



SUMARIO

- PROMOCIÓN DE UNA POLÍTICA DE EXPORTACIÓN PARA EL SALVADOR – Roberto Ernesto Garay Medina, Karen María Ortiz Vargas y Sara Beatriz Velásquez Martínez
- DE LAS EXPANSIONES BÉLICAS A LAS EXPANSIONES COMERCIALES – Alfredo Recinos

PROMOCIÓN DE UNA POLÍTICA DE EXPORTACIÓN PARA EL SALVADOR

Roberto Ernesto Garay Medina,
Karen María Ortiz Vargas y
Sara Beatriz Velásquez Martínez¹

I. Objetivos

1. Objetivo General

Explicar en qué consiste la promoción de política de exportación, identificando las medidas a tomar para promoverla y describiendo la forma de afrontar las barreras que se presentan actualmente para su promoción.

2. Objetivos Específicos

- a) Determinar cómo la promoción de una política de exportación contribuye directamente al fortalecimiento de la economía nacional.
- b) Detallar los factores a seguir para optar por la mejor promoción de políticas de exportación.

II. Introducción

Con el fin de tener una fuente más de comercialización por parte de El Salvador, se plantea el reto del comercio internacional,

práctica en la que siempre habrán perdedores y ganadores, es por ello que las autoridades protagonistas deben determinar cuáles serán las ventajas y costos de realizar dicha práctica y utilizar los distintos instrumentos de política comercial para alcanzar los objetivos que se han trazado en esta materia.

Por ejemplo, si el objetivo es proteger la industria local a través de la disminución de importaciones, las autoridades buscarán un mecanismo para hacer más costosos estos productos, como parte de los instrumentos de política comercial que se poseen o podría llegar al punto de restringirlas.

Por otro lado, si el objetivo es promover la producción nacional de cierto producto, y este necesita importar insumos para su producción, la política comercial podría establecer un menor costo de la materia prima, con el fin de tener menos restricciones que lo encarezcan.

Ahora bien ya sea con el fin de restringir las importaciones o de promoverlas como estimulación para la producción nacional, las autoridades económicas pueden utilizar las políticas comerciales para dicho fin, el cual tiene como fin último promover y desarrollar la producción de El Salvador a través de la exportación.

¹ Estudiantes de la Maestría en Negocios Internacionales de la Universidad Dr. José Matías Delgado.

III. Factores a valorar para promover una política de exportación

La política comercial es el conjunto de instrumentos con que cuenta la autoridad económica de un país para regular sus relaciones comerciales con el resto del mundo.

El gobierno de El Salvador con el objetivo de promover el crecimiento económico del país, optó por introducir el régimen de dolarización oficial en enero del año 2001; ya que de esta forma aseguraban tanto a los inversionistas locales como extranjeros que sus inversiones no serían afectadas con devaluaciones cambiarias, altas tasas de interés, etc.

De igual forma, fue el primer país en firmar e implementar el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana (CAFTA), así como acuerdos de libre comercio con México, Chile y Panamá, entre otros; aumentado de esta forma sus exportaciones a dichos países, logrando con lo anterior un mayor crecimiento económico.

Sin embargo, en una economía dolarizada, como la salvadoreña, deben de tomarse las medidas correspondientes para fortalecer su sector externo y disponer de una base productiva sólida que respalden la estabilidad macroeconómica a largo plazo.

Es por ello que con el fin de promover las exportaciones, los agentes económicos han creado las **Restricciones a las importaciones**: que se clasifican en barreras arancelarias y barreras no arancelarias, salvaguardias y derechos *antidumping*.

Las primeras tienen que ver con el pago de impuestos sobre las importaciones, dividiéndose en *barreras arancelarias específicas* las cuales son valores fijos en dinero que se cobran por unidad física del producto importado y que no muestran variaciones ante cambios en los precios de los productos; y las *barreras arancelarias ad valorem*, estas corresponden a

otro tipo de restricciones a las importaciones, como licencias y cuotas de importación, en este caso el arancel pagado varía con el valor del bien importado.

En cuanto a las barreras no arancelarias, se mencionan: las *cuotas de importación* que es una cantidad específica que el gobierno define para la importación de un bien durante un período determinado; las *licencias de importación* son instrumentos que la autoridad económica usa para poder controlar las importaciones de cierto tipo de bienes, las cuales sólo pueden hacerse mediante la autorización contenida en la licencia o permiso de importación; los *porcentajes de contenido local* son en realidad instrumentos de política de desarrollo industrial, pues lo que buscan en el fondo no es restringir el comercio sino estimular la producción nacional; los *permisos sanitarios* han sido concebidos para garantizar que las importaciones de productos agrícolas y pecuarios no traigan consigo plagas o enfermedades que puedan afectar negativamente la economía del país importador; y las *normas técnicas* son requisitos que cada país establece para diversos tipos de productos, de manera que no atenten contra la seguridad de los consumidores o que se acomoden a las prácticas locales.

Por otra parte se encuentran las *salvaguardias* y *derechos antidumping* se refiere a instrumentos que han sido concebidos para corregir situaciones irregulares en el comercio internacional, sin embargo en muchos casos se usan como simples medidas de protección. La salvaguardia consiste en un arancel o una cuota que se aplica a las importaciones de un sector económico que atraviesa por una difícil situación; para poder aplicarla, el gobierno, por lo general, debe demostrar que las importaciones son las causantes de esa situación y además debe compensar al país afectado con la medida. Por otro lado, los derechos antidumping son un costo adicional que un gobierno impone a los productos importados de un sector, cuando demuestra que el país



exportador está vendiéndolos a un precio menor que lo que le costó producirlos.

No obstante de lo mencionado anteriormente se requiere que El Salvador cuente con una política de promoción de exportaciones que le permita impulsar el escalamiento de la producción hacia la elaboración de bienes y servicios con alto valor agregado.

Es por ello que se han seleccionado sectores estratégicos a través de los cuales el país posee ventajas competitivas y comparativas que favorecen los procesos de inclusión productiva. Entre los sectores propuestos se incluyen la Agroindustria Alimentaria; Tecnologías de la Información y Comunicación; Química Farmacéutica; Servicios de Avanzada y el Turismo.

La visión del gobierno se proyecta en apoyar la competitividad de los líderes exportadores y sus unidades productivas, con el propósito de cubrir las brechas de competencias del sector privado salvadoreño y la competencia global, de tal forma que el sector productivo nacional transite de las actuales técnicas rudimentarias de producción, para pasar a la innovación y calidad en procesos, productos y modelos de gestión.

El gobierno de El Salvador, plantean los 5 ejes de la agenda de comercio exterior que constituyen las apuestas estratégicas para transitar y lograr llegar en el mediano plazo al crecimiento económico deseado, detallándolos a continuación:

1. La necesidad de invertir en el proceso exportador

Si bien es cierto que los sectores productivos son los principales actores en el comercio internacional, el Estado debe desarrollar una matriz de procesos, instrumentos, incentivos y políticas orientados a facilitar la expansión del comercio internacional con el objeto de ubicarlo en un estadio superior de desarrollo y

competitividad. La inversión pública está enfocada en dotar las capacidades técnicas y financieras a las instituciones competentes, para la prestación de servicios estandarizados y especializados. En este sentido, es necesario basarse en una institucionalidad sólida desde el Estado para, desde el principio de la subsidiariedad, fortalecer a los sectores productivos.

2. El comercio exterior debe incorporar procesos de innovación y transferencia tecnológica

La verdadera apuesta de países pequeños, abiertos y expuestos a acelerados procesos de competitividad externa, requiere la generación de diferentes procesos de innovación productiva. Este proceso debe acompañarse con una plataforma nacional que incremente la calidad y la competitividad de los productos y servicios.

En consecuencia, se busca desarrollar una agenda de nación sólida y consistente en temas de calidad, productividad, innovación y transferencia de tecnología y fortalecimiento del capital humano desde y para los sectores productivos.

3. La estrategia de comercio exterior debe fortalecer la generación de empleos de calidad

Por lo que se requiere una estrategia de exportaciones y atracción de inversiones generadora de empleos dignos y que esté plenamente integrada con un programa de desarrollo socioeconómico que reduzca los niveles de pobreza y desigualdad en la nación.

4. La estrategia de comercio exterior y atracción de inversiones debe fortalecer la inclusión productiva

Es importante partir desde la propia base productiva salvadoreña para fortalecer los procesos de internacionalización de las



empresas, especialmente de las MIPyMES, ya que se desea la inclusión productiva de sectores que favorezcan los encadenamientos productivos, las alianzas empresariales, la asociatividad, y en suma, una dinámica virtuosa de relaciones (intra) intersectoriales.

5. Aprovechamiento de los Acuerdos de Libre Comercio (ALC)

Dado el escenario comercial internacional en el que está inserto el país para los próximos años, la estrategia de exportaciones y atracción de inversiones debe orientarse a lograr el máximo aprovechamiento de las oportunidades comerciales para los productos y servicios salvadoreños. Por lo que con este punto se apuesta en sentar las bases para la implementación de un enfoque sistémico de promoción e internacionalización de sectores estratégicos en países y/o en nichos de mercados en los que existen ventajas comparativas reveladas. Para ello el aprovechamiento de los Acuerdos de Libre Comercio y el fortalecimiento de la Integración Centroamericana son centrales en la estrategia integral de fomento a las exportaciones del país.

Con la puesta en marcha de los 5 ejes mencionados anteriormente El Salvador, busca cambiar su tradicional estructura productiva hacia un modelo de producción de bienes y servicios capaz de crear riqueza y bienestar mediante la creatividad, la innovación y la calidad.

El sustento de la economía en el largo plazo debe fundarse en una inserción efectiva al mundo, más allá de lo más fácil y accesible, con productos y servicios a los cuales se les incorpore mayor valor agregado. Lo anterior le permitiría al país competir en mejores condiciones e ingresar a mercados que demandan productos a mayor escala y mejores precios.

Actualmente consideran que la apuesta del país

para proveer bienes y servicios globales, no debe basarse únicamente en los *Call Centers* dedicados a atender quejas y/o reclamos, sino más bien a la creación de centros de soluciones con personal capacitado para proporcionar asesorías en materia financiera, legal o dedicadas a administrar redes de tráfico en distintos idiomas. Así mismo, establecen que no sólo deben promover la venta de café o productos nostálgicos para los salvadoreños en el exterior, sino más bien a vender productos de especialidad como lo son los productos gourmet, exóticos y orgánicos de primera calidad, dirigidos al mercado anglo americano, asiático y europeo. Y a su vez enfocarse en ofrecer un turismo de especialidad, de aprendizaje del idioma español, médico, volcánico y de comunidades vivas, entre otros.

IV. Incidencia en la economía nacional por sectores productivos con relación al PIB

Para un mejor estudio sobre la adecuada política comercial que debe de adoptar El Salvador para incrementar sus exportaciones, se detalla a continuación por sectores las exportaciones durante el periodo del 2002 al 2008 que realizó cada sector productivo.

a) Sector Agropecuario

Entre 2002 y 2008, el valor añadido real del sector agropecuario ha crecido a un tipo medio anual del 5,3 por ciento, frente al 3,1 por ciento de la economía en su conjunto. Por lo tanto, la participación del sector agropecuario en el PIB aumentó del 11,5 por ciento en 2002 al 13,1 por ciento en 2008².

² FUSADES (2007), *¿Cómo está nuestra economía (2006-07)?* Consultado en:

<http://www.fusades.org/index.php?cat=1237&lang=es&title=%BFComo%20%20est%E1%20nuestra%20econom%EDa?>



Cuadro 1: PIB del sector agropecuario, 2002-2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Agricultura, caza, silvicultura y pesca (millones de US\$)	904.4	912.5	938.1	984.4	1058.4	1149.3	1233.1
<i>En porcentaje del total del PIB agropecuario:</i>							
Café oro	14.6	13.7	13.1	12.7	11.8	11.9	11.2
Algodón	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0
Granos básicos	20.2	19.8	20.0	19.2	19.9	20.4	22.6
Caña de azúcar	5.8	5.8	5.9	5.6	4.9	4.8	4.5
Otras producciones agrícolas	18.8	19.1	19.0	20.8	22.1	22.4	23.0
Ganadería	18.4	18.00	18.1	17.9	18.0	17.8	17.8
Avicultura	13.9	14.5	14.9	14.9	14.3	13.9	11.6
Silvicultura	5.8	5.9	5.9	5.7	5.6	5.4	5.7
Productos de la caza y la pesca	2.5	2.7	3.0	3.0	3.4	3.4	3.4

Fuente: Secretaría de la OMC, sobre la base de datos del Banco Central de Reserva.

Los rubros principales en términos de su contribución al valor añadido son las "demás producciones agrícolas" y los granos básicos, cada uno de los cuales representa alrededor del 23 por ciento del PIB agropecuario.

Otros rubros importantes son la ganadería, la avicultura y el café. El sector agropecuario emplea a cerca del 18 por ciento de la población económicamente activa y a alrededor del 40 por ciento de la población económicamente activa en las zonas rurales.³ Siendo los principales productos agropecuarios de importación son los granos, aceites y carnes, mientras que el café y el azúcar son los principales productos agropecuarios de exportación.

El BMI mantiene un programa de garantías para los créditos concedidos por los bancos comerciales a los productores agropecuarios (Programa de Garantía Agropecuaria o

PROGARA).⁴ Las garantías son otorgadas por períodos prorrogables de un año y su costo es del uno por ciento del monto garantizado.

El BMI también mantiene el Programa Especial de Garantía para la Agricultura Intensiva y la Agroindustria (PROGAIN), a través del cual garantiza hasta la mitad de los créditos destinados al establecimiento de centros de producción agrícola intensiva y de preparación y procesamiento de productos agrícolas.⁵ Las garantías son otorgadas por períodos prorrogables de un año y su costo es del 0,75 por ciento del monto garantizado.

b) Sector Manufacturero

La participación del sector manufacturero en el PIB ha permanecido prácticamente constante desde 2002 (cuadro 2).

³ Norton y Ángel, "Estrategia agropecuaria: retomando el camino hacia la competitividad" en FUSADES, *Estrategia de desarrollo económico y social 2009-14*, diciembre. Consultado en: [http://www.fusades.org/index.php?cat=1377&lang=es&title=Estrategia%20económica%202009-2014%20%20\(Capítulos%20Editados\)](http://www.fusades.org/index.php?cat=1377&lang=es&title=Estrategia%20económica%202009-2014%20%20(Capítulos%20Editados)).

⁴ Información en línea del BMI, "PROGARA". Consultado en: https://www.bmi.gob.sv/portal/page?_pageid=38,67156&_dad=portal&_schema=PORTAL.

⁵ Información en línea del BMI, "PROGAIN". Consultado en: https://www.bmi.gob.sv/portal/page?_pageid=38,57354&_dad=portal&_schema=PORTAL.



Cuadro 2: Valor añadido en el sector manufacturero (excluyendo las zonas francas), 2002-2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<i>Total:</i>							
En millones de \$EE.UU. de 1990	1610.6	1642.4	1667.8	1713.9	1779.9	1854.6	1899.2
En porcentaje del PIB total	20.5	20.5	20.4	20.4	20.3	20.2	20.2
<i>En porcentaje del PIB manufacturero:</i>							
• Carne y sus productos	2.0	2.0	2.0	2.0	2.1	2.1	2.0
• Productos lácteos	3.5	3.5	3.5	3.5	3.7	3.7	3.7
• Productos elaborados de la pesca	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
• Productos de molinería y panadería	9.7	9.9	10.1	10.2	10.4	10.6	10.6
• Azúcar	7.7	8.0	8.4	8.5	8.2	8.3	8.3
• Otros productos alimenticios elaborados	7.8	7.9	7.9	7.9	7.9	7.9	7.9
• Bebidas	10.0	9.5	9.5	9.3	9.1	9.0	9.0
• Tabaco elaborado	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
• Textiles y artículos confeccionados de materiales textiles (excepto prendas de vestir)	5.7	5.5	5.6	5.8	5.7	5.7	5.7
• Prendas de vestir	2.1	2.1	2.1	2.1	2.1	2.0	2.0
• Cuero y sus productos	4.2	4.2	4.2	4.2	4.1	4.2	4.2
• Madera y sus productos	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4	1.3
• Papel, cartón y sus productos	3.2	3.3	3.3	3.3	3.3	3.4	3.4
• Productos de la imprenta y de industrias conexas	6.0	6.1	6.3	6.3	6.2	6.4	6.5
• Química de base y elaborados	9.7	9.8	9.8	9.7	9.7	9.7	9.7
• Productos de la refinación de petróleo	5.8	5.6	5.3	5.3	5.4	5.6	5.5
• Productos de caucho y plástico	2.7	2.8	2.8	3.0	3.0	3.0	3.0
• Productos minerales no metálicos elaborados	5.5	5.5	4.9	4.5	4.8	4.8	4.8
• Productos metálicos de base y elaborados	5.1	5.2	5.4	5.6	5.4	5.4	5.4
• Maquinaria, equipos y suministros	3.6	3.5	3.5	3.5	3.5	3.1	3.1
• Material de transporte y manufacturas diversas	4.1	4.2	4.1	4.0	4.0	4.0	3.8

Fuente: Secretaría de la OMC, sobre la base de datos del Banco Central de Reserva.

Como se observa las primordiales actividades manufactureras son: la molinería y panadería, química de base y elaborados y las bebidas. Y el principal rubro de exportación de este sector son los productos químicos a diferencia del material de transporte y los productos químicos que son los principales rubros de importación.

No debemos de obviar que durante el periodo del 2002 al 2008 los objetivos de la política eran: el fortalecimiento de la competitividad, la

promoción de la diversificación económica y la eliminación de las fallas de coordinación e información.

c) Zonas Francas

Las exportaciones provenientes de las zonas francas crecieron a un tipo medio anual del 1,6 por ciento entre 2002 y 2008, a diferencia del 12% del resto de las exportaciones manufactureras.

Cuadro 3: Principales indicadores relativos a las zonas francas 2002-2008

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Número de empresas	246	265	294	304	302	314	270
Número de empleados	84,000	88,600	85,626	80,963	80,000	82,367	..
<i>Valor añadido:</i>							
En millones de \$EE.UU. de 1990	246.3	256.1	248.9	231.5	226.8	226.8	238.3
En porcentaje del PIB	3.1%	3.2%	3.0%	2.7%	2.6%	2.5%	2.5%
<i>Importaciones</i>							
En millones de \$EE.UU.	1,282.5	1,379.3	1,458.2	1,204.8	1,143.0	1,236.5	1,281.6
En porcentaje de las importaciones totales de mercancías	24.7	24.0	23.0	18.0	14.9	14.2	13.1
<i>Exportaciones:</i>							
En millones de \$EE.UU.	1,757.6	1,873.0	1,923.2	1,821.3	1,775.4	1,803.8	1,928.1
En porcentaje de las exportaciones totales de mercancías	58.7	59.9	58.2	53.3	47.9	45.3	42.4
Exportaciones netas	475.1	493.7	465.0	616.5	632.4	567.3	646.5

Fuente: Secretaría de la OMC sobre la base de datos proporcionados por las autoridades.

Un estudio publicado en el 2005 señala que el sector de las zonas francas es "el que menos interrelaciones económicas guarda como demandante" entre los seis rubros con mayor peso en el sector manufacturero (molinería y panadería, química de base y elaborados, bebidas, azúcar y otros productos alimenticios elaborados); "la maquila se ha concentrado en el sector textil confección, que al conformar una industria ligera de bajo contenido tecnológico reduce la capacidad de transferencia y mejoras al resto de la economía".⁶

Pero actualmente la industria textil confección ha dado cabida a una producción con mayor valor agregado, a través del concepto de "paquete completo".

d) Energía

El sector eléctrico constituye el 0,3 por ciento del PIB. Entre los objetivos de la política energética están: diversificar las fuentes de energía, ampliar la cobertura de los servicios de energía eléctrica, promover la eficiencia del mercado de energía y el establecimiento de reglas claras y estables e impulsar la integración eléctrica entre los países

⁶ Fuentes (2009), "El rol de la industria manufacturera en los países en desarrollo: ¿qué rol debe jugar la industria salvadoreña?", *Tópicos Económicos del Banco Central de Reserva de El Salvador*, año 2, nº 29, 13 de marzo.

centroamericanos.⁷

La Ley de incentivos fiscales para el fomento de las energías renovables en la generación de electricidad, promulgada en 2007, ofrece una serie de incentivos fiscales a los titulares de "nuevas inversiones" destinadas a la instalación de centrales para la generación de energía eléctrica a partir de fuentes renovables de energía.⁸

e) Servicios

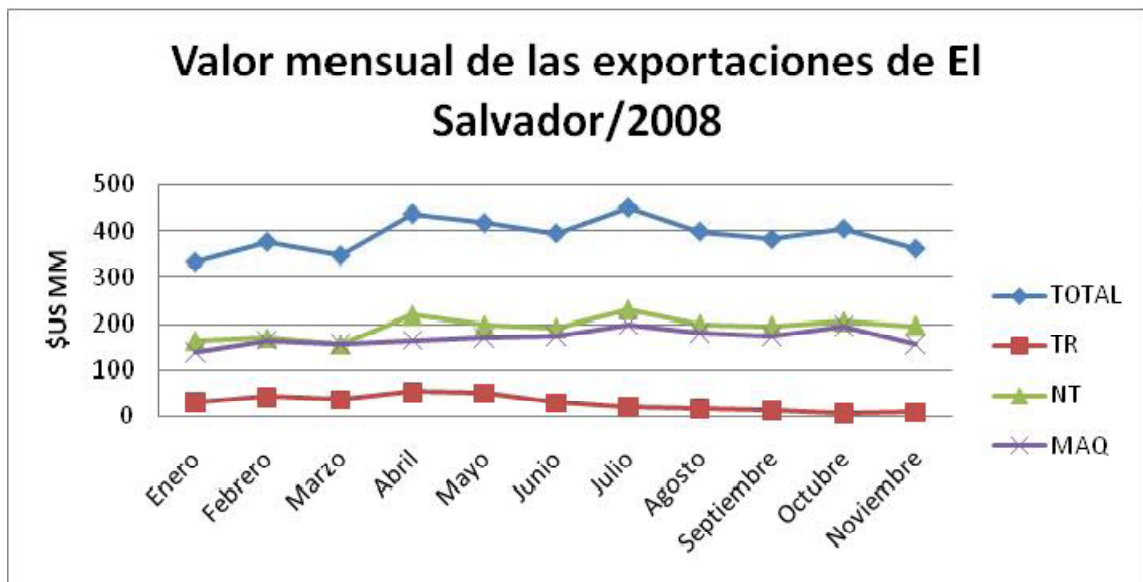
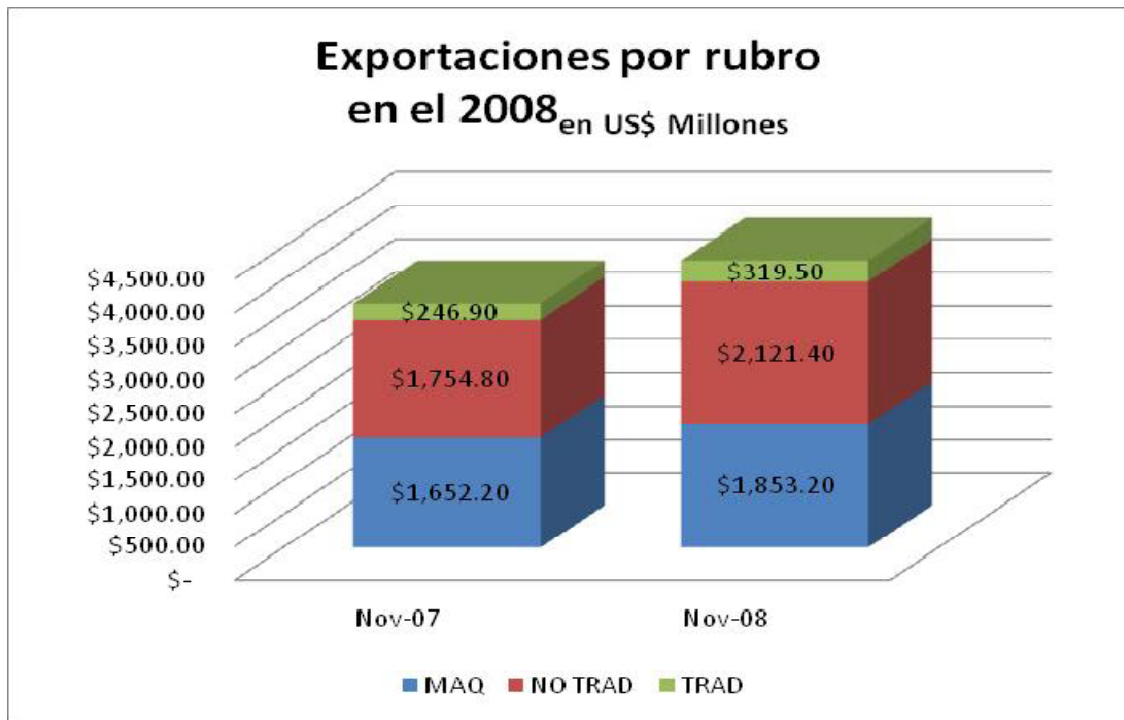
Para el caso del sector de servicios, este representó un 61,5% del PIB en 2008, utilizando alrededor de dos tercios de la mano de obra total. Las exportaciones de servicios totalizaron 1.041 millones de dólares de los Estados Unidos en 2008, y las importaciones llegaron a 1.625 millones, siendo mayores nuestras importaciones a las exportaciones.

Es importante mencionar que el sector financiero, es decir, servicios prestados por bancos, seguros y otras instituciones financieras, representaron dentro del PIB el 4,4% durante el 2008.

⁷ Gobierno de El Salvador (2007), *Política Energética*, San Salvador, mayo.

⁸ Artículo 1° de la Ley de incentivos para el fomento de las energías renovables en la generación de electricidad, Decreto Legislativo N° 462, de 20 de diciembre de 2007.





Fuente: David Marcus Castro, Gerencia Información de Mercados EXPORTA El Salvador, www.exporta.gov.sv



V. Limitantes del comercio exterior

La apertura económica derivó en un incremento de las importaciones y un menor crecimiento de las exportaciones, lo que amplió la brecha comercial compensándose con las remesas familiares⁹.

Lo anterior nace como una consecuencia de la guerra de los años 80's y en base a lo anterior se implementaron reformas políticas y económicas con mira a promover el comercio exterior de El Salvador, el cual iba a ser lento y un poco difícil sin las condiciones necesarias para que así fuese.

El objetivo principal de dichas reformas tiene como fin último el abrir las exportaciones y disminuir las importaciones, especialmente de materias primas, bienes de capital e intermedios. Continuando con la apertura de las exportaciones, para finales de los años 90's El Salvador suscribe tratos de libre comercio con varios países, tales como México, Estados Unidos, Colombia, Chile, Taiwán, Panamá, entre otros, teniendo como resultado un intenso proceso de apertura en el comercio exterior que derivó en un crecimiento acelerado de las importaciones y un menor ritmo de crecimiento de las exportaciones.

Con lo anterior se propició una falta de apoyo al sector agrícola, resultado de una débil política sectorial, que tuvo como consecuencia poco incentivo para los sectores exportadores restando competitividad a los productos nacionales en los mercados externos.

Según la publicación “Estrategia Integral de Fomento a las exportaciones 2010-2024” se pueden identificar las siguientes limitaciones:

- Pequeña base de empresas exportadoras, con limitada diversificación de productos, limitación en cantidad y calidad, y con una

⁹ Publicación “Estrategia Integral de Fomento a las exportaciones 2010-2024” Gobierno de El Salvador.

marcada concentración de los destinos de exportación.

- Ausencia de una política pública coordinada, coherente y con objetivos estratégicos para el sector exportador.
- Incentivos fiscales y de atracción a las inversiones que ya no responden a la realidad del país, elaborados hace veinte años, incompatibles con las normas internacionales de comercio.
- Ausencia de procesos de incorporación de innovación, transferencia tecnológica o sistemas de calidad a los productos de exportación.
- Marcada descoordinación de las instituciones vinculadas al comercio internacional.
- Limitada capacidad de administración e implementación de tratados comerciales.

VI. Instituciones relacionadas al comercio exterior

Algunas de las instituciones del gobierno vinculadas específicamente a las exportaciones como una rama del comercio exterior son:

- **EXPORTA El Salvador:** es una dependencia del Ministerio de Economía, encargada precisamente de posicionar las exportaciones.
- **Banco Central de Reserva,** específicamente “**CENTREX**”: es la ventanilla única para el registro de trámites de exportación.
- **CONAMYPE:** facilita créditos a las pequeñas y medianas empresas, entre ellos para las empresas exportadoras.
- **Ministerio de Economía:** regula toda lo referente a la política comercial.
- **COEXPORT:** Corporación de Exportadores de El Salvador, es una institución privada sin fines de lucro, creada para promover la producción y exportación de bienes y servicios a través del sistema de libre empresa.



VII. Promoción de una política de exportación para El Salvador

Las exportaciones del país son un factor importante dentro del PIB y a través de una adecuada promoción de la política de exportación se puede conseguir aumentar el Producto Interno Bruto Nacional, ya que mide el valor total monetario de los bienes y servicios producidos durante un año, y al promover la exportación también aumentará nuestra producción, por lo tanto nuestro PIB.

En orden a estas ideas se debe de crear condiciones atractivas para todo el sector exportador del país y todos aquellos empresarios interesados en exportar que no lo han hecho por el momento, se incentiven en hacerlo. Las condiciones atractivas pueden ser desde incentivos fiscales, crediticios, regímenes aduaneros especiales, promocionales o franquicias aduaneras más desarrolladas, con la finalidad de aproximar las condiciones de importación con las exportaciones.

Pero todos estos incentivos deben de ir encaminados y tomando en cuenta factores como la calidad de los productos a exportar, la innovación en su producción por parte de El Salvador, los nichos de mercado que puede explotar, los proveedores y los mercados de capitales a los que puede acceder.

Además, el Gobierno de El Salvador debe de lograr una mayor conexión entre el sistema financiero nacional con los mercados financieros internacionales, para lograr una estandarización relativa en cuanto a las tasas de interés, el financiamiento debe de ser a largo plazo, aumentar el acceso de las pequeñas y medianas empresas, especializarnos en los sectores productivos en los cuales podemos generar mayor valor agregado en nuestra producción.

Con esta finalidad de establecer los lineamientos que debe seguir un Estado para

desarrollar una estrategia sólida de fomento a las exportaciones, los investigadores John Zerío y Francisco Carrada Bravo proponen:

- 1) Examinar las condiciones del entorno mundial. Así se podrán determinar los peligros y las oportunidades que las empresas nacionales encontrarían en cualquier mercado.
- 2) Identificación de las fuerzas y debilidades de la estructura económica del país, a fin de detectar las ventajas y desventajas comparativas.
- 3) Teniendo la información suficiente se clasifican los sectores por orden de importancia según las prioridades nacionales.
- 4) Analizar cada sector a fin de reconocer los peligros específicos que pueden tener una influencia negativa en el potencial exportador del sector.
- 5) Aplicación de políticas oficiales destinadas a resolver las preocupaciones específicas de sectores, e incluso, empresas determinadas, a fin de eliminar los factores internos que se consideran como una amenaza real para las exportaciones.

Los cinco puntos detallados anteriormente deben de tomar en cuenta también los incentivos y factores externos mencionados al inicio.

Se pueden proponer otras opciones para la exportación, dentro de las cuales se pueden enumerar:

- 1) *Una Imagen del País a través del Marketing Internacional.* Con esta acción se busca crear una imagen de país única, con un mensaje coherente y consistente para todos los sectores, con el fin de otorgar un posicionamiento del país a un nivel internacional y así promover los beneficios



de una exportación proveniente de El Salvador.

- 2) *Sistema Nacional de Calidad*. Se basa en las exigencias del mercado globalizado, con el fin que los productos exportados tenga la misma calidad al resto de su competencia, con el fin de poder posicionarse a nivel mundial y penetrar como una verdadera opción de consumo en un mercado globalizado. Otro de los objetivos es que los productos cumplan con las normativas y estándares internacionales vigentes en materia de calidad, seguridad, protección al consumidor entre otras. Estos mecanismos facilitan la comercialización de los productos en el extranjero y ayuda a crear una confianza en ellos mismo.
- 3) *Programa de Atracción de Inversiones "Salvadorian Bridge10"*. Este programa consiste en promover un acercamiento con las redes de contacto que poseen los salvadoreños, dentro del ambiente laboral, que residen en el exterior. La utilidad de dichas redes radica en identificar aquellos empresarios, o altos ejecutivos, en otros países que puedan ser abordados para interesarles en invertir en El Salvador.
- 4) *Programa de mentoring y de coaching*. Este programa es con el fin de incorporar especialistas, ya sean nacionales o internacionales, que puedan capacitar y/o retroalimentar a los exportadores para un mejor rendimiento de sus actividades y llegar a tener procesos eficientes que se transformen en mayores exportaciones, más eficaces y de mejor calidad.
- 5) *Programas de capacitación y formación de profesionales en la administración, negociaciones comerciales y plan estratégico en la implementación de acuerdos*

comerciales¹¹. Este programa propone fortalecer, actualizar y otorgar estabilidad a los cuadros técnicos encargados de administrar y de defender los intereses de El Salvador ante terceros países en cuanto a materia comercial.

- 6) *Apertura de oficinas de negocios en el exterior*. Implica la apertura de oficinas de negocios en los mercados estratégicos de negociación con el fin de promover, aumentar y difundir las exportaciones de El Salvador. Dentro de las actividades claves que deben desarrollar estas oficinas se encuentran: desarrollo de negocios, inteligencia comercial y promoción comercial.
- 7) *Programa de garantía del Exportador*. Este programa es brindado a través de un fideicomiso administrado por BMI. Este programa tiene como función operacional otorgar financiamiento a las PYMES exportadoras y a las instituciones intermediarias del sistema financiero de El Salvador mediante una cobertura de garantía de anticipo otorgados a los clientes exportadores.
- 8) *Promover una cultura exportadora de innovación y calidad*. Esta propuesta consiste en desarrollar un conjunto de herramientas de difusión a la población, la necesidad de adoptar, asimilar y practicar un conjunto de valores, conocimientos, requerimientos y actitudes necesarias para aprovechar las bondades del mercado externo mediante la utilización de aspectos que impliquen los sistemas de innovación y calidad.
- 9) *Fortalecimiento de las relaciones Gobierno y sector privado*. Se propone un fortalecimiento del trabajo en conjunto entre el Gobierno de El Salvador y el

¹⁰ Publicación "Estrategias Integral de Fomento a las Exportaciones 2010-2024"

¹¹ Publicación "Estrategias Integral de Fomento a las Exportaciones 2010-2024"



sector privado que permita disponer de una visión de país compartida que propicie el progreso y el bienestar de la población.

No obstante de lo anterior, otro aspecto que motiva la promoción de exportación de bienes y servicios son los depósitos para perfeccionamiento activo, conocido también como recintos fiscales, la cual es un área del territorio nacional, sujeta a un tratamiento aduanero especial, donde las mercancías que en ella se introducen para ser reexportadas, se reciben con suspensión de derechos e impuestos, para ser sometidos a proceso de transformación, elaboración o reparación y donde los bienes de capital pueden permanecer por tiempo ilimitado.

Algunos de los beneficios que se obtienen son los siguientes:

Áreas	Beneficios
Empleo	Generación nuevas fuentes de trabajo.
Ingreso	Los salarios pueden ser mayores que en el país receptor e incrementarse con el tiempo.
Exportaciones	Más exportaciones aumentan las reservas internacionales y mejoran la balanza de pago.
Cadenas de insumos regionales	Más negocios de productores nacionales que venden a las firmas ubicadas en las zonas de libre comercio.
Inversión extranjera	Favorece el proceso de inversión de capital.

Conclusión

La exportación en un mecanismo a través del cual un país se sumerge dentro del comercio internacional y al mismo tiempo puede ser una herramienta para lograr un mayor desarrollo y crecimiento económico para El Salvador pero para poder lograrlo hay que determinar la política de exportación adecuada para lograr un aumento en la producción.

La promoción de una adecuada política de

exportación trae diversos beneficios para El Salvador, pero para poder lograrlo primero se debe de determinar en que sectores se es mejor produciendo y de esta manera crear un verdadero valor agregado en el producto; por ejemplo: promover las pequeñas y medianas empresas exporten a nichos comerciales en los cuales pueden llegar a ser sus productos no tradicionales (que son los productos que más exporta El Salvador) competitivos y logren posicionarse dentro de los mercados comerciales internacionales. Además se debe de incentivar a exportar a todos aquellos empresarios (potenciales exportadores) que lo hacen con sus productos, sobre todo aquellos que producen productos que tienen gran demanda en el mercado internacional.

Por otro lado, no solo se debe de incentivar al sector productivo sino también crear condiciones atractivas para los inversionistas, no solo tomando en cuenta la inversión extranjera sino también nacional; y que estas condiciones sean realmente sostenibles.

Para finalizar, como consecuencia de la promoción de la exportación, se da un crecimiento económico, por lo tanto un crecimiento positivo que se refleja en el Producto Interno Bruto.

Bibliografía

- FUSADES (2007), ¿Cómo está nuestra economía (2006-07)? Consultado en: <http://www.fusades.org/index.php?cat=1237&lang=es&title=%BFComo%20%20est%E1%20nuestra%20econom%EDA:?>
- Secretaría de la OMC, sobre la base de datos del Banco Central de Reserva: <http://www.bcr.gob.sv/?cat=1000&lang=es.>
- Norton y Ángel, "Estrategia agropecuaria: retomando el camino hacia la competitividad" en FUSADES, Estrategia de Desarrollo Económico y Social 2009-14, diciembre. Consultado en: <http://www.fusades.org/index.php?cat=1377&lang=es&title=Estrategia%20económica>



2009-2014 (Capítulos Editados).

Información en línea del BMI, "PROGARA".

Consultado en:

https://www.bmi.gob.sv/portal/page?_pageid=38,67156&_dad=portal&_schema=PORTAL.

Información en línea del BMI, "PROGAIN".

Consultado en:

https://www.bmi.gob.sv/portal/page?_pageid=38,57354&_dad=portal&_schema=PORTAL.

Secretaría de la OMC, sobre la base de datos del Banco Central de Reserva. Consultado en:

<http://www.bcr.gob.sv/?cat=6&name=Estadísticas&lang=es>.

"El rol de la industria manufacturera en los países en desarrollo: ¿qué rol debe jugar la industria salvadoreña?" (2009), Tópicos Económicos del Banco Central de Reserva de El Salvador, año 2, no 29, 13 de marzo.

Gobierno de El Salvador (2007), Política Energética, San Salvador, mayo.

Ley de incentivos para el fomento de las energías renovables en la generación de electricidad, Decreto Legislativo No 462, de 20 de diciembre de 2007.

Publicación "Estrategia Integral de Fomento a las exportaciones 2010-2024" Gobierno de El Salvador. www.bcr.org.sv [Consultada 11/06/2010]

DE LAS EXPANSIONES BÉLICAS A LAS EXPANSIONES COMERCIALES

Alfredo Recinos¹²

Siglos de historia humana revelan que dentro del desarrollo y supervivencia de las sociedades primitivas, e incluso las modernas, ha sido imprescindible planificar estrategias de expansión conforme la población ha ido

creciendo, o según el grado de urgencia de satisfacción de sus necesidades, razones que están altamente correlacionadas y por consiguiente se daba el nacimiento de las grandes metrópolis, o si los recursos escaseaban surgían los traslados de los poblados a zonas donde pudiesen encontrar lo necesario para subsistir.

No obstante, estos resultados no siempre estaban ajenos a obstáculos, ya que tal expansión muchas veces coincidía con las intenciones de otras sociedades vecinas, o sus territorios se acercaban cada vez más debido al crecimiento, lo que producía irremediablemente batallas e incluso guerras constantes, donde la sociedad más organizada, coordinada y con estrategias claras resultaba vencedora, arrebatando los recursos a los vencidos o reclamando como suyo el derecho de esclavizarlos.

Así como en la antigüedad, en la época moderna y hasta la fecha, las acciones beligerantes entre países ocupan las páginas y portadas de los diarios; las razones son variadas y contradictorias según lo expresen los protagonistas, pero lo que sí se mantiene como factor común con los conflictos históricos es que existe un objetivo, se diseñan estrategias y que las naciones menos organizadas son las seguras perdedoras; el análisis de tales factores, así como de las causas y objetivos de dichas acciones son el objeto de estudio de la geopolítica.

Aunque el objetivo de estas líneas no es desarrollar una monografía sobre la geopolítica, es necesario hacer énfasis en que esta ciencia, relativamente nueva, es parte ya de la agenda política de los países, y aunque las diferentes estrategias elaboradas alrededor de esta temática no se manifiesten en forma de conquistas militares, se emplea también en otros planos relativamente diferentes, tales como la cooperación, o el desarrollo de sistemas comerciales abiertos; y en todas estas estrategias participan con un grado relativo de

¹² Alumno de la Licenciatura en Economía Empresarial de la Facultad de Economía, Empresa y Negocios.

relevancia poderes tales como el político, económico, social, religioso y las comunicaciones.

Así como el imperio romano dominó el mundo occidental al principio de la era cristiana, una variedad de naciones han venido siguiendo el ejemplo a lo largo del tiempo, tales como los países musulmanes en la edad media y los colonizadores como España, Inglaterra, Portugal y otros en la edad moderna, hasta llegar al último siglo, con protagonistas como Alemania, Estados Unidos o la extinta Unión Soviética; todos ellos emplearon consciente o circunstancialmente a la geopolítica como medio para lograr la expansión.

Las estrategias que surgen con una visión geopolítica tendrán diferentes resultados según el poder que ejerza mayor presión y hegemonía en una nación determinada, así, es obvio suponer que el poder político liderará las estrategias de expansión, ya que el poder bélico, inherente a él, es la forma más directa de incorporar nuevos territorios o adquirir nuevos recursos, no obstante, existe evidencia histórica de poderes diferentes al político que han ocupado mayor relevancia en diferentes ocasiones, como el poder religioso durante las guerras cruzadas, o el poder económico al diseñar y materializar tratados de libre comercio.

Con respecto a esto, en los últimos años las conquistas de unos países sobre otros se han dibujado en el plano comercial, de esta manera, países altamente industrializados obtienen sus recursos de naciones que se dedican a la producción y exportación de materias primas, y estas últimas obtienen sus bienes de capital importándolos de países más avanzados, generando una interdependencia dominada por el país con una estrategia mejor definida; esto también es parte de la geopolítica.

Hoy en día, la globalización, visualizada como una integración global, ha avanzado notablemente en el aspecto económico y

comercial, más allá de la discutida integración cultural o social, y este adelanto es claramente impulsado por el poder económico y ejecutado por el poder político, y en los cuales el poder social o religioso, en los países menos favorecidos por este proceso, aunque buscan un lugar preponderante en la toma de decisiones, son muchas veces relegadas por el resto de poderes.

La comunicación, uno de los cinco poderes, ha tenido durante los últimos años un papel muy importante para el desarrollo de estrategias geopolíticas en el plano comercial, e incluso el militar; mediante la comunicación se puede influenciar al resto de poderes, sobre todo al social, sobre la conveniencia o no de adoptar una determinada decisión o la aplicación de una determinada medida que definitivamente le afectará de forma directa.

El poder social, que se ha manifestado históricamente como movimientos de tendencia de izquierda o de derecha, obtiene también un papel preponderante en la toma de decisiones que afectan a la nación; en países donde existe el mecanismo del referéndum es el poder social el que da la aprobación para adoptar las medidas que el poder político propone; ejemplos recientes en Latinoamérica pueden ser vistos en Venezuela o Costa Rica.

Con la integración e interrelación de estos poderes, los objetivos geopolíticos pueden ser alcanzados de forma exitosa o aceptados como condiciones desventajosas, pero lo que queda claramente evidente es que ningún objetivo tendrá un resultado favorable si no existe una estrategia y una meta hacia la cual la nación debe avanzar, en el plano que sea, y existen en la actualidad muchos países que son ejemplos de éxito en sus estrategias geopolíticas. ■

Autoridades de la Facultad de Economía, Empresa y Negocios

- Dr. David Escobar Galindo
Rector
- Ing. Roberto Alejandro Sorto Fletes
Decano y Director de Programas de Posgrado
- Lic. José Hernández y Hernández
Vice Decano
- Licda. Ana Patricia Linares
Secretaría General
- Lic. Juan Carlos Fernández Saca
Sub Director de Programas de Posgrado

Revista Electrónica “Ventana Económica”

- Lic. Juan Carlos Fernández Saca
Director Editor
- Lic. David Brizuela
Diseño y Arte

Esta publicación es propiedad de la Facultad de Economía, Empresa y Negocios de la Universidad Dr. José Matías Delgado. Los artículos publicados en la Revista Electrónica “Ventana Económica” expresan exclusivamente la opinión de sus autores. La reproducción de los artículos es permitida siempre que se indique la fuente.

Le invitamos a enviar sus aportes, los cuales deberán tener una extensión de 2 a 15 cuartillas; presentarse en tipografía Tw Cen Mt No. 12; el interlineado entre renglones será de un espacio; los márgenes superior, inferior y derecho de 2.5 centímetros, y el margen izquierdo de 3.0 centímetros. Cada artículo contendrá el nombre de su autor, profesión, u otra información que lo identifique. Las referencias bibliográficas seguirán el sistema Autor-Año.

Puede enviar sus aportaciones a:

- Dirección de Programas de Posgrado – Facultad de Economía, Empresa y Negocios. Universidad Dr. José Matías Delgado. Campus 2, calle El Pedregal y Avenida Finca El Espino, frente a Escuela Militar. Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador. Teléfono: (503) 2212-9400 ext. 137, 173 ó 208.
- E-mail: maestriaseconomia@ujmd.edu.sv o jcfernandezs@ujmd.edu.sv

Los(as) colaboradores(as) aceptan que la publicación de sus artículos supone la cesión de los derechos a la Revista Electrónica “Ventana Económica”, cuyas publicaciones son para uso estrictamente académico.