

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



**TRABAJO EN MODALIDAD PASANTÍA DE PRÁCTICA PROFESIONAL  
“PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAPACITACIONES PARA EL ÁREA DE  
CALIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR ALIMENTOS Y BEBIDAS DE  
EL SALVADOR. ESTUDIO DE CASO DE COEXPORT”**

**PRESENTADO POR:**

**WILLIAN JEFFERSON VENTURA CARPIO (VC19005)**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

**LICENCIADO EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**DOCENTE ASESOR:**

**MSC. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS**

**MARZO 2025**

**CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA  
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

RECTOR: MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA  
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. EVELYN BEATRIZ FARFAN MATA  
SECRETARIO GENERAL: LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN  
SECRETARIO: LIC. JUAN PABLO MARIN  
COORDINADOR GENERAL DE MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ  
PROCESOS DE GRADO: RIVERA

**ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA  
PINEDA  
COORDINADOR DE PROCESOS DE LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA  
GRADO DE LA ESCUELA: PINEDA  
DOCENTE ASESOR: MSC. MARTA JULIA MARTÍNEZ  
BORJAS  
TRIBUNAL EVALUADOR:  
DOCENTE ASESOR: MSC. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS  
SEGUNDO TRIBUNAL LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA  
TERCER TRIBUNAL MCE. JULIO ALBERTO GARCÍA HERNÁNDEZ

MARZO 2025

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, doy gracias a Dios por permitirme culminar mis estudios, y otorgarme salud y fortaleza.

A mi mamá: Blanca Yanira Carpio Pérez por motivarme para continuar mis estudios, brindarme amor y recursos necesarios para cumplir con mis obligaciones a lo largo de la carrera universitaria.

A mi tía: Francisca Pérez López por motivarme durante mi proceso académico, a mi padre: William Ventura y a mi abuela: María de Jesús por motivarme a empezar mi carrera universitaria.

Agradezco a los licenciados por brindarme los conocimientos necesarios, a mi asesora: Msc. Marta Julia Martínez al guiarme para terminar el presente trabajo.

Por último, agradezco a la institución COEXPORT por dar la oportunidad de formar parte de sus colaboradores y permitirme desarrollar nuevas habilidades.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>i</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>ii</b>
<b>CAPÍTULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN INSTITUCIONAL Y PROBLEMÁTICA</b>	<b>1</b>
1.1 Presentación de la organización	1
1.1.1 Descripción de la organización.	1
1.1.2 Filosofía institucional.	3
1.1.3 Estructura organizativa.	4
1.2 Planteamiento del problema vinculada con la práctica profesional	5
1.3 Objetivos	6
1.4 Delimitación	7
<b>CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA Y MARCO TEÓRICO</b>	<b>8</b>
2.1 Metodología	8
2.2 Población objetivo	9
2.3 Población beneficiada	10
2.4 Fuentes de información	11
2.4.1 Primarias.	11
2.4.2 Secundarias.	11
2.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de información	11
2.6 Marco teórico	13
2.6.1 Marco histórico.	13
2.6.2 Marco conceptual.	22
2.6.3 Marco legal.	30
<b>CAPÍTULO 3. PROCESO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL</b>	<b>36</b>
3.1 Explicación del área donde se desarrolla la práctica	36
3.2 Resultados esperados o proyectados	36
3.3 Actividades realizadas durante el desarrollo de la práctica profesional	37
3.4 Situación actual de la organización	39
3.5 Proyección institucional	40
3.6 Obtención y procesamiento de información	43

3.7	Análisis y discusión de la información	44
	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>46</b>
	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>47</b>
	<b>REFERENCIAS</b>	<b>48</b>
	<b>SIGLAS Y ACRÓNIMOS</b>	<b>51</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>52</b>

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Principales Aliados de COEXPORT</i>	2
Tabla 2	<i>Modelo de encuesta</i>	12
Tabla 3	<i>Subsectores de la industria alimenticia</i>	14
Tabla 4	<i>Exportaciones del sector alimentos de El Salvador período 2018-2022</i>	15
Tabla 5	<i>Acuerdos comerciales vigentes</i>	17
Tabla 6	<i>Empresas fundadoras de COEXPORT</i>	20
Tabla 7	<i>Formas de entrar en el mercado extranjero</i>	25
Tabla 8	<i>Acuerdos comerciales según su alcance</i>	28
Tabla 9	<i>Normativa relacionada a la importación por país o región.</i>	32
Tabla 10	<i>Actividades realizadas durante el proceso de pasantía</i>	37
Tabla 11	<i>Junta directiva de COEXPORT para el año 2024</i>	40

### ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i>	<i>Filosofía de la institución</i>	3
<i>Figura 2.</i>	<i>Organigrama de la organización</i>	4
<i>Figura 3.</i>	<i>Ubicación de la organización en Avenida la capilla 255</i>	7
<i>Figura 4.</i>	<i>Población beneficiada del programa de capacitaciones</i>	10

## RESUMEN EJECUTIVO

En un constante entorno competitivo, las empresas exportadoras deben capacitar a sus empleados con el objetivo de permitir conocer los requisitos y normativas para la preservación de niveles que permitan obtener la calidad óptima de sus productos, y de esa manera lograr un proceso de internacionalización satisfactorio.

En primer lugar, en el trabajo de investigación se opta como tema: Planeación y ejecución de capacitaciones para el área de calidad de las empresas del sector alimentos y bebidas de El Salvador, tiene como objetivo exponer los resultados del programa de la Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT)<sup>1</sup> durante el año 2024, y se implementa la metodología inductiva acompañada de un enfoque mixto para responder los objetivos planteados.

Para realizar el presente trabajo, se establece una metodología inductiva la cual, combinada con un enfoque mixto y alcance descriptivo, nos permite lograr los objetivos planteados. La gremial contribuye al crecimiento económico y empresarial donde otorga capacitaciones que permiten a las organizaciones orientar a sus colaboradores en temas normativos de este modo beneficiándolas en aspectos relacionados a la exportación.

Finalmente, se concluye que la gestión proporcionada por la institución es de utilidad para las empresas al otorgar el conocimiento necesario para iniciar el proceso exportador y de suplir las necesidades formativas de sus colaboradores en temáticas relacionadas.

Palabras clave: Requisitos de exportación, Capacitaciones, Formación profesional

---

<sup>1</sup> En adelante COEXPORT

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como tema: planeación y ejecución de capacitaciones para el área de calidad de las empresas del sector alimentos y bebidas de El Salvador, por medio de una metodología inductiva y un enfoque mixto importante para observar las experiencias, así como, la fluctuación de participantes del plan de capacitaciones de la institución para el año 2024.

El diseño de la investigación es transversal, por lo que los datos descritos son en función del período de la pasantía, el objetivo general de la investigación es determinar los factores importantes que se deben tomar en cuenta para realizar las actividades de COEXPORT, que es importante para la mejora del servicio para los usuarios y la gestión realizada por la institución.

Entre algunos de los resultados encontrados, destaca la necesidad de las empresas en capacitar a sus colaboradores en áreas de cumplimiento de requisitos para exportar alimentos y bebidas a Estados Unidos, siendo este el principal destino de exportaciones de El Salvador.

En el capítulo 1 titulado contextualización institucional y problemática se presenta a la organización, el planteamiento del problema, los objetivos y la delimitación de la problemática.

En el capítulo 2, que se titula metodología y marco teórico se describe la metodología utilizada, la población objetivo y beneficiada, las fuentes de información además se abarca el marco teórico con aspectos clave para el tema.

En el capítulo 3, se desarrolla una explicación del área donde se desarrolló la práctica, los resultados esperados, las actividades realizadas, los datos obtenidos y las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

## **CAPÍTULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN INSTITUCIONAL Y PROBLEMÁTICA**

En esta sección, se presenta una descripción general de la institución donde se realizó la práctica profesional, y el problema al que se busca dar respuesta.

### **1.1 Presentación de la organización**

Se detallan los aspectos principales que definen a la organización donde se desarrolló la pasantía profesional.

#### **1.1.1 Descripción de la organización.**

COEXPORT es una gremial privada sin fines de lucro que se encarga de representar los intereses de sus socios, y busca incidir en las decisiones de gobierno y cooperantes para el beneficio de los exportadores, actualmente cuenta con más de 300 socios de diferentes rubros de exportación y aliados estratégicos que se encargan del apoyo para los servicios que ofrecen (Ver tabla 1).

Entre los servicios que actualmente ofrece la institución están: asistencia técnica a empresas en temas de exportación, brindar información acerca de exportación y comercio como: tendencias, alertas comerciales, proporciona asesoría técnica y servicios de promoción comercial a través de ferias y misiones comerciales.

Asimismo, la organización brinda cursos de formación profesional a personal operativo de empresas en temas relacionados a la comercialización, cumplimiento de requerimientos técnicos, aspectos generales de exportación.

Tabla 1

*Principales Aliados de COEXPORT*

---

- Seabord Marine
  - Banco Promerica
  - Front Consulting Group
  - CIFAL Comisión Intergremial para la Facilitación del Comercio en El Salvador
  - CBI Ministry of Foreign Affairs
  - BANDESAL - Banco de Desarrollo de El Salvador
  - BID LAB
  - Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos\* (USAID)<sup>2</sup>
- 

Fuente: Elaborado con datos extraídos de la página web de COEXPORT.

\*Nota: Previo al cierre de la institución en 2025, USAID apoyo los programas de Operador Confiable con el fin de gestionar riesgos en los procesos de exportación.

---

<sup>2</sup> En adelante USAID

## 1.1.2 Filosofía institucional.



Figura 1. Filosofía de la institución

Fuente: Elaborado con información obtenida de la página web de COEXPORT y entrevistas al personal.

### 1.1.3 Estructura organizativa.

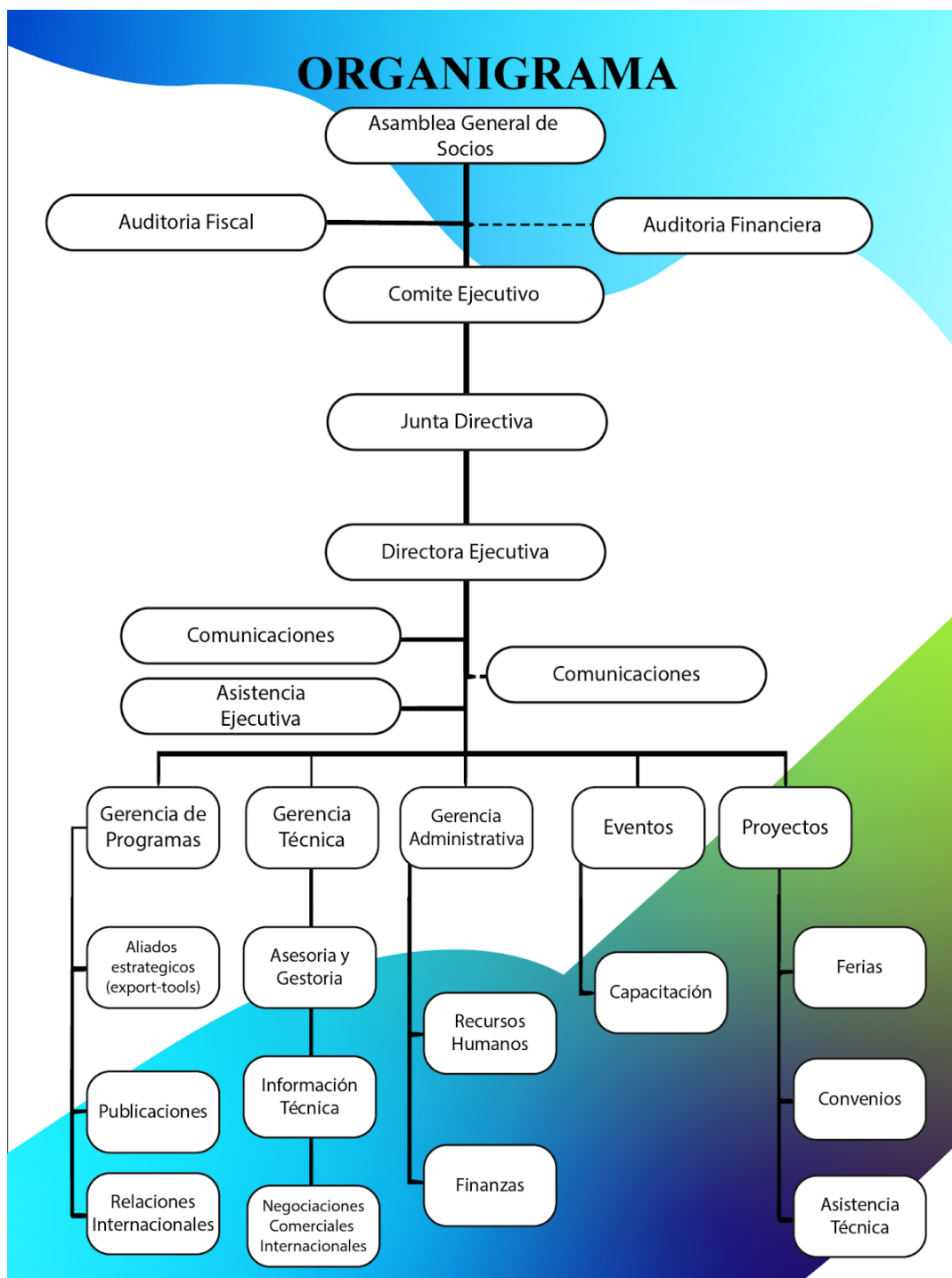


Figura 2. Organigrama de la organización

Fuente: Elaborado con información obtenida a través de entrevista personal de COEXPORT.

## **1.2 Planteamiento del problema vinculada con la práctica profesional**

El problema de investigación es un espacio en blanco presente en el tema de investigación y al cual se busca dar respuesta (Cortés y Videgaray, 2020). Por lo tanto, es necesario seguir una ruta de investigación que incluya la descripción, formulación y enunciado del problema.

### **a) Descripción del problema**

La decisión de iniciar el proceso exportador para una empresa representa una gran oportunidad de expandir e incrementar su competitividad e ingresos, algunas de las razones que motivan iniciar el proceso son: el crecimiento de la rentabilidad y la diversificación de riesgos.

Sin embargo, las empresas enfrentan múltiples desafíos al intentar comenzar el proceso exportador, se enfrentan a barreras de entrada que poseen los mercados internacionales como: la adaptación del producto, regulaciones y requisitos.

En conjunto con la evolución de las tecnologías un mercado global cada vez más competitivo, estas requieren de un esfuerzo de capacitar a sus colaboradores mediante educación formativa que permita el desarrollo de habilidades y competencias.

La investigación busca identificar las principales dificultades en la planeación y ejecución de programas de capacitación que brinda la institución.

### **b) Formulación del problema**

Para la formulación del problema es necesario realizar las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es el perfil de la población beneficiaria de las capacitaciones?
- ¿Qué factores influyen en la planeación y ejecución del programa de capacitaciones?

- ¿Cómo identificar las necesidades de las empresas en relación con temas de formación profesional?
- ¿Cómo implementar la retroalimentación para la mejora del programa de capacitación?
- ¿Cuál es el impacto en los puestos de trabajo que presentan las personas beneficiadas del programa de capacitaciones de COEXPORT?

### **c) Enunciado del problema**

¿Cuáles son los factores que influyen en la planeación y ejecución del programa de capacitaciones de COEXPORT durante el primer semestre de 2024?

## **1.3 Objetivos**

Se entiende por objetivos “la forma en que va a responder a la pregunta de investigación” (Cortés y Videgaray, 2020, p.32), por consiguiente, se procede a nombrar los objetivos de la investigación.

### **a) Objetivo general**

Determinar los factores que inciden al realizar el programa de capacitaciones de COEXPORT dirigido a empresas del sector alimentos y bebidas durante el primer semestre de 2024 para establecer mejoras en el proceso.

### **b) Objetivo específico**

- Identificar las necesidades que presentan las empresas de alimentos en relación con capacitar a sus colaboradores en las áreas de calidad y producción.
- Registrar retroalimentación de las empresas participantes del programa de capacitaciones para establecer mejoras del proceso.
- Establecer el nivel de satisfacción al programa de capacitaciones de COEXPORT a partir de información obtenida por los participantes.

## 1.4 Delimitación

El proyecto se realizó durante el período correspondiente al 15 de marzo hasta el 15 de septiembre de 2024 en las instalaciones de COEXPORT, las cuales están ubicadas en: Avenida La Capilla 255, Colona San Benito, San Salvador Centro.



*Figura 3.* Ubicación de la organización en Avenida la capilla 255

Fuente: Obtenido de la plataforma Google Earth.

## **CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA Y MARCO TEÓRICO**

Se define a la investigación como: “un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (Sampieri, Collado y Lucio, 2014, pág. 4), por lo tanto, se establece la ruta a seguir de la investigación, y las categorías que fundamentan la investigación dividida en marco histórico, conceptual y legal.

### **2.1 Metodología**

Por medio del método, enfoque, tipo y diseño de investigación se opta por identificar la metodología implementada en la investigación para alcanzar los objetivos propuestos.

#### **a) Método y enfoque de la investigación**

De acuerdo al método, se seleccionó el inductivo que es “un procedimiento que va de lo individual a lo general, y es un procedimiento de sistematización que, a partir de los resultados particulares, intenta encontrar posibles relaciones generales que la fundamenten” (Bastar, 2012, p.14).

Por lo anterior, se selecciona este método debido a que se observaron hechos y experiencias individuales con el objetivo de generalizar experiencias de la totalidad de usuarios de las capacitaciones que brinda COEXPORT.

También, se implementó el enfoque mixto que es “un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de la investigación que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos” (Sampieri y Torres, 2018, p.610).

Este enfoque permite analizar la información sobre la satisfacción y experiencia de usuarios (enfoque cualitativo) y la fluctuación de individuos en cada capacitación (enfoque cuantitativo) para dar respuesta a los objetivos planteados.

## **b) Tipo y diseño de investigación**

Según el alcance, la investigación se aborda por medio del tipo descriptiva que es “investigación que tiene como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado” (Sampieri y Torres, 2018, p.108).

El diseño de la investigación es no experimental, se entiende como: “investigación que se realiza sin manipular deliberadamente” (Sampieri y Torres, 2018, p.150), por tanto, se limita a observar los hechos sin intervenir, por último, se implementó el diseño transversal donde la toma de datos se realiza en un único punto (Sampieri y Torres, 2018).

## **2.2 Población objetivo**

Según la planeación inicial, se contaba con al menos 500 empresas que cumplen con los requisitos establecidos por los cooperantes para brindar apoyo en concepto de capacitación.

Entre los requisitos para recibir el apoyo del Instituto Nacional de Capacitación y Formación (INCAF) están:

- i. Obtener las credenciales en el Sistema Integrado de Capacitación y Formación (SICAF)<sup>3</sup>.
- ii. Tener y subir a plataforma la planilla más reciente que contenga 10 empleados Instituto Nacional del Seguro Social (ISSS)<sup>4</sup>.
- iii. Al registrar a un empleado, este debe ser reflejado en la planilla actualizada del ISSS.
- iv. La empresa debe realizar la inscripción de las personas interesadas en asistir.

---

<sup>3</sup> En adelante SICAF

<sup>4</sup> En adelante ISSS

## 2.3 Población beneficiada

Se presentan los resultados en la figura 4 obtenidos en las capacitaciones que planificó la organización.

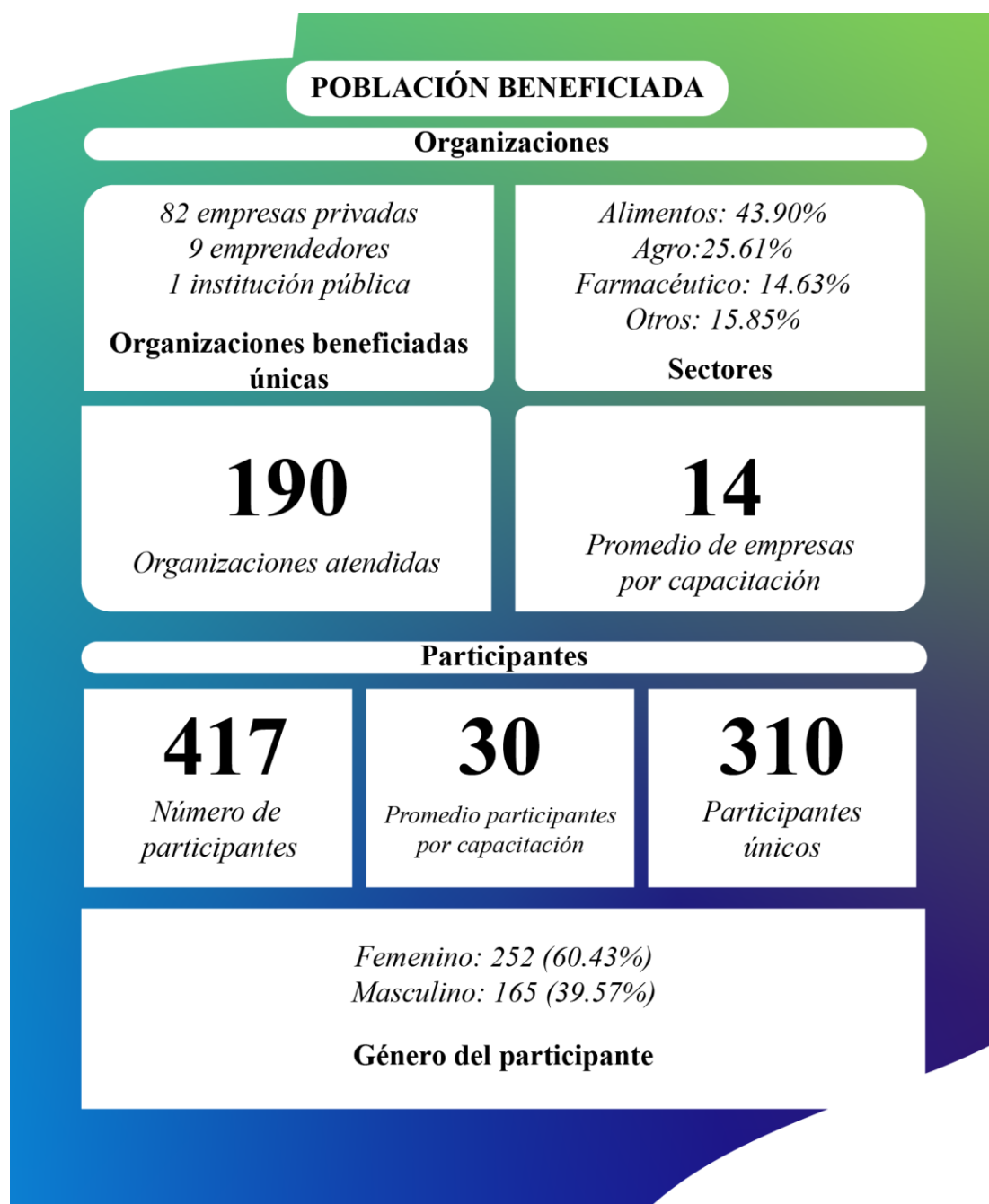


Figura 4. Población beneficiada del programa de capacitaciones

Fuente: Elaborado con base en datos obtenidos por personal de COEXPORT.

## **2.4 Fuentes de información**

Existen dos tipos primarias y secundarias, se describen cada una de las fuentes utilizadas para la investigación.

### **2.4.1 Primarias.**

Este tipo de fuentes son los “datos que se obtienen de primera mano” (Sampieri, et al., 2014, p.61), se implementan las entrevistas personales para conocer aspectos generales de la institución y entrevistas para determinar el nivel de satisfacción de los usuarios del programa, además del papel de observador y las experiencias adquiridas durante el período de pasantía.

### **2.4.2 Secundarias.**

Son los datos interpretados por una tercera persona que referencian a la fuente original (Bernal, 2010), se utilizan datos históricos sobre la institución y memorias de labores.

## **2.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de información**

Una Técnica de investigación es “el método sistemático utilizado para recopilar y analizar información, que tiene como fin responder a una pregunta” (Romero, León y Hoces, 2023, p.12), y un instrumento de investigación que es: “una herramienta utilizada para la recopilación y análisis de información en el proceso de investigación” (Romero et al, 2023, pág.12).

Para la recolección de información se utilizó técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas, para la primera se implementó la encuesta con el fin de obtener información personal, la encuesta se realizó por medio de la plataforma Google Formularios, en la tabla 2 se presenta un modelo de encuesta, y con la segunda técnica se



## **2.6 Marco teórico**

Se aborda dividido en tres partes, histórico conceptual y legal, donde se describen, conceptualizan y relacionan diferentes categorías fundamentales en la investigación.

### **2.6.1 Marco histórico.**

Definido como: un marco de referencia, por tanto, se describen los elementos que fundamentan la investigación.

#### **a) Industria de alimentos y bebidas**

La Industria salvadoreña, con el pasar del tiempo, deja de tener como base la producción de bienes agrícolas como el añil y el café a trascender hacia la industrialización y en búsqueda de otorgar valor agregado a su producción.

En la década de 1960, con el establecimiento del modelo agro y las políticas del Gobierno de Estados Unidos que promueve el programa para la integración económica de América Latina, buscando desarrollar e incrementar la población agrícola y lograr la soberanía alimentaria.

Con lo anterior, no solamente Estados Unidos tenía ese objetivo, sino también otras regiones como la Comunidad Económica Europea, que establece en 1962 la Política Agrícola Común con el fin de garantizar que los ciudadanos en condición de consumidores dispongan de suministro estable de alimentos a precios razonables (Comisión Europea, S.F).

Hasta la fecha el sector representa el 18.6% del total de las exportaciones salvadoreñas hacia mercados internacionales (Ministerio de Economía, 2022). El sector se divide en subsectores como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3

*Subsectores de la industria alimenticia*

Subsector	Descripción
Snacks	Productos a base de cereales o semillas
Cárnicos	Alimentos derivados del ganado, aves entre otros
Panadería	Productos provenientes de la molienda de granos
Lácteos	Productos compuestos por leche y sus derivados
Salsas	Composición obtenida de la mezcla de sustancias comestibles
Sopas	Preparaciones alimenticias líquidas
Pastas	Alimentos derivados de la harina
Gelatinas	Sustancia de origen animal que se usa como espesante
Miel natural	Sustancia producida por las abejas del género <i>Apis Mellifera</i> .
Huevos	Huevos de ave
Grasas y aceites vegetales	Extraídos de semillas

Fuente: Obtenido de "Ranking de exportadores industriales". p. 97.

El sector, según la Asociación Salvadoreña de Industriales (ASI)<sup>5</sup>, observa un crecimiento antes de pandemia, durante la emergencia de COVID-19 se contó con una contracción del 9.0% por las medidas contra la movilidad y la recesión que surgió de las restricciones que impusieron los gobiernos, en la tabla 4 se presenta el desempeño del sector durante el período 2018-2022.

<sup>5</sup> En adelante ASI

Tabla 4

*Exportaciones del sector alimentos de El Salvador período 2018-2022*

Año	Cantidad (En millones de USD)
2018	456.7
2019	483.7
2020	440.0
2021	495.3
2022	577.6

Fuente: Datos obtenidos de “ranking de exportadores industriales 2023” (p.98).

Actualmente, las empresas que pertenecen al rubro pueden acceder al apoyo en temas de exportación hacia Estados Unidos, provenientes de fondos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA)<sup>6</sup> y del Proyecto Agricultural Trade and Climate Smart Innovations (Proyecto ATraCSI)<sup>7</sup>.

Por último, es importante destacar los desafíos que enfrenta la industria como: el vencimiento de la salvaguarda de la industria láctea que otorgaba protección a la industria salvadoreña en el contexto de la firma del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos (DR-CAFTA)<sup>8</sup>.

### **b) Comercio en El Salvador**

Para El Salvador, el sector agrícola es muy importante por representar históricamente un gran aporte al desarrollo económico del país, esto radica en cultivos como: añil, café, algodón y caña de azúcar.

<sup>6</sup> En adelante USDA

<sup>7</sup> En adelante Proyecto ATraCSI

<sup>8</sup> En adelante DR-CAFTA

El principal producto de exportación era considerado como el añil utilizado como colorante en textiles, hasta 1987 con la síntesis de la anilina como colorante artificial, representando menores costos y mejores capacidades de fijación, motivos por los que el añil perdió competitividad.

Las políticas como la privatización de tierras, registros de propiedad para el uso de producción exportadora ocasionaron concentración de tierras y permitiendo la centralización en pocas manos fueron el cultivo perfecto para la creación de la oligarquía que incidía en las políticas económicas del país.

Para el año 1929 “el 90% de las ganancias de exportaciones salvadoreñas provenían del café antes del crack internacional de 1929” (Ching, 2011, como se citó en Durán, 2020, pág.4). No obstante, debido al crack del 29 el mercado internacional sufrió una contracción de la demanda y El Salvador se vio afectado debido a su poca diversificación económica.

Durante las próximas décadas, se buscó corregir lo vivido en 1929 y se realizaron esfuerzos que provenían del estado salvadoreño en desarrollar la diversificación, por ejemplo, en la década de los 50, el estado salvadoreño promovió condiciones para facilitar otras actividades y se buscaba diversificar el producto exportado enfocados en el cultivo de algodón y caña de azúcar.

En la década que comprende desde 1980 hasta 1990, el dinamismo de las exportaciones se vio afectado por: el conflicto armado civil, la privatización de la banca, además de la crisis del sector agropecuario con la entrada en vigencia de la reforma agraria.

En el contexto de la guerra civil, se buscaba que la mayor parte de la producción nacional se centrara en satisfacer las necesidades militares, que produjo malestar en la empresa privada provocando fuga de capital.

Durante los años 2000 se empiezan a abordar los acuerdos comerciales al crear lazos de colaboración comercial con diferentes países, hoy en día se cuentan con alrededor de 14 acuerdos comerciales vigentes (ver tabla 5).

Tabla 5

*Acuerdos comerciales vigentes*

Acuerdo comercial	Entrada en vigencia
Tratado de Libre Comercio DR-CAFTA	2006
Acuerdo de Alcance Parcial El Salvador – Cuba	2012
Acuerdo de Asociación Centroamérica - Unión Europea	2013
Tratado de Libre Comercio El Salvador – México	2012
Tratado de Libre Comercio Centroamérica – Chile	2002
Tratado General de Integración Económica Centroamericana	1961
Tratado de Libre Comercio Colombia – El Salvador, Guatemala y Honduras	2010
Tratado de Libre Comercio Centroamérica – Panamá	2002
Acuerdo de Alcance Parcial El Salvador – Ecuador	2017
Tratado de Libre Comercio El Salvador – Corea del Sur	2020
Acuerdo de Alcance Parcial El Salvador – Bolivia	2022

Fuente: Elaborado con datos recuperados el 12 de diciembre del 2024 de la página web del Ministerio de Economía.

La economía global ha enfrentado grandes problemas durante el inicio del siglo XXI como: la crisis de la burbuja inmobiliaria del 2008, afectando al país debido a la alta dependencia con Estados Unidos, siendo este el socio comercial más importante de El Salvador.

Para 2020, al inicio de la emergencia por COVID-19 se implementó una cuarentena general que dejó congelados a todos los sectores económicos que no fueran prioritarios para la atención de la pandemia. Según el departamento de Economía de la

Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) se estima una pérdida de USD 13,679.5 millones para la economía salvadoreña y para las importaciones significó un descenso de 14.6% con respecto al año 2019.

### **c) Gremiales**

Las gremiales son organizaciones que se agrupan bajo la figura de socios o afiliados y son constituidas para defender sus intereses (Tirado, 2015). Una de las gremiales pioneras fue la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL) fundada en 1915 con el objetivo de reactivar la economía del país que resultó afectada por la depresión económica post primera guerra mundial.

Durante la década de 1960, muchas de las gremiales actualmente reconocidas de El Salvador, se comienzan a desarrollar en el contexto de las políticas de sustitución de importaciones y la creación del Mercado Común Centroamericano, así como una idea general entre empresarios que las leyes del entonces gobierno afectaban sus intereses.

Entre algunas que se relacionan con el anterior párrafo están: la ASI que nace en 1958 siendo la representación del sector industrial del país, buscando “ser un organismo de consulta para asuntos relacionados con la industria nacional y todo lo que se relacione con el beneficio de la industria y del país” (ASI, S.F, parr. 1), la Asociación Nacional de la Empresa Privada (ANEP), que nace en 1966 bajo el seno de la ASI.

A lo largo de su historia, las gremiales han enfrentado problemáticas que han requerido de la unión y de trabajar bajo una misma ruta que beneficie sus intereses.

- **Historia de COEXPORT**

Los empresarios que fundaron la institución iniciaron con la idea de incentivar la diversificación de exportaciones de El Salvador por medio de exportaciones no

tradicionales, como en su momento la industria textil, nace en 1983 con el nombre de Comité de Exportadores de El Salvador, bajo el seno de la ASI.

El 23 de junio de 1973, por iniciativa de Roberto Palomo, Ricardo Sagrera, Enrique Weil, Ricardo Poma, Félix Castillo Mayorga, Raúl Molina Cañas y René Torruño se elige como su primer director ejecutivo a: Francisco Aquino. En esta época los empresarios exportadores se enfrentan a varias crisis como: la guerra civil, la nacionalización de la banca, la crisis del modelo agroexportador, entre otros.

En 1985, se obtiene la personería jurídica y en ese momento la organización toma el nombre de COEXPORT, siendo 35 empresas fueron las fundadoras de la gremial (ver tabla 6), durante este año se integra Silvia Cuellar (Actual directora ejecutiva).

Tres meses después de su constitución, la organización contaba con 178 socios, se logra obtener apoyo de USAID, para contar con la asesoría de expertos para la industria salvadoreña exportadora.

El primer presidente de la institución fue José Carlos Liévano, el cual realizó negociaciones con el gobierno del presidente Duarte para evitar que productos no tradicionales fueran alcanzados por la nacionalización del comercio exterior, lo que ocasionó el auge de este tipo de productos frente a productos tradicionales en el terreno de las exportaciones.

En junio de 1987, la junta directiva aprobó la adquisición de un departamento en el Condominio La Sultana ubicada en: Boulevard La Sultana, San Salvador, el cual funcionó como oficinas para las operaciones de COEXPORT, en la actualidad sus oficinas se encuentran ubicadas en: Avenida La Capilla 254, San Salvador Centro, CP 1101.

Tabla 6

*Empresas fundadoras de COEXPORT*

✓ Angelitos	✓ Industrias Consolidadas (INCO)
✓ Artesanías de El Salvador	✓ Industrias Unidas (IUSA)
✓ Banco Cuscatlán	✓ Industrias Sintéticas de
✓ Banco Salvadoreño, hoy	Centroamérica (INSINCA)
DAVIVIENDA	✓ Kimai Export International
✓ Bayer de El Salvador	✓ LIDO
✓ Bon Appetit, adquirida por	✓ Manufacturas de Papel
LIVESMART	✓ Mudanzas Internacionales
✓ Cigarrería Morazán	(MUDISA)
✓ Comercios Unidos	✓ NEMTEX
✓ Compañía Mercantil	✓ PLASTYMET
Intercontinental (COMISA)	✓ Productos de Café
✓ Conos y Pajillas Sol	✓ Quality Foods
✓ Corporación Bonima, adquirida	✓ Sacos Sintéticos
por Grupo Tecnoquímicas	Centroamericanos (SASICASA)
✓ Crowley American Transport, Inc.	✓ Sherwin Williams
✓ Cueros Artificiales	✓ Seaboard Marine
✓ Grupo EMASAL	✓ Sea. Dora Alicia Urrutia de López
✓ Establecimientos ANCALMO	✓ Taca International Airlines
✓ FREUND	(AVIANCA)
✓ Herrera Molina y Cia	✓ Textiles San Andrés (HILASAL)
✓ VAPE	

Fuente: Elaborado con base en datos obtenidos de “El Salvador, Quality for the world”, p. 28.

#### **d) Principales cooperantes del área de eventos y proyectos de COEXPORT**

Para el área en estudio existen dos instituciones principales que se encargan de apoyar el desarrollo de los eventos, seminarios y capacitaciones destinados al sector alimentos y bebidas de El Salvador.

- Proyecto ATraCSI

Es una organización creada en 2022 por Fundación Global Cold Chain (GCCF), que espera abordar desafíos relacionados con el comercio agrícola y causas de migración en áreas con potencial hortícola en los países de Guatemala, El Salvador y Honduras. Realiza un trabajo en conjunto con Improving Economies for Stronger Communities (IESC) organización estadounidense sin fines de lucro, financiada por el USDA.

Mediante el fortalecimiento de los conocimientos exportadores en materia de medidas, normas y reglamentos sanitarios y fitosanitarios, se busca apoyar el comercio de los tres países en los que cuenta presencia (USDA, S.F).

Se contempla que el proyecto tendrá una duración de cinco años durante 2022 hasta 2027 y cuenta con una financiación que asciende al monto de 31 millones de dólares de los Estados Unidos.

- Instituciones gubernamentales gestoras de la formación profesional

El dos de junio de 1993 a través del decreto N°554 se crea el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP)<sup>9</sup> su presupuesto proviene de las cotizaciones de patrones del sector privado y se creó con el objetivo de “satisfacer las necesidades de recursos humanos calificados que requieren el desarrollo económico y social de país y propiciar la mejora de las condiciones de vida del trabajador y su grupo familiar” (Decreto N° 554, 1993, Art.2).

---

<sup>9</sup> En adelante INSAFORP

El instituto está a cargo del Consejo directivo que se conforma por cuatro representantes del sector empleador, tres del sector laboral y tres del sector gobierno, cuenta con atribuciones de elaborar, organizar, coordinar y autorizar toda acción formativa o programas de formación profesional.

Para el período 2015-2016 el INSAFORP se destaca el aporte de \$31,680,00 que significo la inversión de \$29,840,501 en formación profesional, los cuales beneficiaron a 338,304 personas de entre los cuales 145,596 se considera como población joven/vulnerable, el restante se considera trabajadores de empresa cotizantes.

Durante el año 2023 se crea la Ley del Sistema Nacional de la Cultura de la Integración y la Ley de Creación del Instituto Nacional de Capacitación y Formación, se crea el INCAF institución que sustituye y toma las funciones del INSAFORP.

### **2.6.2 Marco conceptual.**

En esta división del marco teórico, se procede a nombrar las categorías conceptuales que permitirán el análisis de la información obtenida a través de la práctica profesional.

#### **a) Formación profesional**

La formación profesional se entiende como las actividades diseñadas con el objetivo de otorgar herramientas ocupacionales que permitan un óptimo desempeño de las labores productivas (Constitución política de El Salvador, 1983), este es un elemento clave para el presente trabajo y entender las actividades que realiza la institución.

#### **b) Industria alimenticia**

La industria alimenticia o alimentaria “abarca un conjunto de actividades industriales dirigidas al tratamiento, transformación, preparación, conservación y el envasado de productos alimenticios” (Berkowitz, 1998, p.672).

De acuerdo a lo anterior, esta industria se encarga de los productos alimenticios, es importante conocer el anterior concepto pues de este sector provienen la mayor parte de entidades beneficiadas del plan de capacitaciones en estudio.

### **c) Calidad**

La calidad se define como “la capacidad del producto para satisfacer las necesidades de los clientes” (Organización Internacional de Normalización, 2015, pág. 2), además esta presenta una sistematización para identificar los procedimientos necesarios para cumplir con los objetivos de una organización, definiéndose además por su enfoque:

- i. Calidad según el cumplimiento de estándares definidos.
  - ii. Calidad según la superación de las expectativas de los clientes.
  - iii. Calidad según el precio.
  - iv. Calidad según la eficiencia de uso.
- Gestión de calidad

Son las actividades que realiza una empresa con el fin de obtener la calidad de sus productos, mediante modelos deben documentar y estandarizar procesos para cumplir niveles de calidad necesarios para la satisfacción de los usuarios.

Para certificar la calidad, las empresas que exportan alimentos deben considerar:

- i. Sistema Análisis de peligros y puntos de control (HACCP)<sup>10</sup>: Un equipo certificado identifica peligros que se asocian a la gestión de fases de producción y determinan la capacidad de controlar los puntos, con ello realizan vigilancia además de establecer parámetros con el fin de evitar posibilidades de ocurrencia de peligros, cuando se presentan situaciones

---

<sup>10</sup> En adelante HACCP

de peligro sin controlarse se establecen medidas correctivas, finalmente se documentan los procedimientos.

#### **d) Exportación**

La exportación es “la venta de los productos (bienes y servicios) originarios de un país a clientes situados en otro país” (Kirchner y Castro, 2010, p.7).

Según la Dirección General de Aduanas de El Salvador, la exportación de mercancías se define como: “un régimen que consiste en el envío de bienes y servicios con el fin de ser usados o consumidos definitivamente, previo al cumplimiento de las formalidades aduaneras” (S.F, párr.14).

Por tanto, se considera exportación a la venta de bienes o servicios de un país hacia otro, este concepto es importante para el presente trabajo, pues se beneficia con temas relacionados a la normativa y requisitos para establecer una ruta accesible para el proceso exportador.

#### **e) Comercio internacional**

Según Casanova y Zuaznábar (2018), el comercio internacional es una actividad que consiste en el intercambio de bienes y servicios de dos economías, que son conocidas como abiertas.

Es muy importante para los países el desarrollo del comercio internacional siendo un factor clave para el crecimiento económico y la satisfacción de necesidades al intercambiar productos.

#### **f) Internacionalización**

Las empresas recurren a introducir sus operaciones en mercados extranjeros donde las condiciones les favorezcan y proyectan sus actividades al entorno internacional

(Arnoldo, 2013). Para lograr internacionalizar, se enfrentan a interrogantes entre ellas la decisión del mercado al cual ingresar.

En relación con lo anterior, deben preguntarse el potencial del mercado al cual quieren ingresar, asimismo aspectos normativos, políticos y culturales. Las organizaciones deben preguntarse la forma de entrar a ese mercado, en la tabla 7 se especifican cinco formas de entrar al mercado.

Tabla 7

*Formas de entrar en el mercado extranjero*

Tipo	Descripción
Exportación indirecta	Una exportación ocasional donde se exporta mediante intermediarios
Exportación directa	En este tipo de exportación la empresa decide manejar las exportaciones mediante un departamento o distribuidores
Concesiones	La exportación mediante la entrega de una licencia a una empresa para que pueda hacer uso comercial de ella
Empresas conjuntas	Es la unión de los inversionistas extranjeros y locales en el proceso de exportación mediante el cual ambos comparten la propiedad y el control
Inversión directa	La adquisición de una instalación de ventas en el país destino dirigido por la empresa interesada en exportar

Fuente: Elaborado con base en datos de Dirección de Marketing. 2012. P.603-606.

Para muchas de las empresas beneficiadas, el programa de la gremial es el primer paso para conocer sobre aspectos normativos y lograr internacionalizarse.

### **g) Barreras al comercio internacional**

Denominados como instrumentos de barreras comerciales, son acciones que los estados implementan con el fin de otorgar protección a las industrias nacionales frente a la competencia de productos importados (Casanova y Zuaznábar, 2018).

Se utilizan dos instrumentos, las barreras arancelarias y las barreras no arancelarias que son instrumentos utilizados por los Estados para su política comercial.

- **Barreras arancelarias**

Como su nombre lo indica, este tipo de barreras tienen que ver con los aranceles que son “una carga financiera en forma de impuesto que se aplica en frontera a las mercancías transportadas de un territorio aduanero a otro” (Casanova y Zuaznábar, 2018, pág. 120), mediante el uso del instrumento los bienes con impuestos tienen que, por lo general, elevar su precio y con esto limitar al consumidor final.

Son herramientas de la política comercial de los países y según Casanova y Zuaznábar (2018) se clasifican en cinco tipos de arancel:

- i. Arancel específico: El impuesto se relaciona con la cantidad de mercancía importada, siendo esta la unidad, volumen o medidas.
- ii. Arancel Ad-Valorem: Se relaciona con un porcentaje fijo sobre el valor de las mercancías.
- iii. Arancel Compuesto: Es una combinación del arancel Ad-Valorem y del arancel específico.
- iv. Arancel mixto: Se calcula sobre la base del valor de un arancel Ad-Valorem o de la base de un arancel específico.
- v. Arancel Técnico: Se calcula sobre la base de los contenidos de las mercancías importadas.

- Barreras no arancelarias

Se definen como: “Son un conjunto de reglas, normas, instrumentos legales o acuerdos comerciales o financieros utilizados por el estado para llevar adelante su política comercial”. (Casanova y Zuaznábar, 2018, pág. 122).

En este tipo de instrumento se utilizan requerimientos y regulaciones en lugar de gravar a los productos, muchas veces el ingreso al mercado se vuelve difícil al requerir cumplir con reglas estrictas, algunas de las normas son:

Medidas sanitarias y fitosanitarias: Regulaciones con el fin de proteger la salud.

Obstáculos técnicos al comercio: Registros, procesos de evaluación.

Medidas antidumping: Precios mínimos de venta.

Cuotas a la importación: Restricción que limita el volumen o el valor máximo de importación de un producto.

Subsidios: El estado asiste a la producción nacional mediante préstamos, concesiones fiscales y otros.

#### **h) Acuerdos comerciales**

Según el Ministerio de Economía de El Salvador (S.F) un acuerdo comercial es: “un instrumento legal entre dos o más países donde se reglamentan sus relaciones comerciales, con el fin de obtener un incremento en sus flujos de comercio e inversión” (párr. 2), en la tabla 8 se distinguen los tres tipos de acuerdos comerciales según su alcance.

Al tener en cuenta los acuerdos comerciales, las empresas pueden evitar barreras en su proceso exportador e incluso puede ser una de las razones por las que seleccionen un país por sobre otro, por lo que es importante conocer los alcances de los acuerdos comerciales vigentes.

Tabla 8  
*Acuerdos comerciales según su alcance*

Tipo	Descripción
Tratado de Libre Comercio (TLC)	Es una categoría de los acuerdos comerciales donde se incluyen aspectos como el comercio de mercancía de servicios, casi en la totalidad del universo de mercancías de cada país.
Acuerdo de Alcance Parcial (AAP)	En este tipo de acuerdo comercial se incluyen aspectos sobre preferencias arancelarias y reglas de origen, pero el universo de productos es delimitado previamente.
Acuerdo de Asociación (ADA)	Es un acuerdo entre dos o más países donde se incluyen los aspectos que son negociados en un TLC, además de aspectos de cooperación entre los países firmantes.

Fuente: Elaboración con base en datos de la página web del Ministerio de Economía (S.F). par.6, 7 y 8.

### **i) Marketing**

Según Staton, Etzel y Walker (2007) Marketing es “un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, con el fin de lograr los objetivos de la organización” (p.6).

Para Kotler y Armstrong (2012) la palabra Marketing se interpreta como: “Proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ello para, en reciprocidad captar valor de los clientes” (p.5).

Esta se puede definir como el conjunto de estrategias implementadas para la comercialización de un producto o servicio, con el objetivo de satisfacer necesidades o deseos de los individuos, siendo esto un factor clave para la atracción o mantener a los clientes.

### **j) Marketing de servicios**

Según Cueva (2020), el marketing de servicios “busca la satisfacción de las necesidades de los clientes mediante actividades en la que no existe un bien físico de intercambio, o en su defecto, el intercambio del bien físico es accesorio a la transacción misma” (p.128).

Se define como las estrategias implementadas para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes, mediante el desarrollo de actividades que no involucran el intercambio de bienes. Para la institución es importante contar con estrategias enfocadas al marketing de servicios que permitan la comunicación efectiva al dar a conocer los beneficios a los que acceden las empresas al participar en las capacitaciones que la institución facilita.

### **k) Mezcla de marketing de servicios**

Para Kotler y Armstrong (2013) la mezcla de marketing es “el conjunto de herramientas que utilizan las empresas para implementar las estrategias de marketing” (p.12): En este sentido, para la mezcla de servicios es necesario el uso de 8 elementos: Producto, precio, plaza, promoción, proceso, entorno físico, personal y productividad.

Por tanto, es importante para contar con una mezcla de servicio que permita dar a conocer su programa de capacitaciones con las empresas.

### **l) Servicios**

Según Kotler y Armstrong (2013) un servicio se puede definir como “Actividad esencialmente intangible que no da como resultado el cambio de la propiedad” (p.196). esto tienen características las cuales son: Los servicios no son tangibles, la producción y su consumo no se puede separar, pueden perecer y no se puede almacenar y se paga por el uso del servicio no por la propiedad.

Para Lovelock y Wirtz (2009), “los servicios implican un tipo de arrendamiento” (p.13), mediante el cual los clientes esperan percibir valor, existen 5 tipos de servicios, los cuales son:

- i. Servicios de bienes arrendados: Los clientes adquieren el derecho temporal sobre el uso de un bien tangible, por el ejemplo: el arrendamiento de un espacio para oficinas para un año.
- ii. Arrendamiento de espacios y lugares definidos: Los clientes obtiene el derecho temporal para el uso de una parte específica de un bien físico, por ejemplo, el arrendamiento de un salón de hotel.
- iii. Arrendamiento de mano de obra: Los clientes adquiere el tiempo de personas para realizar un trabajo, por ejemplo: los ponentes encargados de un evento.
- iv. Acceso a ambientes físicos compartidos: Los clientes obtienen el derecho de uso de ambientes, por ejemplo, el pago de la entrada de una feria.
- v. Sistemas y redes: Los clientes adquieren el derecho temporal de participar una red, como lo puede ser el pago por usar plataformas de video.

Es importante tener en cuenta estas características para poder definir el plan de capacitaciones de la gremial como un servicio otorgado a las empresas.

### **2.6.3 Marco legal.**

Finalmente, como parte del marco teórico se establecen el conjunto de leyes y/o normativas que son fundamentales para la investigación.

#### **a) Constitución de El Salvador**

Según el artículo 40 de la constitución, es el gobierno salvadoreño quien tiene la obligación de legislar sobre el alcance y forma de la puesta en marcha de sistema de formación profesional la cual se entiende como:

Toda acción o programa público o privado, diseñado para la capacitación en oficios y técnicas que proporcione o incremente los conocimientos, aptitudes y habilidades prácticas ocupacionales necesarias para el desempeño de labores productivas, en función del desarrollo socioeconómico del país y de la dignificación de la persona. (Constitución política de El Salvador, 1983, Art.40).

## **b) Exportación en El Salvador**

La Dirección General de aduanas de El Salvador (DGA)<sup>11</sup> es la dependencia del Ministerio de hacienda que “tiene la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de leyes y reglamentos que regulan el tráfico internacional” (S.F, parr.2).

La presente institución tiene como misión y visión “ser modelo de institución pública en la prestación de servicios aduaneros con excelencia comprometidos con el desarrollo integral del país, garantizando el equilibrio entre la facilitación y el control del comercio internacional” (DGA, S.F, parr 6 y 7).

Cuenta con el Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX)<sup>12</sup> que es administrado por el Banco Central de Reserva donde se busca centralizar, agilizar y simplificar las gestiones establecidas para registro y emisión de documentos involucrados en el proceso exportador o importador. Según el CIEX, se debe contar con los siguientes pasos:

- i. Inscripción como Exportador en CIEX El Salvador.
- ii. Verificar los requisitos según el producto y país destino.
- iii. Registrar y autorizar una operación donde se otorga una Declaración de Mercancías (DM)<sup>13</sup> o una Declaración Única Centroamericana (DUCA)<sup>14</sup>,

---

<sup>11</sup> En adelante DGA

<sup>12</sup> En adelante CIEX

<sup>13</sup> En adelante DM

<sup>14</sup> En adelante DUCA

si la exportación es intrarregional se otorga la DUCA F, si es fuera de la región Centroamericana se entrega el DUCA D y si la documentación es para empresas que operan en Zona Franca se otorga la DM.

### c) Normativa sobre alimentos para exportar

Es importante conocer los detalles de las normativas para la exportación de alimentos (ver tabla 9) de los principales destinos de las exportaciones salvadoreñas, las empresas que deseen exportar deben conocer la reglamentación en materia de etiquetado e inocuidad.

Tabla 9

*Normativa relacionada a la importación por país o región.*

Normativa	Descripción	País/región
RTCA 67.01.07:10	Normativa relacionada al etiquetado de alimentos previamente envasados	Centroamérica
Reglamento (UE) No. 1169/2011	Normativa relacionada a establecer requisitos generales sobre etiquetado para evitar información engañosa y generar una compra informada para el consumidor.	Unión Europea
Código de Regulaciones Federales CRF21	Normativa que regula los estándares de productos agrícolas frescos	Estados Unidos

Fuente: Obtenido de internet y con la participación en el seminario de etiquetado de alimentos para exportar.

- Requisitos para la importación hacia Estados Unidos

Para exportar alimentos a Estados Unidos, las empresas salvadoreñas deben tomar en cuenta las disposiciones de cinco agencias que funcionan como ente regulador de las importaciones:

Food and Drug Administration (FDA)<sup>15</sup>: Es la principal agencia encargada de regular la seguridad alimentaria, que administra la Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria (Ley FSMA)<sup>16</sup>.

USDA / Animal and Plant Health Inspection Service (USDA APHIS)<sup>17</sup>: Supervisa la introducción de productos agrícolas y animales importados.

USDA/ Food Safety and Inspection Service (USDA FSIS)<sup>18</sup>: La agencia supervisa la importación, inocuidad, etiquetado e inspecciona las carnes derivadas el ganado, ovejas, cabras y aves.

Environmental Protection Agency (EPA): Regula el uso y supervisa los residuos de pesticidas en productos agrícolas.

Customs and Border Protection (CBP): La agencia supervisa que las importaciones cumplan con las regulaciones al pasar por aduanas.

Entre los requisitos generales para exportar alimentos a Estados Unidos se encuentran:

- i. Registrarse en la FDA.
- ii. Notificar el ingreso de importación de producto (Prior Notice).
- iii. Cumplir con la ley FSMA.
- iv. Inspección del producto bajo jurisdicción del USDA FSIS o USDA APHIS, para evaluación se utiliza el sistema Predictive Risk – based Evaluation for Dynamic Import Compliance Targeting, donde se califica el riesgo con base en la calificación del historial de problemas previos de la empresa y el producto a importar.
- v. Cumplir normas de etiquetado.

---

<sup>15</sup> En adelante FDA

<sup>16</sup> En adelante Ley FSMA

<sup>17</sup> En adelante USDA APHIS

<sup>18</sup> En adelante USDA FSIS

#### **d) Ley FSMA**

Promulgada en 2011, en busca de centrar la atención del sistema de inocuidad alimentaria en la prevención de enfermedades en lugar de combatir con ellas, la FDA (S.F) menciona que “Aproximadamente 48 millones de personas en EE. UU. (1 de cada 6) se enferman, 128,000 son hospitalizadas y 3,000 mueren cada año por enfermedades transmitidas por los alimentos” (parr. 1), por lo cual, la ley elimina una gran carga en el gasto destinado a la salud pública.

Se establecen nuevas facultades para la FDA entre las que se encuentran: supervisión del cumplimiento de requisitos, acceso a registros de planes de seguridad alimentaria, acreditación de laboratorios para análisis de alimentos y autoridad para retiro obligatorio de alimentos inseguros.

Según la FDA (S.F), entre las normas presentes en la Ley FSMA se encuentran:

- Controles preventivos para alimentos de consumo humano: las empresas deben garantizar la calificación de sus empleados que están destinados a realizar labores sobre la fabricación y almacenamiento de los productos, además de contar con un plan HACCP.
- Controles preventivos para alimentos de consumo animal: Las empresas deben cumplir con los requisitos de Buenas Prácticas de Manufacturación que son métodos utilizados en el proceso de fabricación de un producto con el fin de garantizar su seguridad.
- Reglamento de trazabilidad: La FDA mantiene una clasificación de riesgos que indica el tipo de productos que pueden representar un riesgo para la salud, las empresas deben contener registros para facilitar el retiro de productos contaminados.

La FDA mantiene una lista de alimentos de alto riesgo como: productos lácteos, hortalizas frescas, pescados frescos.

Se publica una lista de alimentos de alto riesgo como los productos lácteos, hortalizas frescas, entre otros, donde se clasifica el riesgo según:

- i. Frecuencia de brotes.
- ii. Gravedad de la enfermedad.
- iii. Probabilidad de contaminación.
- iv. Tasa de consumo.
- v. Costo de enfermedad.

Las empresas que fabriquen, almacenen o envasen productos contenidos en la lista deben desarrollar el plan de trazabilidad donde se muestren los procedimientos para asignación de códigos de lote para trazabilidad, información necesaria para identificar donde fue cultivado (si el producto es una hortaliza fresca), e información para identificar los lotes en la distribución.

### **CAPÍTULO 3. PROCESO DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL**

En el presente capítulo, se realiza la justificación del proyecto, las actividades a desarrollar y los logros que se persiguen.

#### **3.1 Explicación del área donde se desarrolla la práctica**

La práctica se realizó en el área de proyectos y eventos de COEXPORT, la cual se encarga de realizar seminarios de interés, en temas enfocados a la exportación, de mejora de calidad y producción para las empresas.

Entre los principales cooperantes para la ejecución de estas actividades se encuentran: INCAF y Proyecto ATraCSI, este último para seminarios dirigidos exclusivamente a empresas del sector alimentos y bebidas.

Mediante los programas de capacitación se busca que los individuos conozcan aspectos como: etiquetado, manejo, inocuidad de alimentos y que estos se apliquen para la mejora de calidad de los productos.

#### **3.2 Resultados esperados o proyectados**

Entre los resultados que se esperaron durante la pasantía están:

- i. Lograr una asistencia media de personas inscritas de 15 por cada evento.
- ii. Cumplir con la planeación y ejecución de 14 eventos, durante el período de pasantía.
- iii. Lograr reducir tiempos de liquidación de eventos.

### 3.3 Actividades realizadas durante el desarrollo de la práctica profesional

Durante los seis meses de práctica profesional, se apoyó al desarrollo de 14 eventos (ver tabla 10):

Tabla 10

*Actividades realizadas durante el proceso de pasantía*

N°	Nombre	Fecha	Asistencia		Modalidad
			Personas	Empresas	
1	Curso Integral de inteligencia artificial para empresarios y profesionales en la exportación	23, 24 y 25 de abril	15	10	Presencial
2	Planes de muestreo microbiológico	29 y 30 de abril	37	20	Virtual
3	Etiquetado de alimentos para exportar	26 y 27 de abril	34	16	Presencial
4	Normativa ISO 22000	09 y 10 de julio	29	11	Presencial
5	Concepto QRM, manejo de riesgo de calidad en la industria farmacéutica	23 de julio	25	7	Presencial
6	Reglamento de trazabilidad	25 y 26 de julio	30	10	Virtual
7	Requisitos generales de la FDA para exportar alimentos a USA	13 de agosto	20	10	Presencial
8	Buenas prácticas de documentación	17 y 24 de agosto	39	17	Presencial
9	Sistema de aseguramiento de la calidad en la industria farmacéutica	20 de agosto	25	8	Presencial
10	Diseño e interpretación de una tabla nutricional en productos alimenticios para exportar	26 y 27 de agosto	30	20	Presencial
11	Control de fraude alimentario	04 y 05 de septiembre	25	16	Presencial
12	Validación de limpieza en la industria farmacéutica	19 de septiembre	26	8	Presencial
13	Control de alérgenos	24 y 25 de septiembre	39	18	Presencial
14	Control de Proveedores	27 de septiembre	43	19	Presencial

Fuente: Memorias y reportes presentados durante el proceso de pasantía.

Durante la planeación de los 14 eventos anteriormente mencionados se desarrollaron actividades que permitían la correcta ejecución de estos, entre ellas se encuentran:

- i. Aprobación de eventos: Para la aprobación de eventos, se realizó la entrega de documentación general de cada evento.
- ii. Gestión de contactos a través de base de datos: Verificar y actualizar datos de empresas, y realizar la invitación a empresas interesadas en los eventos.
- iii. Seguimiento de participantes: A través de correo electrónico se realiza el seguimiento con los responsables de recursos humanos de las empresas interesadas en cada evento, con el fin de enviar información general de cada evento, afiches (ver anexo 1), toma de datos de usuarios, envió de diplomas y material didáctico.
- iv. Participación en eventos: En eventos en línea y presencial, se llevó a cabo la toma de datos de asistencia, aspectos relacionados a la ejecución (recesos, tiempo de inicio y final), toma de notas para informes generales (Ver anexo 2).
- v. Informes de ejecución de evento: Con el uso de la información adquirida en la participación de eventos, se realizaron informes de cada evento, uno corresponde al entregado a la institución que incluye aspectos básicos de la capacitación (breve descripción, metodología implementada), también la entrega de informes de satisfacción y asistencia.
- vi. Informes de liquidación: Se realizó la liquidación de cada evento entregando informes a cada cooperante involucrado donde se detallan: la asistencia total, firma de lista de asistencia, fotografías, procesos de cotización y selección.

### 3.4 Situación actual de la organización

Actualmente, la institución es una gremial sin fines de lucro, que busca ser una institución con el objetivo de velar por los intereses de sus socios y empresas exportadoras, mediante su incidencia en políticas públicas.

La junta directiva (ver tabla 11) de la organización busca aportar al desarrollo del proceso exportador de las empresas salvadoreñas mediante los servicios que ofrece y de esta manera cumplir con sus objetivos institucionales.

La institución cuenta con más de 300 socios, y tienen como misión “representar los intereses de todos los sectores exportadores y apoyarlos a ser más competitivos en los mercados internacionales” (COEXPORT, S.F, parr.2), cuenta con la visión de “ser la organización líder con amplia representación en el sector exportador y principal referente de la actividad exportadora del país” (COEXPORT, S.F, parr.1).

La organización tiene un gran reto durante el período que comprende del 2024 hasta el año 2025 en tema de planeación y ejecución de capacitaciones, durante el 2024 se agregan aliados que funcionan como cooperantes.

Durante el año 2023, con el cierre del INSAFORP, la organización pierde uno de los principales cooperantes de sus actividades, y es hasta mediados de 2024 que se crea el INCAF que sustituye al INSAFORP y se agrega como cooperante.

Con la creación del Proyecto ATraCSI de la mano de USDA, la institución logra un cooperante importante para las capacitaciones que incluyen a los sectores alimentos, bebidas y agroindustria.

Tabla 11

*Junta directiva de COEXPORT para el año 2024*

Nombre	Cargo
Silvia Cuéllar	Presidenta
María Elena Castillo	Vicepresidenta
Miguel Escobar	Secretario
Rommy Rivera	Tesorera
Marco Melara	Director
Alexander Valiente	Director
Mario Portillo	Director
Gerardo Steiner	Director

Fuente: Elaborado con datos obtenidos de memorias de labores 2024 de COEXPORT.

### **3.5 Proyección institucional**

La institución busca posicionarse en el sector exportador como referentes del sector y en ese sentido apoyar a las empresas a expandir sus mercados. El área donde se desarrolló la práctica profesional tiene dos proyectos planeados a realizar durante el segundo semestre del año 2024.

El primer curso trata el tema de la administración del proceso térmico en alimentos y el segundo sobre PCQI, ambos temas nacen bajo la demanda de las empresas salvadoreñas de cumplir los requisitos establecidos en la Ley FSMA para exportar hacia Estados Unidos.

### **a) Administración del proceso térmico en alimentos**

La capacitación tiene como objetivo brindar a las personas inscritas herramientas necesarias para cumplir con las normativas de la FDA y los requisitos de los Códigos de Reglamentos Federales 113 y 114, que se relacionan con la esterilidad comercial.

Según reglamento, los operadores de sistemas de procesamientos, autoclaves y envasado de productos, deben de estar bajo la supervisión de una persona que aprobó el curso bajo instrucción de una escuela aprobada.

Se brinda a los asistentes temas de manejo de esterilidad comercial estudios de penetración de calor y distribución de temperatura para garantizar la inocuidad de los alimentos bajo regulaciones de la FDA. La capacitación va dirigida a empresas que utilizan como método de preservación el enlatado de sus productos.

### **b) PCQI**

En un curso que cumple con la curricular establecida y estandarizada por la FDA, las personas que completen el curso optan al diploma de Individuo PCQI para cumplir con el reglamento de las Buenas prácticas de Manufactura vigentes, Hazard Analysis and Risk-based Preventive Controls for Human Food.

Es una capacitación diseñada para cubrirse en 2.5 días con sesiones de ocho horas, donde el participante obtendrá información de las Buenas Prácticas de Manufactura y la gestión de los principios de inocuidad alimentaria basados en el riesgo.

La capacitación se presenta en 16 capítulos que es el curricular estándar proporcionada por la FSPCA y se presenta de la siguiente forma:

- i. Introducción al curso y controles preventivos.
- ii. Revisión del plan de inocuidad alimentaria.

- iii. Buenas Prácticas de manufactura y otros programas de prerrequisitos.
- iv. Peligros biológicos para la inocuidad alimentaria.
- v. Peligros químicos, físicos y motivados económicamente para la inocuidad alimentaria.
- vi. Pasos preliminares para elaborar un plan de inocuidad alimentaria.
- vii. Recursos para preparar planes de inocuidad alimentaria.
- viii. Análisis de peligros y determinación de controles preventivos.
- ix. Controles preventivos de proceso.
- x. Controles preventivos de alérgenos alimentarios.
- xi. Controles preventivos de saneamiento.
- xii. Controles preventivos de cadena de suministro.
- xiii. Procedimientos de verificación y validación.
- xiv. Procedimientos para llevar registros.
- xv. Plan de retiros del mercado.
- xvi. Revisión de la regulación – Current Good Manufacturing Practices.

Un individuo calificado se define como una persona que “completo exitosamente una capacitación en el desarrollo y aplicación de controles preventivos basados en riesgos o que está calificado de otra manera a través de su experiencia laboral para desarrollar y aplicar un sistema de seguridad alimentaria” (FSPCA, 2016, pág.8).

El individuo calificado debe “supervisar o llevar a cabo la preparación de un plan de inocuidad alimentaria, la validación de los controles preventivos, el examen de los registros y un análisis del plan de inocuidad alimentaria” (FSPCA, 2016, pág.8).

A través de la ley FSMA la certificación se convierte en obligatoria a las empresas que exporten alimentos hacia Estados Unidos, deben contar con al menos un empleado encargado, en cada instalación, de realizar las actividades anteriormente mencionadas.

### 3.6 Obtención y procesamiento de información

Entre las actividades ejecutadas para la obtención de datos están la creación de una encuesta por medio de la plataforma Google Formularios, que permite conocer la información relevante para la satisfacción de los participantes.

En general, los usuarios se mostraron satisfechos, además realizaron algunas sugerencias de mejoras que se establecen a continuación:

- i. Realizar seminarios los días sábados.
- ii. Otorgar más tiempo en las convocatorias.
- iii. Seccionar por días las capacitaciones.
- iv. Utilizar herramientas didácticas que proporcionen dinamismo en las capacitaciones.
- v. Realizar comunicación directa con participantes para invitar a futuras capacitaciones.

Asimismo, de la base de datos que proporciona COEXPORT se conocen algunas de las características de las empresas participantes en las capacitaciones:

- i. Con respecto al tamaño de las organizaciones, el 57.32% de las empresas son grandes, el 30.49% son medianas, el 12.20% son pequeñas, además se atendió a 9 personas identificadas como persona propietaria de emprendimiento y/o consultores independientes.
- ii. En relación al sector al que pertenecen, el 43.9% de las empresas son del rubro de alimentos y bebidas, el 25.6% pertenecen a la industria agroindustrial, 14.6% pertenecen al sector farmacéutico, y el restante pertenece a otros sectores.

Por último, se destacan las principales temáticas que los usuarios demandan y entre paréntesis se muestra la frecuencia de participantes que demostraron interés:

- i. Muestreo microbiológico (23).
- ii. Análisis de peligros y puntos críticos de control (19).
- iii. Etiquetado de tablas nutricionales (14).
- iv. Etiquetado de alérgenos (11).
- v. Otros (90).

### **3.7 Análisis y discusión de la información**

El programa de capacitaciones 2024 de COEXPORT contaba con un universo de 500 empresas que cumplían con los requisitos para optar al apoyo de cooperantes con los que cuenta la organización.

Durante la planificación de los seis meses de duración del proyecto de pasantía profesional se incluyó un nuevo apoyo a la institución que es el INCAF con esto las empresas que poseían al menos 10 empleados podían optar al apoyo completo en las capacitaciones que necesitaban.

Durante los seis meses, se realizaron 14 capacitaciones donde se atendió a 82 empresas únicas, 9 personas independientes y una institución pública que significaron un total de 417 participantes que se dividen en 252 mujeres y 165 hombres, que fueron preparados en temas de exportación.

Con el desarrollo de estas actividades, COEXPORT realiza una importante labor en la implementación de la cultura exportadora a empresas que participan activamente en este proceso, y para las que aún no toman la decisión de exportar funciona como un primer acercamiento.

La institución, en conjunto con el trabajo realizado por INCAF y Proyecto ATraCSI, abre la puerta de entrada para que empresas pequeñas y medianas puedan iniciar su proceso exportador, además de brindar a empresas grandes el continuo desarrollo de habilidades para sus nuevos colaboradores.

Sin lugar a dudas, el desarrollo del plan fue de beneficio no solo a las organizaciones que ahora cuentan con personal capacitado, sino que para los empleados que ahora tienen la oportunidad de abrir puertas hacia puestos de trabajo con sus conocimientos adquiridos que permiten mejorar sus condiciones de vida.

## CONCLUSIONES

Entre los principales factores que influyen en el desarrollo del programa de capacitaciones se encuentra la capacidad de los colaboradores de COEXPORT en identificar las necesidades de capacitación de las empresas, en este sentido, mediante el presente trabajo se encontró que demandan temas en relación al cumplimiento de la Ley FSMA para exportar hacia Estados Unidos, de igual manera se cuenta con el factor de tiempo pues es necesario interferir lo menos posible en las labores de sus colaboradores, por último es necesario una mejora en la comunicación y en dar a conocer la oferta de capacitaciones de una forma directa a colaboradores del área de calidad y producción.

El registro de la retroalimentación permitió conocer las percepciones de los usuarios frente a la metodología utilizada, planeación, ejecución, y el lugar donde se realizan que permite a COEXPORT mejorar el proceso, durante el desarrollo de pasantía se encontró que los participantes tenían una mala experiencia al momento de registro de datos personales y firma de lista de asistencia por el tiempo de espera.

El determinar el nivel de satisfacción permite la mejora continua del programa de capacitaciones de COEXPORT e incrementar la imagen positiva entre los asistentes con la información y la logística de la organización.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda a COEXPORT incluir temática relacionada con la normativa para exportar hacia Estados Unidos, con énfasis en permitir a las empresas exportadoras capacitar a sus colaboradores en el cumplimiento de los requisitos de la Ley FSMA.

Añadir herramientas de evaluación y combinar medios físicos y virtuales con el objetivo de conocer las opiniones y sugerencias de los participantes del plan de capacitaciones de la institución.

Crear una base de datos generales que permita el fácil acceso a información necesaria para agilizar procesos de: envío de indicaciones, material de apoyo, encuesta, gestión de diplomas y tiempo de toma de datos, que son aspectos mencionados en las encuestas realizadas.

Diseñar encuestas con selección múltiple y abiertas que brinden libertad a los usuarios para nombrar detalles y otorgar a la institución información más detallada para conocer las expectativas de los usuarios.

Establecer equipos de trabajo con el objetivo de atraer nuevas empresas para incrementar el alcance en la ejecución del programa de capacitaciones de la institución.

## REFERENCIAS

- Arnoldo, L. (2013). *El proceso de internacionalización de empresas*. Tec Empresarial, Pág. 18-25, Recuperado de: [https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec\\_empresarial/article/view/653](https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/653)
- Asociación de Industriales de El Salvador (S.F). *Página web de la Asociación de Industriales de El Salvador*. Recuperado el 20 de octubre de 2024 de: <https://industriaelsalvador.com/>
- Asociación de Industriales de El Salvador (2023). *Ranking de exportadores industriales*. Recuperado de: <https://industriaelsalvador.com/>
- Constitución política de El Salvador (1983). Constitución. Artículo 40 [Sección segunda]. Diario oficial. Recuperado de: [https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117\\_072857074\\_archivo\\_documento\\_legislativo.pdf](https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072857074_archivo_documento_legislativo.pdf)
- Bastar, S. (2012). *Metodología de la investigación*. México. Red Tercer Milenio S.C
- Berkowitz, D. (1998). *Industria alimentaria*. Enciclopedia de salud y seguridad en el trabajo. Oficina Internacional del Trabajo. Recuperado de: <https://www.insst.es/documents/94886/161971/Cap%C3%ADtulo+67.+Industria+alimentaria>
- Bernal, C. (2010) (3 ed.). *Metodología de la investigación*. Colombia. Editorial Prentice Hall.
- Casanova, A y Zuaznábar, I. (2018). *El comercio internacional: teorías y políticas*. Cienfuegos, Cuba. Editorial Universo Sur.
- COEXPORT (2018). *El Salvador: Quality for the world*. Editorial Alejandria.
- COEXPORT (S.F). *Página web de la Corporación de Exportadores de El Salvador*. Recuperado el 23 de octubre de 2024 de: <https://coexport.com.sv>
- Comisión Europea (S.F). *La política agrícola común en pocas palabras*. Recuperado el 24 de octubre de 2024 de: [https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-glance\\_es](https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-glance_es)
- Cortés, M y Videgaray, M. (2020). *Delimitación del problema y la pregunta de investigación*. México. Universidad Nacional Autónoma de México.

- Cueva, R. (2010). *Marketing: Enfoque América Latina, El marketing científico aplicado a Latinoamérica*. México. Editorial Pearson.
- Decreto N° 554. *Ley de formación profesional de julio de 1993*. Artículo 2. Boletín oficial del estado. D.O N°143 Tomo N°320. Recuperado el 28 de julio de 2024 de: [https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117\\_072\\_953753\\_archivo\\_documento\\_legislativo.pdf](https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072_953753_archivo_documento_legislativo.pdf)
- Departamento de Economía UCA. (2020). *Análisis socioeconómico de El Salvador: año 2020*. San Salvador. Universidad Centroamericana José Simeón Cañas
- Dirección General de Aduanas de El Salvador (S.F). *Marco Institucional*. Recuperado el 14 de octubre de 2024 de: <https://sitio.aduana.gob.sv/marco-institucional/>
- Dirección General de Aduanas de El Salvador. *Glosario*. Recuperado el 14 de octubre de 2024 de: <https://sitio.aduana.gob.sv/glosario/>
- Durán, C (2020). *El Salvador, comercio internacional y productos agrícolas: el caso del maíz dentro del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos*. Revista Relaciones Internacionales. 93-116. Recuperado de: <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/reinter/article/view/1770>
- Food & Drug Administration (S.F). *Food Safety Modernization Act and Animal Food* [Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria y alimentos destinados al consumo animal]. Recuperado el 14 de octubre de 2024 de: <https://www.fda.gov/animal-veterinary/animal-food-feeds/food-safety-modernization-act-and-animal-food>
- Food & Drug Administration (S.F). *Food safety Modernization Act* [Ley de modernización de la Seguridad Alimentaria]. Recuperado el 04 de abril de: <https://www.fda.gov/food/guidance-regulation-food-and-dietary-supplements/food-safety-modernization-act-fsma>
- FSPCA (2016) (1ed.). *Manual de participante Controles Preventivos de Alimentos para Humanos*. Recuperado el 10 de octubre de 2024 de: [https://www.fspca.net/\\_files/ugd/38787b\\_663cc72e3d824587b47812f21a5d8b65.pdf](https://www.fspca.net/_files/ugd/38787b_663cc72e3d824587b47812f21a5d8b65.pdf)
- Google (2025). *Ubicación de la Corporación de Exportadores de El Salvador*. Google Earth. Recuperado el 08 de febrero de 2025 de:

<https://earth.google.com/web/search/%7d/@13.6908219,-89.2397752,792.33192695a,818.42100787d,35y,0h,0t,0r>

Kirchner, A. Castro, E. (2010) (4 ed.). *Comercio y marketing internacional*. Cengage Learn.

Kotler, P y Keller, K (2012) (14 ed.). *Dirección de Marketing*. México. Editorial Pearson.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013) (11 ed.). *Fundamentos de Marketing*. Editorial Pearson

Kotler, P y Armstrong, G. (2012) (12 ed.). *Marketing*. México. Editorial Pearson

Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009) (6 ed.). *Marketing de Servicios*. México. Editorial Pearson

Ministerio de Economía de El Salvador (2022). *Sectores de alimentos y bebidas conocen sobre las oportunidades de exportación mediante los acuerdos comerciales*.

Recuperado de: <https://www.economia.gob.sv/2022/12/sectores-de-alimentos-y-bebidas-conocen-sobre-las-oportunidades-de-exportacion-mediante-los-acuerdos-comerciales/>

Ministerio de Economía de El Salvador (S.F). *Alianzas comerciales*. Recuperado el 14 de octubre de 2024 de: <https://www.economia.gob.sv/alianzas/>

Organización Internacional de Normalización (2015). *Sistemas de gestión de la calidad – Fundamentos y Vocabulario* (ISO 9000:2015). [https://dai.uas.edu.mx/pdfs/NORMA\\_ISO\\_9000-2015\\_FyV.pdf](https://dai.uas.edu.mx/pdfs/NORMA_ISO_9000-2015_FyV.pdf)

Romero, M. y León, R. y Hoces, W. et al. (2023). *Metodología de la investigación: técnicas e instrumentos de investigación*. Perú.

Sampieri, R y Torres, C. (2014). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativa y mixta*. México. Editorial McGraw-Hill Interamericana

Sampieri, R. y Collado, F. y Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. España. Editorial McGraw-Hill España

Staton, W. y Etzel, M. y Walker, B. (2007) (14 ed). *Fundamentos de marketing*. México. Editorial McGraw-Hill Interamericana

Tirador, R. (2015). *Teorías y conceptos para analizar las organizaciones gremiales de empresarios*. Revista mexicana de sociología 77(3), 467-495. Recuperado el 24 de octubre de 2024 de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-25032015000300005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032015000300005&lng=es&tlng=es).

## SIGLAS Y ACRÓNIMOS

ANEP: Asociación Nacional de la Empresa Privada  
ASI: Asociación de Industriales de El Salvador  
CAMARASAL: Cámara de Comercio e Industria de El Salvador  
CIEEX: Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones  
COEXPORT: Corporación de Exportadores de El Salvador  
DGA: Dirección General de Aduanas de El Salvador  
DM: Declaración de mercancías  
DR-CAFTA: Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y los Estados Unidos  
DUCA: Declaración Única Centroamericana  
FDA: Food and Drug Administration  
FSPCA: Food Safety Preventive Controls Alliance  
FSMA: Food Safety Modernization Act  
INCAF: Instituto Nacional de Capacitación y Formación  
INSAFORP: Instituto Salvadoreño de Formación Profesional  
PCQI: Individuo Calificado en Controles Preventivos  
ATraCSI: Proyecto Agricultural Trade and Climate Smart Innovations  
SICAF: Sistema Integrado de Capacitación y Formación  
UCA: Universidad Centroamericana José Simeón Cañas  
UE: Unión Europea  
USAID: Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos  
USDA: U.S Department of Agriculture  
USDA FSIS: U.S Department of Agriculture – Food Safety and Inspection Service  
USDA APHIS: U.S Department of Agriculture – Animal and Plant Health Inspection Service

## ANEXOS

## Anexo 1. Ejemplo de afiche



USDA U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE COEXPORT COOPERACION DE EXPORTADORES DE EL SALVADOR iesc

## REGLAMENTO DE TRAZABILIDAD

Domina los fundamentos del nuevo reglamento de trazabilidad de la FDA.  
Descubre qué productos están incluidos y cómo cumplir con los requisitos esenciales para una implementación efectiva.

**JU 25 y VI 26 Julio** | **8:00 AM | 12:00 PM** | **Plataforma Zoom**

**TEMAS:**

1. Marco regulatorio sobre trazabilidad
2. Reglamento de trazabilidad de la FDA
3. Requisitos del reglamento de trazabilidad
4. Plan de trazabilidad
5. Programa pre-requisito de trazabilidad

**PONENTE: Alexandra Calle**  
Profesora en Microbiología e Inocuidad, Escuela de Medicina Veterinaria en Texas Tech University. Bióloga con Especialización en control de calidad.

**INSCRIPCIONES:**  
Violeta Vilanova | Cel: 7318-4777  
promocion@coexport.com.sv  
Damary González | Cel: 6423 3211  
apoyo2@coexport.com.sv

Pequeñas empresas, productores, proveedores no cotizantes, estarán apoyados por el Proyecto USDA Food for Progress ATraCSI.

Fuente: Obtenido de la página de Facebook de COEXPORT

## Anexo 2. Participación en eventos de COEXPORT



Fuente: Obtenido de la página de Facebook de COEXPORT

### Anexo 3. Carta de Asignación de Pasantía



## FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



### CARTA DE ASIGNACIÓN DE PASANTÍAS

Por medio de la presente, en el marco de la carta de entendimiento suscrita por el Decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador y la **Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT)**, donde se establece, como vía de apoyo interinstitucional la oportunidad de realizar prácticas profesionales por parte de los estudiantes, se establece el siguiente proyecto de pasantía:

- **Área:** Eventos y Proyectos COEXPORT.
- **Nombre del proyecto:** Apoyar y organizar Seminarios, Conferencias, Webinar, capacitaciones, entre otros. Relacionados al entorno exportador del país.
- **Descripción del proyecto:** Facilitar y difundir conocimientos empresariales relevantes y actualizados a través del desarrollo y ejecución de eventos innovadores.
- **Periodo de realización:** Del 15 de marzo al 15 de septiembre de 2024.
- **Modalidad y horario:** Presencial, de 8:00 A.M hasta 4:00 P.M.
- **Representante de la empresa encargada del proyecto:** Anita de Castro.
- **Estudiante asignado:** Willian Jefferson Ventura Carpio.
- **Carnet:** VC19005.
- **Carrera:** Licenciatura en Mercadeo Internacional.
- **Funciones a realizar por el estudiante:**
  - Mail Marketing: Elaboración y envío de campañas de correo electrónico estratégicas para promocionar los eventos y generar interés entre los miembros de COEXPORT y el público en general.
  - Telemarketing: Realización de llamadas telefónicas proactivas para invitar a potenciales participantes, responder preguntas y proporcionar información detallada sobre los eventos.
  - Apoyo en la Logística: Colaboración estrecha en la planificación y ejecución de la logística de los eventos, seguimiento de confirmaciones de asistencia y atención personalizada.

Para lo cual se suscribe la presente con el fin de dar inicio al proyecto, a los veintidós días del mes de marzo del año dos mil veinticuatro.

**Lic. Ronald Edgardo Gálvez**  
Director General de PG de la FCE

**Lic. Miguel Castañeda**  
Coordinador de Escuela de Mercadeo Internacional

**Lic. Anita de Castro**  
Representante de la empresa



**Br. Willian Jefferson Ventura Carpio**  
Estudiante pasante

Fuente: Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de El Salvador

Anexo 4. Carta de visto bueno de pasantía



**CARTA DE VISTO BUENO DE PASANTÍA**

Fecha: 16/09/2024

**Lic. Edwin David Arias Mancía**  
**Coordinador de Procesos de Grado**  
**Facultad de Ciencias Económicas**

La presente tiene la finalidad de informarles que el trabajo de pasantía que el Br. Willian Jefferson Ventura Carpio, con carnet N° VC19005, estudiante de la carrera Licenciatura en Mercadeo Internacional, desarrolló en esta institución/empresa la pasantía titulada Seminarios, Conferencias, Webinar, entre otros, la cual ha llegado a su final y luego de tener la presentación respectiva, hemos determinado que ha alcanzado los objetivos de nuestro interés.

Agradeciéndoles su atención, quedamos a sus órdenes para cualquier información adicional.

CC: Director de Escuela y Coordinador(a) de Procesos de Grado de la Escuela.

Atentamente.

Representante de la institución/empresa: \_\_\_\_\_

Firma de V. B. \_\_\_\_\_

Sello: \_\_\_\_\_

**EXPORTACIÓN DA MÁS OCUPACIÓN**

Av. La Capilla #254, Col. San Benito, San Salvador  
PBX: (503) 2212 – 0200  
coexport@coexport.com.sv / www.coexport.com.sv  
f COEXPORT El Salvador @coexport

Miembro de la Federación de Cámaras y Asociaciones de Exportadores de Centro América y El Caribe - FECAEXCA



Fuente: Representante de la institución COEXPORT