comprador:

- Pago de la mercadería.
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial".
- Demoras.

8- CIP (Carriage and Insurance Paid to) - Transporte y Seguro Pago Hasta (lugar de destino convenido).

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido. El vendedor también debe conseguir un seguro contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de las mercaderías durante el transporte.

El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste incurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas.

El CIP exige que el vendedor despache las mercaderías para la exportación.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte, incluyendo el transporte multimodal.



Obligaciones del Vendedor:

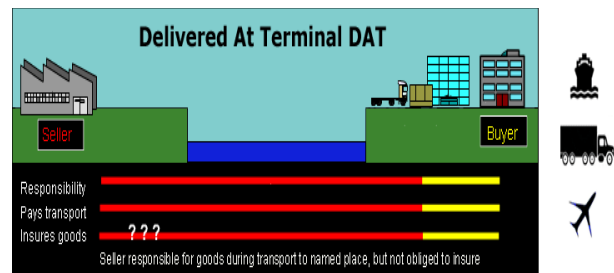
- Entregar la mercadería y los documentos necesarios
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial".

Obligaciones del Comprador:

- Pago de la mercadería.
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial".
- Demoras.

9- DAT (Delivered At Terminal) - Entregadas en terminal.

Significa que el vendedor asume todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro (no obligatorio). Hasta que la mercancía se coloca en la Terminal definida, asumiendo los riesgos hasta ese momento.



Obligaciones del vendedor:

- Este tiene que suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta, y cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir el contrato.
- Contratar el transporte de la mercancía por una ruta usual y en un forma acostumbrada hasta el punto convenido del lugar de entrega en la frontera y colocará la mercancía a disposición del comprador en el lugar mencionado de entrega en la frontera, en la fecha o dentro del plazo estipulados.
- Facilitar al comprador la orden de entrega que permita al comprador tomar posesión de la mercancía.

- Los gastos a los que tiene que hacer frente son los relativos a la mercancía hasta que haya sido entregada, los gastos de las operaciones de descarga, los gastos de trámites aduaneros necesarios para la exportación, así como los derechos, impuestos y otras cargas oficiales exigibles a la exportación. Es decir, debe pagar todos los gastos relacionados con la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada.
- Dar al comprador aviso suficiente del despacho de la mercancía hacia el lugar mencionado de la frontera, facilitara al comprador los documentos usuales y otra prueba de la entrega de la mercancía en el lugar de la frontera mencionado.
- Pagar los gastos de las operaciones de verificación necesarios para poder entregar la mercancía y prestará al comprador la ayuda precisa para obtener cualquier documento necesario para la importación de la mercancía.

Obligaciones del comprador.

- El comprador tiene que pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compraventa, conseguir cualquier licencia de importación y llevar a cabo los trámites aduaneros para la importación de la mercancía.
- Recibir la entrega de la mercancía tan pronto como haya sido puesta a su disposición, así como asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que haya sido puesta a su disposición y pagar todos los gastos desde ese momento y los derechos, impuestos y otras cargas oficiales.
- Cuando tenga el derecho de determinar la fecha dentro de un estipulado plazo y/o el lugar de recepción de la entrega le tiene que dar al vendedor aviso suficiente al respecto.
- Aceptar el documento de transporte y/o cualquier otra prueba de la entrega, pagará los gastos de la inspección previa al embarque, así como todos los gastos en que se haya incurrido.
- Asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que haya sido puesta a su disposición, así como paga todos los gastos relacionados con la mercancía desde dicho momento.
- Asumir costes de aduana.

10-DAP (Delivered At Place) - Entregadas en Lugar (lugar convenido).

Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía despachada en el punto y lugar convenidos de la frontera pero antes de la aduana fronteriza del país comprador.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando las mercaderías deban entregarse en una frontera terrestre.



Obligaciones del Vendedor:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)(parcial).
- Seguro (parcial).

Obligaciones del Comprador:

- Pagos de la Mercadería.
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación) (parcial).
- Seguro (parcial).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

11-DDP (Delivered Duty Paid) - Entregadas Derechos Pagados (lugar de destino convenido).

Significa que el vendedor entrega las mercaderías al comprador, despachadas para la importación, y no descargadas de los medios de transporte utilizados en el lugar de destino acordado.

El vendedor debe asumir todos los costos y riesgos ocasionados al llevar las mercaderías hasta aquel lugar, incluyendo los trámites aduaneros, y el pago de los trámites, derechos de aduanas, impuestos y otras cargas para la importación al país de destino.

Obligaciones del vendedor:

- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Acarreo (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Acarreo y seguro (lugar de importación a planta).
- Demoras.

Obligación del comprador:

- Pagar la Mercadería.

ANEXO N°11.

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO EXPORTADOR.



Banco Central de Reserva
de El Salvador



Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte,

San Salvador, El Salvador, C.A.

Tels.: 2281-8085 al 91, 8538 Fax: 2281-8086

Correo electrónico: ciexexportaciones@bcr.gob.sv

http://www.centrex.gob.sv ó www.centrexonline.com

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN / ACTUALIZACIÓN DE DATOS

IMPORTADOR

EXPORTADOR

AMBOS

NIT (sin guiones) <input style="width: 100%;" type="text"/>		CÓDIGO <input style="width: 100%;" type="text"/>		Usó exclusivo del CIEX El Salvador		
NOMBRE SEGÚN NIT <input style="width: 100%;" type="text"/>						
INSCRIPCIÓN EN EL CENTRO NACIONAL DE REGISTROS (CNR) (si es persona jurídica)						
No.:	<input style="width: 50px;" type="text"/>	Libro:	<input style="width: 50px;" type="text"/>	Folio:	<input style="width: 50px;" type="text"/>	
		Fecha: <input style="width: 100px;" type="text"/> (DD/MM/YYYY)				
DIRECCION DEL EXPORTADOR / IMPORTADOR			MUNICIPIO	DEPARTAMENTO		
TELÉFONOS	FAX	SITIO WEB	CORREO ELECTRONICO			
NÚMERO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTE (NRC)	GIRO O ACTIVIDAD SEGÚN EL NRC			¿ES GRAN CONTRIBUYENTE?		
				SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
¿ES TASA 0% IVA?			ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL			
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>						
¿OPERA EN ZONA FRANCA?			¿OPERA EN DEPOSITO PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO (DPA)?			
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
Nombre de la Zona Franca:			Acuerdo No.:			
Acuerdo No.:			Fecha:			
No. De Empleados Remunerados:		Hasta 10 trabajadores	Hasta 50 Trabajadores	Hasta 100 Trabajadores	De 101 en Adelante	
PERSONAS AUTORIZADAS PARA FIRMAR DOCUMENTOS Y/O AUTORIZAR EXPORTACIONES EN EL (SICEX)*						
NOMBRE	CARGO	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO	FIRMA	AUTORIZAR	
					DOCUMENTOS	Operaciones SICEX
PERSONA DE CONTACTO			PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN / IMPORTACIÓN			
Nombre:						
Correo electrónico:		Teléfono:				
DATOS DE IMPORTADOR - EXPORTADOR Ó R.L.			USO EXCLUSIVO DEL CIEX			
Nombre del Representate Legal:			Observaciones:			
Correo electrónico:						
Bajo juramente declaro que los datos proporcionados son expresión fiel de la verdad, por lo que asumo la responsabilidad correspondiente.						
Firma del Representante Legal o Persona Natural, y sello de la empresa			Firma, fecha y sello de autorizado CIEX EL SALVADOR			

*Sistema Integrado de Comercio Exterior, a través del cual se autorizan las exportaciones por internet, disponible las 24 horas, los 365 días del año; para lo cual se creará clave de acceso y se remitirá al correo electrónico de cada usuario autorizado.

ANEXO N°14
DECLARACIÓN DE MERCANCIAS.

República de El Salvador Ministerio de Hacienda		DECLARACION DE MERCANCIAS				1) No. 7
Dirección General de la Renta de Aduanas			No. BCR-0100046794	2) Número de Página 1 de 1		
3) Código Revisor:	4) Fecha Aceptación:	5) Código Aduana:	6) Código Régimen:	7) No. Manifiesto:	8) Fecha Manif.:	
		03	E110			
9) Documento de Transporte:		10) Cód. Bodega y Ubicación:	11) Cód. Despachante:	12) Nombre o Razón Social del Declarante:		
				INDUSTRIAS LAINEZ, S.A. DE C.V.		
13) NIT Declarante:	14) NRC Declarante:	15) Cód. País Proc./Dest.:	16) Cód. Transporte:	17) Cód. Dep. Aduanas:		
06140203891014		840	2			
18) No. Declaración Valor:		19) Total Peso Bruto (Kgs.):	20) Total No. Bultos:	21) Cód. de Bultos Utilizados:		
		6,701.00	10.00	PO,CS		
22) Total FOB US\$:	23) Total Flete US\$:	24) Total Prima Seguro US\$:	25) Total Otros Gastos US\$:	26) Total CIF US\$:		
5,813.00	567.00	123.00	34.00	6,537.00		
27) Numeros y Fechas de Facturas:			28) Códigos de Documentos Adjuntos:			
15 (21/05/2001)			22,2,17			
			29) Número Certificado Verificación:			
30) No. de Item	31) Código Arancelario:	32) Descripción Comercial de la Mercancía:				
1	22071010	5.00 CAJA ALCOHOL ETILICO ABSOLUTO				
33) Peso Neto en Kgs.:	34) Peso Bruto en Kgs.:					
1,678.00	2,134.00					
35) Cód. País Origen:	36) Cód. Umd. Med.:	37) Cantidad:	38) FOB en US\$:	39) Flete en US\$:	40) Seguro en US\$:	
222	011	100.00 BOTELLA	4,568.00	445.56	96.66	
41) Otros Gtos. US\$:	42) CIF en US\$:	43) %DAI:	44) Monto DAI (en US\$):	45) Monto DAI (Colones):	46) Monto IVA (en US\$):	
26.72	5,136.94	0.00	0.00	0.00	0.00	
30) No. de Item	31) Código Arancelario:	32) Descripción Comercial de la Mercancía:				
2	30059000	5.00 BOLSA ALGODON ABSORBENTE				
33) Peso Neto en Kgs.:	34) Peso Bruto en Kgs.:					
3,456.00	4,567.00					
35) Cód. País Origen:	36) Cód. Umd. Med.:	37) Cantidad:	38) FOB en US\$:	39) Flete en US\$:	40) Seguro en US\$:	
222	100	100.00 BOLSA	1,245.00	121.44	26.34	
41) Otros Gtos. US\$:	42) CIF en US\$:	43) %DAI:	44) Monto DAI (en US\$):	45) Monto DAI (Colones):	46) Monto IVA (en US\$):	
7.28	1,400.06	0.00	0.00	0.00	0.00	
47) Declaración Anterior:		Código Aduana:	55) Protesto Bajo Juramento que lo Declarado es Verdad:			56) Legalización de Aduanas:
Régimen: <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> O		No. Declaración:				
Fecha Aceptación:						
48) Liquidación: No.	Fecha:	49) TAC:	Nombre, Firma y Sello, Declarante o Despachante de Aduanas			Firma y Sello Contador Vista
50) Tributo	51) Valor a Pago - US\$	52) Monto en Garantía - US\$	53) Monto Exento - US\$	57) Reservado Entidad Colectora:		
D. A.I.				Monto Interés		
Específicos						
I.V.A.				Total Recaudado (Colones)		
Tasas						
I.V.A. Serv.						
Multas:						
Otros						
54) TOTAL						
RESERVADO BCR			ESTA ES UNA PRUEBA NO VALIDO PARA EFECTOS ADUANALES			
Registro No. 0100046794		CENTREX - BCR				
Fecha de Emisión : 21/05/2001						
SICEX						
			Firma y Sello			
			58) Control de Pagos:			
			No.			
			Fecha :			
			59) Observaciones:			

ORIGINAL ADUANA

ANEXO N°15
LISTA DE EMPAQUE.

LISTA DE EMPAQUE

CLIENTE:

EL DÍA:

MARCA DE LOS BULTOS:

EMBARCAMOS:

LA SIGUIENTE MERCANCIA

BULTOS	DESCRIPCION DEL CONTENIDO	PESO BRUTO EN KGS	PESO NETO EN KGS	MEDIDAS DE CAJAS EN "

LUGAR,

DE

DE

SU EMPRESA, S.A. DE C.V.

ENCARGADO

ANEXO N°16
FACTURA DE EXPORTACIÓN.

FACTURA DE EXPORTACIÓN (ART. 107 INC 3° C.T. Y 42 RACT)

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE EMISOR
GIRO
DIRECCIÓN (oficinas, establecimientos y sucursales)
FECHA

FACTURA DE EXPO N°
N.I.T.
N.R.C.

NOMBRE DEL CLIENTE

DIRECCION

EXPORTACIÓN A CUENTA DE:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VENTAS AFECTAS
	(INDIVIDUALIZAR E IDENTIFICAR PLENAMENTE)		
SON:		VALOR TOTAL	US\$

DE LA IMPRENTA

NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL :

NIT: NRC:

DOMICILIO:

AUTORIZACION DE IMPRENTA No.:

FECHA DE AUTORIZACIÓN:

DEL TIRAJE

RANGO DE NUMERACIÓN CORRELATIVA AUTORIZADA:

NUMERO Y FECHA DE AUTORIZACION :

ORIGINAL CLIENTE A QUEM SE EXPORTA

COPIA-EMISOR

ANEXO N°17
MANIFIESTO DE CARGA.

**LOGO EMPRESA
TRANSPORTADORA**

MANIFIESTO DE CARGA		
CODIGO REGIONAL	CODIGO DE EMPRESA	CODIGO NUMERICO CONSECUTIVO

RESOLUCION HABILITACION 002090 DE Mayo 2001
Ministerio de Transporte

Resolución MINTRANSPORTE No. 000337 DE 19 de Abril de 2006
RANGOS AUTORIZADOS
del 425 - 0219 - 0006882 al 425 - 0319 - 0007590

FECHA EXPEDICIÓN	CIUDAD	DEPARTAMENTO	CIUDAD	DEPARTAMENTO
	ORIGEN DEL VIAJE		DESTINO FINAL DEL VIAJE	

DATOS DEL VEHICULO							
PLACA	MARCA	LINEA	MODELO	MODELO REPOTENCIADO A	SERIE No.	COLOR	TIPO CARROCERIA
REGISTRO NACIONAL DE CARGA No.	CONFIG.	PESO VACIO	POLIZA SOAT No.		COMPANIA SOAT	VENCIMIENTO SOAT	R- PLACA SEMIREMOLQUE
PROPIETARIO		DOC. DE IDENTIFICACIÓN No.		DIRECCION	TELEFONO	CIUDAD	
TENEDOR		DOC. DE IDENTIFICACIÓN No.		DIRECCION	TELEFONO	CIUDAD	
CONDUCTOR		DOC. DE IDENTIFICACIÓN No.		DIRECCION	CAT. LICENCIA CONDUCCIÓN	CIUDAD	

DATOS DE LA MERCANCIA TRANSPORTADA										
NUMERO DE REMESA	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PESO	COD. DE NATURALZ	COD. DE EMPAQUE	COD. DE PRODUCTO	PRODUCTO TRANSPORTADO	REMITENTE	DESTINATARIO	DESTINO

DATOS DE LOS FLETES			SEGURO DE MERCANCIA		OBSERVACIONES
VALOR TOTAL FLETE	\$		PAGO DE SALDO		
RETENCION EN LA FUENTE	\$		LUGAR	FECHA (Conforme a la Ley)	
OTROS DESCUENTOS DE LEY	\$		CARGUE PAGADO POR: (Conforme a la Ley)		
FLETE NETO	\$		DESCARGUE PAGADO POR: (Conforme a la Ley)		
VALOR ANTICIPO	\$		COMPROBANTE DE ENGRESO		
VALOR SOBREANTICIPO	\$		VALOR TOTAL DEL FLETE EN LETRAS: (Conforme a la Ley)		
OTROS DESCUENTOS	\$				
VALOR FALTANTE (SI APLICA)	\$				
NETO A PAGAR	\$				

FIRMA Y SELLOS AUTORIZADOS POR LA EMPRESA

FIRMA, CEDULA Y HUELLA PROPIETARIO Y/O CONDUCTOR

ANEXO N°18
CERTIFICADO DE ORIGEN.

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)		Reference No. <p style="text-align: center;">GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A</p> Issued in..... <div style="text-align: right;">(country)</div> <div style="text-align: right; font-size: small;">See notes overleaf</div>			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)		4. For official use			
3. Means of transport and route (as far as known)		4. For official use			
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct. <hr/> Place and date, signature and stamp of certifying authority			12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in <div style="text-align: right;">(country)</div> and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to <div style="text-align: right;">(importing country)</div> <hr/> Place and date, signature of authorized signatory		

ANEXO N°19

INSTRUCCIONES DE LLENADO DEL CERTIFICADO DE ORIGEN DEL SGP.

Todo exportador que quiera gozar de los beneficios del SGP Plus, debe cumplir con la normativa exigida y completar el certificado de origen forma "A", posteriormente solicitar su respectiva autorización en CIEX, anexando una carta firmada por el representante legal, donde se describan las materias primas empleadas en la fabricación de los productos, país de origen y clasificación arancelaria, nombre del proveedor, así como el proceso de elaboración del producto.

- Llenarse únicamente en inglés o francés, debido a que son los idiomas oficiales definidos por los países otorgantes de las preferencias.
- No debe presentar borrones, tachaduras ni enmendaduras.
- El Certificado consta de doce casillas numeradas y una sin numerar. Las casillas 4 y 11, son para uso oficial, por lo que no deben completarse.

La información que se debe detallar en cada casilla es la siguiente:

- En la casilla sin numerar ubicada al lado superior derecho debe colocar el número de operación autorizado por CIEX El Salvador a continuación del texto "Reference No." Ejemplo: Reference No. 2007109100.El Salvador, C.A. a continuación del texto: "Issued in". Ejemplo: Issued in EL SALVADOR, C. A.
- CAMPO 1: Nombre, dirección, y país del exportador.
- CAMPO 2: Nombre, dirección, y país del consignatario.
- CAMPO 3: El medio de transporte y la ruta (puntos aduaneros y nombres de los países) por donde pasará el producto hasta llegar a su destino final tanto como sea conocido).
- CAMPO 4: Para uso oficial (dejar en blanco)
- CAMPO 5: El número de ítem en que son descritos los diferentes productos en el Certificado (1, 2,3 según el caso)
- CAMPO 6: Las marcas y número de paquetes.
- CAMPO 7: El número, clase de paquetes, cantidad y descripción de las mercancías.
- CAMPO 8: El Criterio de origen: ingresar la letra "P"

- CAMPO 9: El peso bruto, en kilogramos.
- CAMPO 10: El número y fecha de la factura de exportación.
- CAMPO 11: Para uso oficial de CIEX El Salvador.
- CAMPO 12: Debe escribir el país de origen; el nombre del país importador, lugar, fecha, firma y sello del exportador.

El Certificado de Origen y todos los demás datos y documentos de prueba de origen del producto deben conservarse durante al menos tres años, a fin de permitir que se hagan verificaciones para comprobar que se cumplieron las normas de origen de un envío determinado.

ANEXO N°20

CERTIFICADO FITOSANITARIO.

DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL
MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA
REPUBLICA DE EL SALVADOR, C.A.

CERTIFICADO FITOSANITARIO PARA LA EXPORTACION
DIVISION DE CUARENTENA AGROPECUARIA

No. Reg.: 0100046814

PARA ORGANIZACION DE PROTECCION FITOSANITARIA DE ESTADOS UNIDOS (U.S.A.)
DE ORGANIZACION DE PROTECCION FITOSANITARIA DE EL SALVADOR

I. DESCRIPCION DEL ENVIO

Nombre y Dirección del Exportador : TEFEX, S.A. DE C.V. - BLVD.ORDEN DE MALTA #460,URB.SANTA ELENA,ANT.CUSCATLAN
SAN SALVADOR

Nombre y Dirección declarados del Destinatario : FOLIAGE IMPORTS, C.A. - P.O. BOX 567, ASTOR, FL. 32102, USA

Número y Descripción de los Bultos : 150 MANOJOS

Marcas Distintivas : Tefex

Lugar de Origen : EL SALVADOR

Medios de Transporte Declarado : AEREO

Punto de Salida Declarado : AEROP.INT.EL SALVADOR, EL SALVADOR

Nombre del Producto	Nombre Botánico de las Plantas	Cantidad Declarada
PLANTA ORNAMENTALES		1,500.00 UNIDADES

Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.
Se considera que están sustancialmente libres de otras plagas.

II. DECLARACION ADICIONAL

III. TRATAMIENTO DE DESINFESTACION O DESINFECCI

Fecha: _____

Tratamiento : _____

Producto Químico : _____

Dureción y Temperatura : _____

Concetración : _____

Información Adicional : _____

Lugar y Fecha de Expedición : LA LIBERTAD, 22/05/2001

Nombre del Funcionario Autorizado :

ESTA ES UNA PRUEBA NO ES VALIDO PARA EFECTOS ADUANALES

(Sello de la Organización)

(Firma)

Esta Organización, División de Cuarentena Agropecuaria de la Dirección de Sanidad Vegetal y Animal del Ministerio de Agricultura y Ganadería, de la República de El Salvador, y sus funcionarios y representantes, declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado.

ANEXO N° 21
ORDEN DE EMBARQUE

ORDEN DE EMBARQUE

PUERTO _____

No _____

No DE TARJETA TRIBUTARIA

Sr. Gerente General
Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma
San Salvador

Sirvase usted ordenar que se reciban para embarcar por el puerto indicado de la ruta y según instrucciones las mercancías siguientes:

1 MARCAS

2 Cantidad de Bultos _____

3 Contenido _____

4 Peso Bruto Total en Kilogramos _____ **Clase de Embalaje** _____

5 Embarcador _____

6 Consignado a _____

7 Puerto de Destino _____

8 Asegurado Bajo Póliza _____

9 Vapor _____ **Línea** _____

10 Los Gastos de Embarque seran pagados por _____

11 Flete Marítimo _____

12 Deben Destinarse o Redestinarse los Bultos? _____

13 Departamento de la República de donde Procede la Mercancía _____

14 Transportado por _____

15 Valor en Dólares de la Mercancía _____

16 Teléfono de Oficina _____ **Caso de Urgencia llamar al Teléfono** _____

17 Los Conocimientos de Embarque deben llevar fecha _____

18 Observaciones _____

Rogamos enviar acuse de recibo y aceptación a sus atentos y Ss. Ss.

EMBARCADOR

ANEXO N° 22

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

Shipper/Exporter (Complete Name and Address)		COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING			B/L No.
		Booking No.			
Consignee (Complete Name and Address)		Export References			
		Forwarding Agent-References			
Notify Party (Complete Name and Address)		Point and Country of Origin			
		Domestic Routing/Export Instructions			
*Pre-carriage by	*Place of Receipt	Onward Inland Routing			
Vessel	Port of Loading				
Port of Discharge	*Place of Delivery				
CARRIER'S RECEIPT		PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER-CARRIER NOT RESPONSIBLE			
Container No./Seal No Marks and Numbers	No of Containers or plugs	Kind of packages; description of goods	Gross Weight	Measurement	
Freight & Charges	Rate	Unit	Prepaid	Collect	
Declared Value Charges (See clause 6) for		Total Prepaid		Shipped in apparent good order and condition, unless otherwise stated herein, for transportation on board the ocean vessel mentioned herein or any substituted vessel or on board the feeder vessel or other means of transportation (rail or truck) if place of receipt is named in this Bill of Lading the goods or packages or containers said to contain goods, herein after called "The Goods", specified herein, on a voyage as described and agreed by this Bill of Lading and discharge at the port or place named herein or deliver at the place of delivery if mentioned and discharge at the port or, limitations, place named herein or deliver at the place of delivery if mentioned herein, such carriage, discharge or delivery being always subject to the exceptions conditions and liberties hereinafter agreed in like order and condition at the port of discharge or place of delivery if named as the case may be, for delivery unto the Consignee mentioned herein or to his or their assigns where the Carrier's responsibilities shall in all cases and in circumstances whatsoever finally cease. It is further agreed that Containers may be stowed on deck without notice pursuant to clause 15 on the reverse side of this Bill of Lading. IN WITNESS whereof the number of original Bill of Lading stated on this side have been signed, if mentioned one of which being accomplished the other(s) to be void.	
Declared Value of US\$		Total Collect			
Number of Original B(s)/L					
Place of Issue		Date			

*Applicable only when document used
as a Combined Transport Bill of Lading

ANEXO N° 23
FACTURA COMERCIAL.


FACTURA COMERCIAL
Comercial Invoice

No

NOMBRE DEL EXPORTADOR Exporter's Name		NOMBRE DEL IMPORTADOR Buyer's Name		
DIRECCION DEL EXPORTADOR Exporter's Address		DIRECCION DEL IMPORTADOR Buyer's Address		
FECHA Date		MEDIO DE TRANSPORTE Y NOMBRE DE LA EMPRESA Means of Transport and Agency		
		TIEMPO DE ENTREGA Delivery Time		OTROS Others
CANTIDAD Y CLASE DE BULTO Quantity and Kind of Bulk	CANTIDAD Y UNIDAD DE MEDIDA Quantity and Measure Unit	DESCRIPCION Description	PRECIO UNITARIO Unit Price	VALOR TOTAL Amount
			FLETE Freight	
			SEGURO Insurance	
			OTROS GASTOS Other Costs	
			TOTAL (VALOR C.I.F.) Total (C.I.F. Price)	

ANEXO N° 24

DECLARACIÓN DE INGRESO DE DIVISAS.

	Banco Central de Reserva <small>ESTABILIDAD MONETARIA ES NUESTRO COMPROMISO</small>	DECLARACION DE INGRESO DE DIVISAS <small>GERENCIA DE POLÍTICA MONETARIA DEPARTAMENTO DE BALANZA DE PAGOS</small>																																																												
Formulario N° 37552																																																														
NOMBRE DE LA INSTITUCION INTERMEDIARIA: _____ NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL DECLARANTE: _____ DIRECCION DEL DECLARANTE: _____		CODIGO _____ TEL: _____																																																												
MODALIDAD DE LA OPERACION: 10 <input type="checkbox"/> EFECTIVO 20 <input type="checkbox"/> GIRO 30 <input type="checkbox"/> TRANSFERENCIA 40 <input type="checkbox"/> OPERACIONES INTERNAS																																																														
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Clase de Moneda</th> <th style="text-align: left;">Código</th> <th style="text-align: left;">Cantidad</th> <th style="text-align: left;">Tipo de Cambio</th> <th style="text-align: left;">Valor Pagado en Dolares</th> <th style="text-align: left;">País de Origen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Dólares</td> <td>001</td> <td>U. S. \$</td> <td></td> <td>U. S. \$</td> <td>Estados Unidos <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Quetzales</td> <td>002</td> <td>Q.</td> <td></td> <td>U. S. \$</td> <td>Guatemala <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Lempiras</td> <td>003</td> <td>L.</td> <td></td> <td>U. S. \$</td> <td>Honduras <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Libro Esterlina</td> <td>007</td> <td>£</td> <td></td> <td>U. S. \$</td> <td>Otros: (Especificar) <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Franco Suizo</td> <td>008</td> <td>Fs</td> <td></td> <td>U. S. \$</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Franco Francesa</td> <td>009</td> <td>Ff</td> <td></td> <td>U. S. \$</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Marco Aleman</td> <td>011</td> <td>DM</td> <td></td> <td>U. S. \$</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Yen Japonés</td> <td>019</td> <td>Y</td> <td></td> <td>U. S. \$</td> <td></td> </tr> <tr> <td>EURO</td> <td>040</td> <td></td> <td></td> <td>U. S. \$</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Clase de Moneda	Código	Cantidad	Tipo de Cambio	Valor Pagado en Dolares	País de Origen	Dólares	001	U. S. \$		U. S. \$	Estados Unidos <input type="checkbox"/>	Quetzales	002	Q.		U. S. \$	Guatemala <input type="checkbox"/>	Lempiras	003	L.		U. S. \$	Honduras <input type="checkbox"/>	Libro Esterlina	007	£		U. S. \$	Otros: (Especificar) <input type="checkbox"/>	Franco Suizo	008	Fs		U. S. \$		Franco Francesa	009	Ff		U. S. \$		Marco Aleman	011	DM		U. S. \$		Yen Japonés	019	Y		U. S. \$		EURO	040			U. S. \$			
Clase de Moneda	Código	Cantidad	Tipo de Cambio	Valor Pagado en Dolares	País de Origen																																																									
Dólares	001	U. S. \$		U. S. \$	Estados Unidos <input type="checkbox"/>																																																									
Quetzales	002	Q.		U. S. \$	Guatemala <input type="checkbox"/>																																																									
Lempiras	003	L.		U. S. \$	Honduras <input type="checkbox"/>																																																									
Libro Esterlina	007	£		U. S. \$	Otros: (Especificar) <input type="checkbox"/>																																																									
Franco Suizo	008	Fs		U. S. \$																																																										
Franco Francesa	009	Ff		U. S. \$																																																										
Marco Aleman	011	DM		U. S. \$																																																										
Yen Japonés	019	Y		U. S. \$																																																										
EURO	040			U. S. \$																																																										
INGRESOS - FUENTE DE LAS DIVISAS (ORIGEN)																																																														
1- OPERACIONES EXTERNAS																																																														
<p>I-1 EXPORTACIONES DE BIENES</p> <p><input type="checkbox"/> I-1-1 Café _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-1-2 Azúcar _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-1-3 Maquila _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-1-3-1 Valor Agregado _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-1-3-2 Venta Materia Prima Nacional _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-1-10 Otras Exportaciones _____</p> <p>I-2 SERVICIOS</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-1 Viajes Internacionales _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-2 Seguros y Reaseguros _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-2-1 Compañías Aseguradoras _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-2-2 Particulares _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-3 Comunicaciones _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-4 Transporte _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-4-1 Pasajes _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-4-2 Fletes _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-4-3 Otros Transportes _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-5 Servicios de Gobierno _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-6 Culturales y Deportivos _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-7 De Construcción _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-8 Comisiones _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-8-1 Comisiones Bancarias _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-8-2 Otras comisiones _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-9 Regalías y Derechos de licencia _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-10 Informática y de información _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2-20 Otros Servicios _____ (especificar)</p> <p>I-3 RENTA</p> <p><input type="checkbox"/> I-3-1 Intereses Ganados _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-3-2 Utilidades Ganadas _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-3-3 Remuneración de Empleados (sueldos) _____</p> <p>I-4 TRANSFERENCIAS Y DONACIONES</p> <p><input type="checkbox"/> I-4-1 REMESA FAMILIAR _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-4-1-1 Captación Nacional _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-4-1-2 Agencia de Captación en el exterior _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-4-2 DONACIONES _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-4-2-1 Privada _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-4-2-2 Pública _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-4-3 OTRAS TRANSFERENCIAS _____ (especificar)</p>	<p>I-5 MOVIMIENTO DE CAPITAL</p> <p>PRESTAMOS RECIBIDOS PRIVADO</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-1-1 Corto plazo _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-1-2 Mediano plazo _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-1-3 Largo plazo _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-1-4 Anticipos a exportadores otorgados por el corresponsal _____</p> <p>OFICIAL</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-1-2 Corto plazo _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-1-2-1 Mediano plazo _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-1-2-2 Largo plazo _____</p> <p>INVERSION EXTRANJERA EN EL PAIS</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-2 Directa _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-2-2 Cartera _____</p> <p>REPATRIACION DE INVERSION AL PAIS</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-3 Directa _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-3-2 Cartera _____</p> <p>DEPOSITOS DEL EXTERIOR</p> <p><input type="checkbox"/> I-5-4 _____</p> <p>OPERACIONES PROPIAS REALIZADAS POR INTERMEDIARIOS CAMBIARIOS</p> <p><input type="checkbox"/> I-10 Préstamos recibidos _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-1 Corto plazo _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-1-1 Mediano plazo _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-1-2 Largo plazo _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-1-3 Intereses ganados _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-2 Participación extranjera en su capital _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-3 Directa _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-3-1 Cartera _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-3-2 Recuperación de préstamos _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-4 Otros Ingresos (Comisiones y Recargos) _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10-10 OTROS INGRESOS _____ (especificar)</p>																																																													
II- OPERACIONES INTERNAS EN MONEDA EXTRANJERA																																																														
<p><input type="checkbox"/> I-1 COMPRAS A B.C.R., BANCOS Y CASAS DE CAMBIO _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-2 PRESTAMOS INTERNOS RECIBIDOS EN MONEDA EXTRANJERA _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-3 RECUPERACION DE PRESTAMOS EN MONEDA EXTRANJERA _____</p>	<p><input type="checkbox"/> I-4 REDENCIÓN (VENCIMIENTOS) DE TITULOS VALORES EN MONEDA EXTRANJERA _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-5 COMPRA DE DIVISAS FUENTE INTERNA _____</p> <p><input type="checkbox"/> I-10 OTRAS OPERACIONES INTERNAS _____</p>																																																													
Información del Beneficiario: Nombre o razón Social: _____ País: _____		Espacio para la Institución Intermediaria que efectúa la operación Lugar y Fecha: _____ Cantidad Recibida: _____																																																												
Sello _____ Firma del Declarante	Sello _____ Firma Responsable																																																													

ANEXO N° 26
COTIZACIÓN CON NAVIERA.



San Salvador, 15 de Noviembre de 2015

Señoritas

Hellen Avelar, Nancy Menjivar, Raquel Sánchez.

Estimadas Señoritas:

Sometemos a consideración nuestra tarifa para transportar embarque consolidado marítimo desde San Salvador hasta Holanda.

Datos del Embarque.

Bultos: 75 cajas.

Cantidad: 270,000 gramos y 223,800 ml; respectivamente.

Cantidad a cancelar: \$3,900 dólares.

Tipo de Producto: Mermeladas, Dulces, Jaleas de Guayaba.

Ruta: El Salvador- Puerto Santo Tomas de Castilla-Rotterdam.

Términos: CIF (Costo, Seguro, Flete)

Tiempo de transito: 15 días estimados.

Salidas quincenales.

Valor de Flete	Valor en Euros	Valor en dólares
Gastos CIF	€ 508.45	\$695.00
Flete interno (recolección de origen)	€ 617.54	\$700.72
Flete Maritimo El Salvado-Santo Tomas de Castilla-Holanda.	€ 1,075.02	\$1,361.40
Costo Total de Flete	€ 2,201.01	\$2,757.12

Otros servicios en destino	
Cargos de destino (Cargos de Naviera entre otros)	\$275.44
Trámites aduanales	\$180
Transporte desde el Almacén hasta el puerto de embarque	\$150
Seguridad Armada en el trayecto	\$95

Tarifa sujeta a cambios sin previo aviso.

Tiempo de Transito sujeto a variaciones por situaciones fuera de nuestro control.

Su carga no está automáticamente asegurada, se recomienda utilizar un seguro de mercadería para su protección en vista que la carga es propensa a robo.

Cargo de destino sujeto a cambio.

Tarifa sujeta a cambio por variaciones de peso y volumen al momento de recibir el embarqué,

La recolección terrestre en origen está sujeta a un tiempo de espera del medio de transporte de dos horas, después de las cuales si su comprador no nos ha recibido la mercadería se cargan 50.00 dólares por hora.

Tarifas para cargos locales no incluyen IVA.

Condiciones del servicio: Contado.

A la Espera de sus instrucciones.

Erick Rivas.

Agente al Servicio del Cliente.