

1. LOGÍSTICA Y EXPORTACIONES A LA UNIÓN EUROPEA (Jorge Wilson González)

El ponente es fundador y director general de Britain y Latín América Logistics del Reino Unido, quien posee diez años de experiencia en el área de importaciones y exportaciones; en la planificación y coordinación del área de logística, gestión de proyectos así como la evaluación de riesgos en los negocios.

La ponencia se centró en la importancia que tiene la toma de decisiones en el proceso logístico que incluye el sondeo y estudio de mercado hasta el posicionamiento del producto en el mercado y/o país seleccionado para exportar. Para Jorge González la exportación de productos alimenticios por parte de la región centroamericana hacia la Unión Europea (UE) es una fuente potencial que debe aprovecharse antes que sea demasiado tarde pero claro la normativa de la logística nos dicen que deben cumplirse, procesos, requisitos y normas de tipo legal y financiero para culminar el largo camino de penetrar el mercado Europeo. A raíz de ellos surge la primera pregunta importante **¿Cómo?** Generalmente las empresas contratan compañías que realicen estudios y sondeos de mercado para saber si existe capacidad de entrar en ellos, dichas compañías a su vez contratan

agentes de carga que es un prestador de servicios especializado en Comercio Exterior que desarrolla actividades para solucionar, por cuenta de su cliente, todos los problemas implícitos en el flujo físico de las mercancías. A la misma vez existen diez aspectos importantes que se deben seguir antes de emprender la aventura de exportar:

- a. Elegir el producto
- b. Diseñar una ficha del producto
- c. Investigar las regulaciones legales del país de origen
- d. Comprobar la adaptación al régimen legal de la Unión Europea
- e. Realizar un estudio de mercado en la UE
- f. Acordar los términos de compra-venta
- g. Delegar al/los responsable/s
- h. Contratar un agente de carga
- i. Diseñar y formular factura comercial
- j. Controlar el tránsito de la mercancía

a) Sondeo de Mercado: Elementos Importantes:

El sondeo de mercado es un análisis general que nos permite obtener información sobre lo que el potencial cliente comprará en los próximos meses, cuánto estará dispuesto a pagar por el bien o servicio ofrecido, cuáles son los atributos del producto o servicio por los que el clientes estaría dispuesto a pagar más o dejar a su actual proveedor, entre otros.

Se debe contratar a un agente de carga o en su defecto a una empresa especializada que conozca el mercado y que nos brinde información sobre los requisitos y las regulaciones del país específico hacia el cual queremos exportar nuestros productos; en definitiva es quien se encarga de realizar todos los procedimientos necesarios, incluyendo el llenado de formularios y cancelación de todo tipo de aranceles y los impuestos específicos. Aun delegando la responsabilidad al agente de carga, el empresario debe estar pendiente de un documento denominado COMERCIAL INVOICE (Factura Comercial) el cual contiene el detalle del producto, fecha, cantidad y precio, aranceles, impuestos específicos, datos generales del exportador, datos específicos del cliente y un aspecto importante que limita o direcciona el proceso a seguir; y ese es el de colocar en la parte de abajo del Comercial Invoice, el objeto de la exportación, si es para su venta comercial o de algún tipo de donación; en este caso suponemos que todas las exportaciones son para venta exclusivamente.

Ahora bien a la hora de exportar nuestros productos debemos tomar en cuenta los términos internacionales de comercio (**INCOTERMS**), los cuales son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterms influye sobre el costo del contrato. El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el comercio internacional.

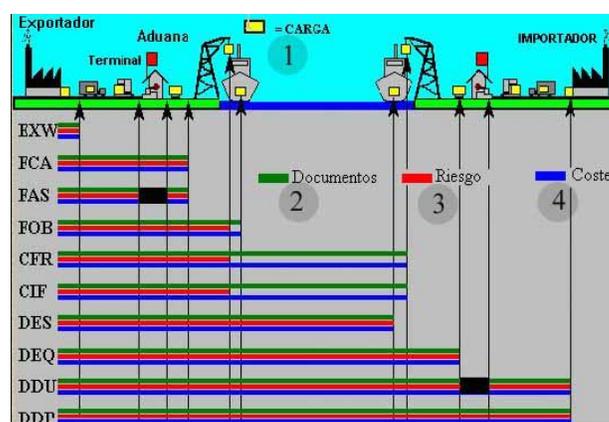
Los Incoterms determinan:

- ✓ El alcance del precio.
- ✓ En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.

- ✓ El lugar de entrega de la mercadería.
- ✓ Quién contrata y paga el transporte
- ✓ Quién contrata y paga el seguro
- ✓ Qué documentos tramita cada parte y su costo.

En la gráfica siguiente se puede apreciar el uso e importancia de cada Incoterms (vigentes a partir de noviembre de 2013). Vemos entonces el alcance y la responsabilidad de cada parte según el INCOTERMS utilizado en cada relación comercial (Importación y/o Exportación)

Gráfica 1. INCOTERMS Vigentes Noviembre 2013



b) Selección del medio de transporte

El medio de transporte muchas veces se elige por conveniencia o por experiencia del exportador, pero lo importante es hacerlo de acuerdo a las características del producto, así como las necesidades del comprador; para exportar a la Unión Europea solo se puede elegir el transporte por mar o por aire. Por supuesto que en cada medio existen ventajas y desventajas pero en este caso no se profundiza en ello pues el funcionamiento de cada uno de ellos es tema aparte; únicamente hay que comprender que para el medio de transporte marítimo el documento principal que se debe portar es el denominado Conocimiento de Embarque (Bill of Lading) y para el transporte aéreo es la Guía Aérea (Airway Bill) además de toda la documentación referente al producto.

2. CULTURA DE NEGOCIOS EN EUROPA (Philippe de Leusse)

El conferencista cuenta con amplios conocimientos técnicos y comerciales en productos de frutas y verduras, ha trabajado desde 1994 hasta la fecha en esa especialidad, española, italiana y francesa. Entre sus aptitudes y competencias destacan la creación y gestión de empresa; implementación de la certificación de calidad ISO 9001 2008 y política de desarrollo sostenible, gestión contable y recursos humanos.

a) Datos generales sobre 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.

Cuadro 1. Estados Miembros de la Unión Europea

Alemania (1952)	Estonia (2004)	Malta (2004)
Austria (1995)	Finlandia (1995)	Países Bajos (1952)
Bélgica (1952)	Francia (1952)	Polonia (2004)
Bulgaria (2007)	Grecia (1981)	Portugal (1986)
Chipre (2004)	Hungría (2004)	Reino Unido (1973)
Croacia (2013)	Irlanda (1973)	República Checa (2004)
Dinamarca (1973)	Italia (1952)	Rumanía (2007)
Eslovenia (2004)	Lituania (2004)	Suecia (1995)
España (1986)	Luxemburgo (1952)	

La Unión Europea (UE) tiene Extensión territorial de 4 millones de km². Población 503 millones de habitantes, siendo la tercera población más grande del mundo, después de China y la India. Moneda Única: De los 28 países miembros, 17

participan en la Zona Euro. PIB de \$ 16,634 miles de millones de dólares en el año 2012. Esto equivale al 23% del PIB a nivel mundial.

La Unión Europea es la región que más ha avanzado en el proceso de integración económica, y se encuentra actualmente en la quinta etapa de integración económica, que consiste en armonizar entre todos sus miembros una política monetaria común. Ya ha alcanzado la libre circulación de bienes, servicios, capital y personas entre sus países miembros, así como la armonización de aranceles externos y de normas técnicas.

Principal exportador e importador de servicios. De acuerdo a cifras de la Organización Mundial del Comercio, la Unión Europea representó en el año 2011 el primer puesto en las exportaciones e importaciones mundiales de bienes y servicios.

Conozcamos la UE dividida por zonas.

➤ Europa del Este

Europa del Este es, la región oriental del continente europeo

La División de Estadística de la Organización de las Naciones Unidas define Europa Oriental como el conjunto de los siguientes Estados: Albania, Bielorrusia, Bulgaria, Eslovaquia, Eslovenia, Hungría, Moldavia, Polonia, República Checa, Rumanía, Rusia y Ucrania. En las negociaciones prestan mucha atención a la vestimenta, etiquetas, tiempo y carácter personal, no aceptan retrasos de más de 15 minutos.

➤ Europa del Oeste

Es una región geográfica situada en la parte occidental de Europa, sobre el océano Atlántico. Tiene connotaciones culturales y políticas, y también puede hacer referencia a los países europeos no comunistas durante la guerra fría. Está formada por los países: Alemania; Andorra; Austria; Bélgica; Ciudad del Vaticano; Croacia; Dinamarca; Eslovenia; España; Finlandia; Francia; Holanda; Irlanda; Islandia; Italia; Liechtenstein; Luxemburgo; Malta; Mónaco; Noruega; Portugal; Reino

Unido; San Marino; Suecia; Suiza. El estilo negociador de estos países guarda relación con aspectos culturales y las costumbres del lugar, los empresarios de esta región son responsables y puntuales, al negociar son directos, precisos y breves. Aun siendo fríos en las negociaciones no está demás otorgar regalías en las reuniones.

➤ Europa del Norte

Europa del Norte incluiría Islandia, Noruega, Suecia, Finlandia y Dinamarca. Para negociar con ellos hay que tener claro que las citas de negocios deben estar hechas con anticipación, de ser posible por escrito, nunca mezclan la diversión con el trabajo, son profesionales éticos, la puntualidad es regla de oro, son pragmáticos y directos, el respeto por la jerarquía es muy importante los aspectos personales o detalles técnicos y más se pueden programar para una reunión en algún restaurante elegido por ellos.

➤ Europa del Sur

Europa del Sur (o región mediterránea de Europa) es la región meridional del continente europeo. La mayoría de las fronteras de los países del sur tienen salida al Mar Mediterráneo. La forman los países: España, Portugal, Croacia, Malta, Grecia y Chipre.

En las negociaciones comerciales se deben tomar en cuenta la comunicación oral y visual, las reuniones pueden incluir comida y bebida, la legitimidad personal y la primera impresión son claves para cerrar el negocio, pueden haber más de dos o tres reuniones para realizar el negocio, son exigentes y detallistas.

b) Organismos a considerar en la UE:

a. Dirección General de Salud y Protección de los Consumidores

Este organismo tiene como objetivos principales:

- Dar más poder al consumidor
- Proteger y mejorar la salud pública
- Garantizar que los alimentos en Europa sean seguros y saludables

- Velar por la salud y el bienestar de nuestros animales
- Proteger la salud de cultivos y bosques.

b. Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria

Es una agencia de la Unión Europea, que empezó a ser operativa en 2002. Su sede permanente se localiza en Parma, Italia. Su principal objetivo es la responsabilidad de proporcionar los métodos científicos para alertar y detectar todos aquellos problemas que afecten a la Seguridad alimentaria, esta autoridad valora los riesgos que puedan afectar a los países miembros de la Unión Europea

c. Comité Permanente de la Cadena Alimentaria y Sanitaria

Este organismo fue creado para que asista a la Comisión en la elaboración de las medidas relativas a los alimentos. Sustituye a algunos comités ya existentes, a fin de garantizar un mejor enfoque general de la cadena alimentaria.

d. Oficina Alimentaria y Veterinaria

La OAV se esfuerza por asegurar la eficacia de los sistemas de control y evaluar la observancia de las normas de la UE no sólo dentro de la propia UE, sino también en terceros países, en relación con sus exportaciones a la UE. Para ello, su principal labor consiste en efectuar inspecciones en los Estados miembros y en terceros países que exportan a la UE.

c) Como exportar productos de origen vegetal

De acuerdo con los estándares establecidos por los países que conforman la UE, el exportador debe cumplir con las siguientes etapas:

i. Autorización

Significa que en el país de origen de los productos debe existir una autoridad

competente así como una estructura económica reconocida a nivel internacional.

ii. Registro de los establecimientos productores

En el marco estructural los empresarios deben ser legales y cumplir con las normativas y los registros locales necesarios para ser reconocidos como exportadores.

iii. Certificación fitosanitaria

Consecuencia del cumplimiento de las dos anteriores

iv. Controles

Controles en el transporte, en la producción, es decir durante todo el proceso de la exportación.

v. Requisitos especiales y específicos de cada país (idioma, cultura, tendencias de mercado entre otros).

Estos dependerán de la zona (Norte, Sur, Este y Oeste), del producto, y del lugar de origen del producto; muchos pueden ser similares en su definición pero diferentes en su aplicación.

3. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN EL MERCADO EUROPEO: SECTOR ALIMENTOS (Philippe de Leusse)

a) Tendencias de los europeos

Los europeos consumen más frutas y verduras frescas. La fortaleza del EURO desacelera las exportaciones pero estimula las importaciones. El número de hogares no crece pero su constitución cambia. Crece la población en edad avanzada y los hogares de una persona. Los principales importadores son: Reino Unido, Alemania, Francia y Holanda. Los principales productores son: España, Italia y Francia. Los países con potencial crecimiento en las importaciones: Europa del Este.

Tendencias en las cadenas de supermercados: Un número menor al 50% es responsable de la actividad económica. La distribución de las frutas se mueve hacia la venta al detalle. Crece el sector Variedades y Sabores. Crece la línea de productos ecológicos. Las innovaciones tecnológicas hacia el consumidor final son esenciales para posicionarse en el mercado.

b) Perfil del Mercado Europeo de Frutas y Verduras

La creciente segmentación de mercado de frutas y verduras es una de las principales características de la evolución del mercado, además existen cambios en las características cualitativas (salud, sabores gustos etc.), las estrategias diferenciadas de mercado amplían el posicionamiento para los productores, la distribución al por mayor de frutas y verduras se vuelve más rentable que la distribución selectiva. Nuevas categorías aparecen en el mercado; el Aguacate y el Mango crecen en demanda y menos en oferta, existe mucha competencia por precios mientras que las cadenas de distribución se vuelven cortas.

La evolución del flujo de los productos con oportunidad para exportar y sus montos de importación en la Unión Europea (UE), en toneladas por año, es la siguiente:

➤ Piñas	880,000 a 920,000
➤ Mango	200,000 a 250,000
➤ Aguacates	225,000
➤ Plátanos	101,000
➤ Raíces	80,000 a 100,000
➤ Papayas	31,000
➤ Lichis	22,000
➤ Fruta de la pasión	7,000

Países de América Latina que se distinguen en sus exportaciones a la Unión Europea:

- México es el país que más exporta mangos y España el que más importa
- Perú es el que ofrece mayor variedad de mango a la Unión Europea.

- Costa Rica, Ghana, Ecuador y Panamá son los que ofrecen mejor calidad en la piña.

Cuadro 2. UNIÓN EUROPEA: Importaciones de frutas y hortalizas por país y por año en la UE (Toneladas)

Importadores	2007	2008	2009	2010	2011
Importaciones Mundiales	47,010,462	51,044,335	49,259,250	57,221,624	
UE Total	24,658,948	26,107,866	23,952,928	26,218,188	27,244,170
Alemania	5,180,636	5,584,468	5,927,903	6,619,790	6,372,144
Reino Unido	4,384,663	4,403,066	3,613,144	3,855,343	4,006,564
Francia	3,023,609	3,259,973	2,906,422	3,125,134	3,232,800
Países Bajos	2,161,885	2,209,592	1,854,340	2,100,893	2,670,827
Italia	1,543,601	1,692,061	1,720,500	1,798,115	1,855,735
Bélgica	1,717,050	1,821,938	1,628,780	1,624,579	1,781,104
España	1,547,530	1,344,110	1,132,264	1,208,432	1,189,446
Polonia	501,659	608,349	509,036	683,202	681,606
Suecia	677,780	699,540	594,538	676,629	675,930
Austria	536,495	588,527	571,672	643,517	700,962
República Checa	474,819	526,913	485,369	575,892	593,083
Dinamarca	529,908	563,836	494,255	555,235	532,980
Irlanda	351,864	376,529	375,045	407,730	427,518
Portugal	400,493	405,879	350,706	388,167	404,409
Lituania	138,147	290,459	195,374	291,446	372,985
Finlandia	230,564	266,094	249,961	264,750	279,611
Grecia	280,171	310,572	289,700	261,085	294,081
Eslovaquia	184,198	222,950	219,492	255,043	271,823
Rumania	193,524	217,329	158,138	191,556	207,473
Hungría	156,075	183,139	149,488	182,386	191,341
Eslovenia	119,439	135,606	123,766	131,444	129,518
Bulgaria	79,492	119,712	156,183	106,653	113,455
Luxemburgo	86,183	92,416	85,950	89,320	89,497
Letonia	67,495	78,309	63,731	72,976	65,195
Estonia	46,218	54,167	48,036	53,888	55,113
Chipre	29,787	35,497	30,452	40,360	34,542
Malta	15,663	16,835	18,683	14,623	14,428

FUENTE: Elaborada con base en cifras del CCI (*Trade Map*).

Cuadro 3. UNIÓN EUROPEA: Importaciones de hortalizas y vegetales
UNIÓN EUROPEA. Origen de las importaciones, 2007-2011. (En miles de US\$)

Origen de las Importaciones	2007	2008	2009	2010	2011
Importaciones Totales	24,658,948	26,107,866	23,952,928	26,218,188	27,244,170
Importaciones Intra-UE	18,959,200	20,255,824	18,918,659	20,888,848	22,207,548
Importaciones Extra-UE	5,699,748	5,852,042	5,034,269	5,329,340	5,036,622

FUENTE: Elaborada con base en cifras del CCI (*Trade Map*).

Cuadro 4. UNIÓN EUROPA: Principales países proveedores Extra- Zona,
de hortalizas y vegetales 2007-2011. (En Miles de US\$)*

Exportadores	2007	2008	2009	2010	2011
1 China	685,850	754,632	602,136	776,406	809,928
2 Marruecos	1,115,321	958,711	913,311	913,662	779,075
3 Egipto	352,482	378,614	360,507	359,588	368,942
4 Turquía	384,987	410,883	393,623	354,104	338,360
5 Israel	659,135	503,291	496,842	465,683	326,678
6 Canadá	255,284	331,245	266,715	283,833	263,364
7 Kenya	272,514	289,149	230,402	228,566	228,667
8 Estados Unidos	191,420	221,177	188,121	241,373	227,194
9 Perú	180,392	209,682	190,042	198,911	205,344
10 Argentina	191,977	214,874	177,514	192,615	204,534
11 India	94,411	119,670	109,765	135,144	150,450
12 México	84,067	92,654	87,591	100,436	88,375
13 Chile	61,312	62,314	54,103	80,138	85,917
14 Túnez	27,515	33,278	37,184	53,916	58,706
15 Nueva Zelandia	94,956	93,841	59,489	72,750	56,767
16 Australia	52,600	58,455	48,391	50,981	54,170
22 Ecuador	33,673	39,903	42,057	39,911	37,597
23 Guatemala	21,013	25,623	28,389	25,202	37,291
24 Etiopía	23,653	28,288	31,652	26,573	33,483
26 Costa Rica	23,301	30,568	27,194	27,165	26,716
40 Nicaragua	4,981	6,032	6,219	5,406	9,572
58 Honduras	4,157	4,054	2,922	3,646	3,679

* Datos reportados por el país importador.

FUENTE: Elaborada con base en cifras del CCI (*Trade Map*).

Es muy relevante recalcar que los datos de exportación de frutas, verduras y hortalizas de El Salvador hacia la UE son escasos y nada relevantes para los análisis de comercio internacional. Para comprender habría que hacer un análisis específico, habría que estudiar un producto y un país específico. De todas maneras los datos estadísticos se convierten en una herramienta poderosa que advierte e incentiva a los empresarios locales a decidirse a entrar al mercado Europeo valiéndose del acuerdo asociación, claro no hay que dejar atrás elementos importantes como el análisis comercial, la planificación y el apoyo de las instituciones públicas y privadas de nuestro país.

4. EL APOYO DEL BANCO CENTROAMERICANO DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA (BCIE) A LAS MIPYMES (Carlos Campos)

El conferencista es el encargado de la gerencia en El Salvador del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE). Es responsable de la implementación de la estrategia de negocios en el país, generando, identificando y administrando los proyectos y programas del sector público y privado, susceptibles a ser financiados por el BID.

a) Naturaleza

El BCIE es un Banco Multilateral de Desarrollo con sede en Tegucigalpa-Honduras, fundado en 1960, cuyos países fundadores fueron: El Salvador, Costa Rica, Honduras, Guatemala y Nicaragua, así también se cuenta con siete miembros extraregionales: Taiwán, México, Argentina Colombia, España, Panamá y República Dominicana y Belice...

b) Misión

Promover la integración económica y el desarrollo económico y social equilibrado de los países centroamericanos.

c) Visión

Ser el socio estratégico para la mejora de la calidad de vida de los centroamericanos a través del desarrollo sostenible del territorio y sus recursos. La estrategia institucional para el periodo 2010-2014 se basa en tres ejes estratégicos: Desarrollo Local, Competitividad e Integridad Regional, además de un eje transversal de Sostenibilidad Ambiental.

d) Ventajas Competitivas

Conocimiento de la región y experiencia: 53 años actuando con visión regional. Especialización en "industrias estratégicas": energía y medio ambiente, infraestructura, ciencia y tecnología, micro, pequeña y mediana empresa, vivienda y agro negocios. Desarrollo y aplicación de nuevos instrumentos: banca de inversión, servicios bancarios y reinversión. Alto compromiso con el desarrollo de la región: Principal fuente de financiamiento (52% de los recursos entre 2003 y 2012). Liderazgo en el financiamiento de la infraestructura regional. La red de intermediarios más grande para canalizar recursos a los diversos sectores económicos de la región. Relaciones estrechas con los principales grupos de interés y comunidades empresariales.

e) Sectores:

Público – Privado – Financiero

f) Destinos (Área de Focalización)

Infraestructura Productiva, Energía, Intermediación Financiera y Finanzas para El Desarrollo, Agricultura y Desarrollo Rural, Desarrollo Humano e Infraestructura Social, Industria Desarrollo Urbano y Servicios para la Competitividad.

g) Modalidades de Financiamiento

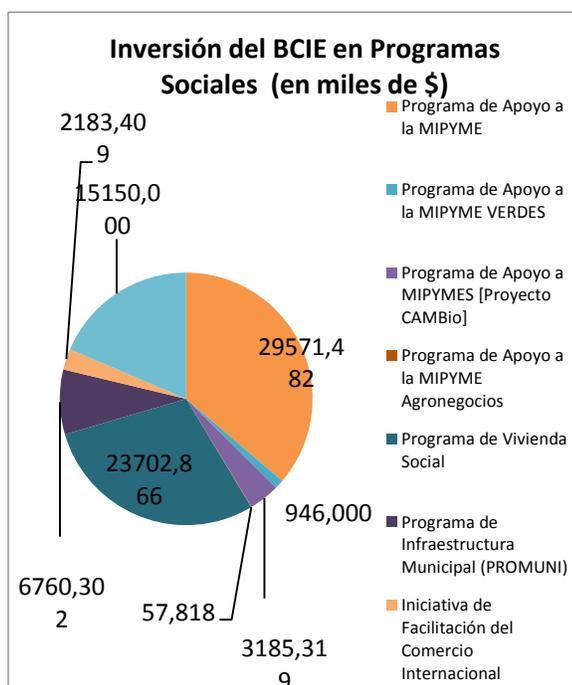
Directo (Sector Público). Intermediado, Cofinanciado con Instituciones Financieras del Sector Público y Privado

h) Resultados en la Ejecución de la

Tipo de Cliente	Detalle
Cientes directos atendidos IFI (Pública/Privada)	6
Cientes directos atendidos IFNB	22 (COOP 2, Financiera 2, IFNB 18)
Monto de desembolsos 2013 (Intermediación)	US\$8 1.5 millones

Fuente: BCIE/conferencia ADA Noviembre 2013.

Grafica 1. Inversión del BCIE en Programas Sociales



i) Programas:

Programa de Financiamiento e Infraestructura Municipal; Iniciativa de Facilitación de Comercio Internacional; Mercados Centroamericanos para Biodiversidad; Iniciativa MIPYMES verdes; ARECA Acelerando la Inversión en Energía Renovable en Centroamérica y Panamá.

5. INTRODUCCIÓN A LA HERRAMIENTA DE APOYO A LA EXPORTACIÓN: EXPORT HELPDESK (Andrea Scheidl)

La conferencista es consultora calificada en relaciones públicas y profesora de inglés, artes y éticas, tres años de su carrera profesional han sido dedicadas a la consultorías y entrenamientos a miembros del parlamento Europeo; activistas en los Comités de Agricultura y Desarrollo Rural, Salud Pública y Política del Consumidor y de la Comisión Científica del Parlamento.

Más de algún empresario local en alguna ocasión se han preguntado ¿Cómo EXPORTAR A LA UNIÓN EUROPEA? (How to Export to EU?). Esta conferencia pretende dar a conocer las generalidades pertinentes para que los empresarios puedan y se decidan a utilizar la herramienta EXPORT HELPDESK.

a) ¿Qué Es?

La Unión Europea es el mercado único más grande del mundo y el Export Helpdesk es la "ventanilla única" que le facilitará su acceso. En sólo unos clics el "Export Helpdesk" informa a las empresas de los países en desarrollo sobre los aranceles, requisitos, acuerdos preferenciales, contingentes y estadísticas de la Unión Europea que les afectan.

Export Helpdesk fue creado en el 2004 y actúa como punto único de información sobre las exportaciones a Europa; y es una guía obligada para conocer con información pormenorizada sobre productos específicos que se quieran exportar a Europa.

El Export Helpdesk⁷ es un sitio web de la Comisión Europea para informar a las empresas de países en desarrollo sobre cómo exportar a la Unión Europea. Gratuito y de fácil utilización, este servicio proporciona información a los exportadores sobre los requisitos legales y fiscales que sus productos deben cumplir para venderse en la Unión Europea.

7

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES>

También aparecen detallados los aranceles a pagar por producto y país y los acuerdos comerciales que la Unión Europea (UE) tiene con cada país sobre disminución de aranceles.



La principal ventaja de este servicio es que el utilizador busca la información pertinente a su propio producto y su propio país. El resultado es una lista práctica de requisitos que un producto tiene que cumplir para ser exportado a la UE (por ejemplo, tasa de pesticidas, control sanitarios, etc.), cuanto tiene que pagar de impuestos aduaneros, y cuanto economiza porque su país tiene un acuerdo preferencial de comercio con la Unión Europea. También, en la sección estadística, se pueden extraer los flujos comerciales entre cualquier país y la Unión Europea, producto por producto.

El sitio puede consultarse en español en el siguiente vínculo:

http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

b) Información que proporciona

• requisitos y gravámenes

Requisitos obligatorios para la importación y comercialización de productos en la UE; Gravámenes interiores aplicables en cada país de la UE; Requisitos jurídicos o comerciales aplicables a determinados productos

Guía de uso de la herramienta:

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/october/tradoc_145218.pdf

• Derechos de importación

Derechos de aduana; Régimen preferencial aplicable al país exportador; Contingentes arancelarios preferenciales y no preferenciales; Licencias de importación; Medidas antidumping

Guía de uso de la herramienta:

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/october/tradoc_145222.pdf

Regímenes preferenciales

Principales acuerdos comerciales de la UE con países en desarrollo; Documentación que debe acompañar a las exportaciones; Normas de origen que deben cumplir los exportadores.

Guía de uso de la herramienta:

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/october/tradoc_145226.pdf

• Estadísticas comerciales

Flujos comerciales entre la UE y terceros países por años y por grupos de productos (identificados por un código de 2 a 8 dígitos); Importaciones y exportaciones expresadas en valor, volumen o unidades suplementarias (litros, número de artículos, etc.)

Guía de uso:

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/october/tradoc_145230.pdf

• Enlaces

Autoridades comerciales (europeas e internacionales); Organismos de comercio internacional; Espacios comerciales y directorios profesionales

• Contactos

Ofrece la oportunidad de enviar preguntas concretas relacionadas con la exportación o con el manejo del Export Helpdesk.

6. LA HERRAMIENTA DE APOYO A LA EXPORTACIÓN EXPORT HELPDESK. PASO A PASO (Andrea Scheidl)

a) El sitio web

Se divide en las siguientes secciones principales: Inicio, Mi Exportación, Requisitos Aranceles, Acuerdos Preferenciales, Estadísticas, Quiénes Somos, Recursos



b) Pasos para usar el Export Helpdesk.

- **Mi exportación**

Esta sección es la más importante, pues se convierte en el primer paso a seguir para poder

Resultados de la búsqueda

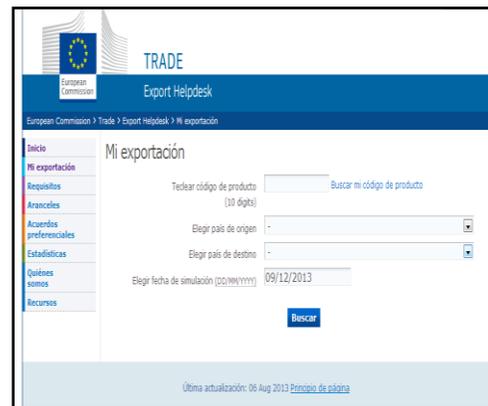
Código	descripción del producto
0804	Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos
1. 0804	Dátiles, higos, piñas (aranás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos
2. 0804 50	Guayabas, mango y mangostanes
0812	Frutas y otros frutos, conservados provisionalmente (por ejemplo con gas sulfuroso o con agua salada, sulfuroso adicionado de otros sustancias para dicha conservación), pero todavía impropios para consumo inmediato
3. 0812 90 70	Guayabas, mango, mangostanes, tamarindos, peras de marañón (maney, capul, anacardo, capul), hichas, frutos del árbol del pan, sapotillos, frutos de la pasión, carambolas, pitahaya y nueces tropicales
2001	Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético
4. 2001 90 10	Chutney de mango
2007	Confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos, obtenidos por cocción, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante
5. 2007 90 50 80	Concentrado de puré de mango, obtenido mediante la cocción: - de frutos del género Mangifera spp., - con un contenido de azúcar igual o inferior al 20 % en peso, destinado a la elaboración de productos de la industria alimentaria y de bebidas
6. 2007 90 50 90	Concentrado de puré de mango, obtenido mediante la cocción: - de frutos del género Mangifera spp., - con un contenido de azúcar igual o inferior al 20 % en peso, destinado a la elaboración de productos de la industria alimentaria y de bebidas
7. 2007 90 50 10	Concentrado de puré de mango, obtenido mediante la cocción:

conocer todo lo necesario respecto al proceso de exportación:

1. En el menú principal seleccionamos la sección Mi exportación.

2- Introducir Información básica. En esta parte nos encontramos con unas cajas de valores y texto en el cual debemos introducir el código arancelario de nuestro producto; en caso de no conocerlo Export Helpdesk nos da una ayuda y a la par de la caja de valores del código de producto existe un botón donde podemos buscar nuestro producto preclasificado en partidas y sub partidas arancelarias.

Para el caso vamos a tomar el ejemplo de que



queremos exportar Mangos a Alemania. Lo primero que debemos identificar es en que sección se encuentra nuestro producto, luego en que partida y por último en que subpartida. Aún si no logramos ubicar el código de nuestro producto, podemos utilizar la caja de búsqueda y colocar el nombre del producto y automáticamente nos ubicara en los resultados posibles con sus respectivos códigos, luego seleccionamos el más apropiado para nosotros y continuamos con el proceso.

Luego solo seleccionamos el país de origen, el país del destino y el último dato pero quizá uno de los más importantes, la fecha en que se pretende realizar la exportación (generalmente se utiliza la actual), por ultimo damos clic en buscar.

La herramienta nos activará una ventana emergente donde se detalla lo siguiente: Los requisitos específicos del proceso de exportación/importación para el producto y los

países seleccionados; los aranceles, el sistema de preferencias generalizadas plus.

Es muy importante recalcar que los requisitos, aranceles e impuestos específicos no serán iguales en todos los países y en eso radica la importancia de Export Helpdesk ya que nos ayuda a evitar costos de tiempo y dinero al ubicar nuestro producto, conociendo los detalles específicos de todo el proceso que debemos llevar a cabo para exportar nuestro producto.



Al exportar a la Unión Europea, los empresarios locales podrán beneficiarse de un mercado enorme: 28 países con cerca de 500 millones de consumidores.

Para entender cómo se organiza el sistema comercial de la UE, los procedimientos a seguir y los documentos a rellenar, se pueden consultar las siguientes secciones:

- Sistema de clasificación de productos de la UE
- Procedimientos de importación de la UE
- Documentos para el despacho de aduana
- Unión Aduanera de la UE
- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)
- Impuestos especiales

Además es necesario conocer los requisitos aplicables a nuestro producto y a nuestro país.

Los requisitos principales se pueden clasificar en los sectores:

- Requisitos sanitarios y fitosanitarios

- Requisitos medioambientales
- Requisitos técnicos
- Normas de comercialización
- Restricciones a la importación

Un aspecto importante de la política comercial internacional es la imposición o el levantamiento de aranceles. Un arancel comercial es un impuesto o tasa que se cobra por las mercancías que cruzan las fronteras políticas (o uniones aduaneras). Los aranceles de importación son los más comunes. Para entender los aranceles de importación de la UE y asuntos relacionados, en esta sección se puede encontrar en los contenidos básicos de:

- Información arancelaria vinculante
 - Base jurídica
 - Información general
 - Solicitud de información arancelaria vinculante (IAV)
 - Lista de autoridades aduaneras
 - Inventario Aduanero Europeo de Sustancias Químicas
- Exención de derechos
- Suspensiones
 - Suspensiones industriales
 - Certificados de aeronavegabilidad
 - Militar
 - Regiones ultra periféricas
- Contingentes
 - Preferenciales
 - Autónomos
 - Gestión
- Antidumping

No hay un modelo universal de acuerdo comercial pero, en la mayoría de los casos, la UE negocia acuerdos de libre comercio (ALC) exhaustivos. Los acuerdos vigentes suscritos por la UE son:

Acuerdos de la OMC

La UE habla con una sola voz en la OMC. Cada país de la UE es miembro de la OMC por derecho propio, pero todos ellos colaboran para actuar en bloque. La UE en sí misma es también miembro. La Comisión Europea negocia en la OMC en nombre de la UE. Se coordina con los Estados miembros a través del Comité de Política Comercial y lleva a

cabo la política de la UE de acuerdo con las directrices establecidas por los Estados miembros en el Consejo de Ministros. También informa periódicamente al Parlamento Europeo de las principales cuestiones relacionadas con la OMC. Al negociar acuerdos en la OMC, tiene que contar con la autorización formal del Consejo y el Parlamento Europeo para firmarlos en nombre de la UE. La Comisión también consulta a otros grupos interesados en la formulación de las políticas.

Acuerdos comerciales preferenciales

Son acuerdos en los que las partes intercambian concesiones arancelarias u otros tratamientos preferenciales. Un acuerdo preferencial vigente entre la UE y un país o región mejora el acceso al mercado para las exportaciones de ese país o región a la UE, ya que elimina o reduce los aranceles y facilita los procedimientos. Pero, para acogerse a ello, el exportador debe probar que sus productos son originarios de dicho país. En esta sección de Export Helpdesk puede encontrar los conceptos básicos de las Normas de origen y las que se aplican a cada acuerdo preferencial suscrito por la UE.

• Estadísticas

Es un formulario que permite la búsqueda de estadísticas del comercio entre cualquier país y toda la UE o cada uno de sus miembros, contiene información desde el año 2002 hasta 2013, y brinda además la posibilidad de exportar los resultados a un libro de Microsoft Excel. Su uso es similar al formulario de MI EXPORTACIÓN, y solo se deben introducir la información básica necesaria que contiene: el código del producto, el país declarante, el País Socio, el Año y los indicadores requeridos.

• Quienes somos y Recursos

Son secciones complementarias y brindan consejos y trucos de cómo utilizar la herramienta, así como algún video tutorial y casos específicos o memorables de exportaciones hacia la UE.

7. PRODUCTOS CON POTENCIAL DE EXPORTACIÓN A LA UNIÓN EUROPEA: USO DE LA CAJA DE HERRAMIENTAS (Carlos Alberto Moreno Carmona)

El conferencista es el Director de la Política Comercial del Ministerio de Economía, responsable de las negociaciones comerciales internacionales realizadas por El Salvador en el establecimiento de acuerdos y tratados bilaterales con terceros países.

a) Aspectos relevantes de las exportaciones Salvadoreñas.

- El 73% de las exportaciones Salvadoreñas se dirige a solo 3 países
- Exportaciones actuales totales a UE: US\$245 millones en 2011 y US\$317 millones en 2013
- Consolidación del "Sistema Generalizado de Preferencias, SGP Plus"
- Acceso preferencial a una región de alta importancia estratégica
- Certeza Jurídica a los inversionistas

Estructura de las Exportaciones Salvadoreñas Hacia la Unión Europea



Fuente: Ministerio de Economía

Los siguientes productos tendrán acceso preferencial a la Unión Europea (el 90% de ellos no pagarán aranceles al entrar en vigor el acuerdo)

- Jugos de frutos
- Snacks
- Mangos
- Productos de Pesca
- Miel
- Flores Tropicales
- Chocolates
- Galletas
- Artesanías
- Confección
- Calzado
- Manufacturas de plástico
- Manufacturas de papel y cartón
- Bisutería
- Manufacturas de madera
- Condensadores eléctricos
- Muebles

b) Productos que tienen alto potencial de penetrar el mercado de la Unión Europea:

- Café
- Miel
- Atún

- Flores y Follaje
- Azúcar
- Bálsamo
- Artesanías
- Semillas de Marañón
- Camisas
- Animales Vivos (reptiles)
- Condensadores Eléctricos
- Jugos y Néctares
- Ropa de vestir
- Prendas de vestir Interior
- Duces y Confites
- Calzado
- Bisutería
- Herramientas de mano
- Muebles
- Panadería y Galletas

c) Qué posibilidades tienen estos productos de penetrar en el mercado de la UE?

1. El mercado europeo asciende a 172 miles de millones de US\$ en importaciones de prendas y complementos de vestir, constituyéndose en el más grande del mundo.
2. Con el acuerdo se obtienen mejores condiciones de acceso, normas de origen que reflejan los encadenamientos nacionales y oportunidades de acumulación, una cuota de 9 millones de unidades para productos de confección.
3. El sector de Flores y Follaje es uno de los que presenta mayor crecimiento de exportaciones pasando de \$2 millones a más de \$7 millones en el 2008.
4. El sector apicultura se ha desarrollado en El Salvador gracias a las exportaciones realizadas hacia la Unión Europea
5. El Mercado Europeo de Miel está valorado en más de \$850 millones.

8. CAJA DE HERRAMIENTAS PARA PYMES DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA

Las negociaciones para un Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea iniciaron en octubre de 2007 y finalizaron el 18 de mayo de 2010. El Acuerdo incluye tres pilares: Diálogo Político, Cooperación y una zona de Libre Comercio. El Acuerdo representa un reto para los exportadores de la región Centroamericana, especialmente para el sector MIPYME, pues creará nuevas oportunidades de mercado para productos agrícolas, manufacturas, servicios y la atracción de inversiones productivas. Con este Acuerdo se abre la oportunidad de que las exportaciones de la región tengan acceso a un mercado potencial de alrededor de 500 millones de consumidores con alto poder adquisitivo.



Esta oportunidad también implica a la vez grandes desafíos, como lo son: el conocer el perfil del consumidor europeo, proveniente de 27 países con diferente cultura, costumbres e inclusive diversos idiomas; cumplir con los requerimientos de calidad y presentación del mercado europeo; gestión de la innovación de los productos y servicios de la región para satisfacer la demanda de dicho mercado, entre otros.

La Caja de Herramientas para el Aprovechamiento del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea es un portal dinámico que tiene como objetivo primordial el ser un medio de gestión del conocimiento que provea al empresario MIPYME toda la información necesaria sobre acceso al mercado de la Unión Europea. Contiene información primaria así como vínculos a fuentes de información y estadísticas diversas, que

permitirán al empresario encontrar información con miras a generar potenciales negocios entre Centroamérica y dicha región. En el Mapa del Sitio (ubicado en la parte superior del Portal) encontrará información sobre la estructura del Portal.

Este sitio web (caja de herramientas) contiene información muy importante para los empresarios entre la cual podemos destacar: Las características del mercado Europeo. Las relaciones comerciales entre Centroamérica y la UE. El acuerdo de Asociación CA-UE. Oportunidades del Acuerdo de Asociación por sector. Requisitos para entrar al mercado Europeo y guías para exportar. Fichas de productos específicos que se convierten en referentes para los empresarios. Otras fuentes de información y estadísticas generales.

9. REQUISITOS DE ACCESO BAJO EL ACUERDO DE ASOCIACIÓN CON EUROPA (René Alberto Salazar)

a) Aspectos generales

El conferencista es abogado y notario, con especialización en las áreas de comercio internacional, ha sido miembro del equipo negociador oficial de El Salvador para el tema de reglas de origen y procedimientos aduaneros. Actualmente se desempeña como el Director de la Administración de Tratados Comerciales del Ministerio de Economía (DATCO).

El Acuerdo de Asociación (ARA) Centroamérica con la Unión Europea entró en vigencia el primero de octubre de 2013, sin embargo la labor de preparación comenzó muchos meses antes, por lo tanto se deben comprender las tareas realizadas por la DATCO para estar preparados; se realizaron acciones de tipo legal y de coordinación, tales como: Coordinación como Centroamérica unida (no como país individual) junto a la Unión Europea. Elaboración de Mecanismos de solución de controversias (reglas de árbitros y códigos de conducta). Reformas a la ley de marcas y otros signos distintivos (figura de limitaciones geográficas). Elaboración de reglamentos

operativos (contingentes para la exportación e importación). Elaboración de la desgravación arancelaria (publicados en diario oficial el 30 de septiembre). Trabajo coordinación DGA, CIEX y MAG para mantener el control de entradas y salidas de los productos de una mejor manera.

Uno de los principales elementos a tomar en cuenta a la hora de entrar en vigencia el acuerdo es el tema de los aranceles, para ello está disponible las tablas de desgravación herramienta, la caja de herramientas del Ministerio de Económica, el sitio web Export Helpdesk y las asesorías técnicas del personal de la DATCO; aunque siempre existe nerviosismo y duda por parte del empresario. Para comprender un poco mejor esta situación se utiliza un ejemplo: el Yogurt, cuyo código arancelario es el 04031051.

El yogurt, tenía un arancel advalorem del 8.3% más un impuesto específico de 93 Euros por cada 100 kg netos. Pues bien el impuesto específico se iría desgravando el primero de enero de cada año durante 10 años a partir de la fecha posterior a la entrada en vigencia del acuerdo mientras que el arancel advalorem (8.3%) se elimina automáticamente a partir de la fecha mencionada. Entonces es cuestión de calcular en cuantos años el producto quedaría libre de aranceles e impuestos específicos.

Otro tema relevante que los exportadores deben tomar en cuenta, es la regla de origen (consultar anexo 2 del Acuerdo de Asociación), es que mediante las reglas de origen (requisitos mínimos de transformación que debe cumplir la materia prima para el producto sea valorado como hecho en El Salvador, el famoso "*made in*") se determina la identidad y el origen de los productos o mercancías que se exportan hacia la Unión Europea, y solo cumpliendo con esas reglas se puede acceder a las preferencias arancelarias que brinda el acuerdo de asociación.

Principales criterios de origen tomados en cuenta en el ARA: Mercancía enteramente obtenida en el territorio (este es el caso cuando solo un país está implicado en la elaboración de un bien).

Mercancías que han sido objeto de elaboración o transformación suficiente (es el caso cuando se utilizan materias procedentes de más de un país en la producción de los bienes). Prácticamente todas las legislaciones sobre el origen contienen listas donde se definen los productos que se consideran enteramente obtenidos y donde se enumeran los criterios relativos a la transformación suficiente para los materiales no utilizados en la producción de productos originarios.

b) Nuevos Documentos Exigidos Bajo el ACUERDO DE ASOCIACIÓN

- **Certificado de Circulación de Mercancías EUR1 (exportaciones e importaciones)**

Es un documento que ampara la procedencia y el origen de la mercancía y que debe ser firmado y autorizado por el CIEX (única autoridad competente). El certificado puede ser emitido en cualquiera de los 23 idiomas hablados en la Unión Europea (según el país de destino), de ser necesario se deberá portar y exigir una traducción del documento.

- **Declaración de factura**

Figura que ampara al exportador (factura comercial), se debe utilizar en los casos en los que el valor de la exportación sea inferior a 6, 000 euros y cuando sea utilizado por un exportador autorizado (por la autoridad competente). Puede ser una factura comercial, pero es exigida la leyenda "Declaración de Factura", incluyendo el número de autorización del exportador, valor monetario y la cantidad de producto. Este documento debe amparar y aclarar el origen de la mercancía que se va exportar.

- **Declaración de Origen**

Las autoridades aduaneras de cada país realizan auditorías para la verificación del origen del producto, bajo el ARA son dos autoridades que van a intervenir en los procesos de auditoría que son la Dirección General de Aduanas (DGA) y

Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX).

- **Contingentes de Importación y Exportación**

Cuando hablamos de contingentes nos referimos a cuotas o montos de exportación e importación asignados a cada país de la región. En el caso de los contingentes de exportación se trabajó en un reglamento que rige la distribución de las cantidades que va exportar cada país hacia la Unión Europea. La regla principal en dicho reglamento es que si un país no utiliza su cuota, la puede y la debe poner a disposición de los restantes para que sea cubierta, puesto que la demanda por parte de la UE es directamente a la región; si no se cumple el mandato el país infractor será penalizado de acuerdo a lo establecido en los reglamentos y negociaciones precedentes. Existe además una plataforma electrónica y un formato único que se debe manejar en la distribución de cuotas. Por ejemplo para el año 2013 a El Salvador le corresponden 25,087 toneladas de azúcar y 558 de arroz; dichas cuotas son distribuidas proporcionalmente de acuerdo a la capacidad productiva de cada país. En el ámbito de las importaciones también existen los contingentes anuales y son normados por un reglamento diseñado por todos los países de la región; por ejemplo El Salvador puede importar desde la UE hasta 210 toneladas de leche en polvo. Es muy importante mencionar que los contingentes son flotantes y que el uso o correspondencia de uno en determinado año no le garantiza la misma cantidad para el próximo año a cada país.

El proceso de delegar los contingentes inicia en Diciembre de cada año. Los interesados deben estar solventes de las cuotas recibidas en años anteriores. A la hora de solicitar los contingentes se debe ser claro y específico con los códigos arancelarios de los productos.

10. REGISTRO DE LA OPERACIÓN DE EXPORTACIONES PARA LA OBTENCIÓN DE DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS Y CERTIFICADOS DE ORIGEN (Nidia López de Castillo)

La conferencista es actualmente la jefa de la sección Exportaciones del departamento de CIEX El Salvador. Se encarga de planificar, dirigir, coordinar y supervisar la prestación de servicios al sector exportador para asegurar su adecuado desempeño, al mismo tiempo de ejecutar acciones necesarias para incorporar mejoras al proceso exportador, derivadas de los cambios en el entorno del comercio exterior.

CERTIFICADO DE LIBRE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS		
1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país):		EUR 1 VE No. Y número del reverso antes de llenar el Impreso
2. Destinatario (nombre, apellidos dirección completa y país):		2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre (Indique los países, grupo de países o territorios que se aplican):
4. País, grupo de países o territorio de donde se consideren originarios los productos		5. País, grupo de países o territorio de destino
6. Información relativa al transporte		7. Observaciones
8. Número de orden; marcas, numeración número y naturaleza de los Bultos; Designación de las mercancías.		9. Masa bruta (kg) u otra medida (Litros, ml, etc.)
11. VERBAJO DE LA ADUANA O DE LA AUTORIDAD GOBIERNAL COMPETENTE Declaración certificada conforme Documento de exportación (D): Mando: Del: Admisión o Autoridad gubernamental competente: País o territorio de expedición: (Firma)		12. DECLARACION DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. E.L. GAMBRO DASCO (Firma)
9. Facturas y fechas (mención facultativa)		

La conferencia se centró en el llenado de formularios necesarios para el registro y llevar a cabo el proceso de exportación de productos de nuestro país hacia la Unión Europea.

El exportador no debe olvidar: Registrar los documentos personales y empresariales en SICEX (CIEX). Retirar formatos, y llenarlos con ayuda profesional. Registrar, llenar y enviar formularios electrónicos. Solicitar, retirar y llenar el EUR1

Lo importante es que el empresario debe comprender que el proceso es general pero que se debe adaptar en cuestión de cuotas y requerimientos específicos para cada producto y país.

APRECIACIÓN PERSONAL

El Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea es sin duda una herramienta muy importante que estrecha las relaciones comerciales, diplomáticas y sociales de nuestra región y los países que componen la UE, ya que el mismo establece las metodologías y elementos necesarios para hacer más fluidas dichas relaciones; pero por otro lado también conlleva un alto grado de responsabilidad no solo local o individualmente en cada país, si no como conglomerado, y es que de todos es sabido que la UE no ha negociado en ningún momento con países por separado, a ellos como a la mayoría de países de la región siempre les ha interesado que se dé el acuerdo entre regiones, y eso debido a la capacidad de producción y económica de cada país centroamericano, así como a la demanda de productos y mercancías que se generará partir de la entrada en vigencia del ADA (Acuerdo de Asociación).

Los empresarios locales deben comprender el proceso logístico y de ser necesario contratar a un agente de carga o una empresa especializada para realizar dicho proceso y que las exportaciones culminen de la mejor manera posible. Para ello es necesario el conocimiento pleno de muchos requisitos y documentos que deben ser registrados y llenados tanto por los exportadores como por las autoridades competentes. Un aspecto muy importante es que los empresarios deben realizar sondeos de mercado que les permita conocer la cultura de negocios en los países que compone la UE, pues aunque dentro del ARA se presenta como región existen detalles específicos y propios de cada uno de los 28 países que la conforman; de esa manera se podrá conocer el potencial o las ventajas que como empresarios locales se poseen para penetrar dicho mercado.

Quizá sea muy prematuro decir que la UE tiene las puertas abiertas (en sentido comercial) y que debemos apresurarnos y dirigir nuestros productos hacia dicha zona; puesto que antes de decidirse a exportar los empresarios locales deben estar conscientes de sus capacidades y sus limitaciones, aquí es donde entra el conocimiento pleno de los reglamentos legales sobre contingentes y cuotas estimadas para cada país y además es donde el apoyo técnico de instituciones gubernamentales cobra importancia, es el caso de Export Helpdesk, el cual es un sitio web que se convierte en la principal herramienta a ser utilizada tanto para los exportadores como los interesados antes de emprender un proceso o una decisión de exportar y llevar nuestros productos hacia los países de la UE;; similar a esta ayuda técnica tenemos la Caja de Herramientas del Ministerio de Economía, la cual es más específica para nuestro país y contiene estadísticas e información sobresaliente de las relaciones comerciales de El Salvador con los países Europeos. Una vez que los empresarios conocen sus limitaciones y sus capacidades, es necesario realizar uno o más análisis internos y externos para decidirse a exportar. Todo este proceso debe hacerse con la asesoría de los expertos, para no correr el riesgo de perder la inversión, así como la credibilidad en el sector productivo de nuestro país.