



TESIS DE POSTGRADO

FORTALECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES
AGROINDUSTRIALES EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ

SUSTENTADO POR:

JUAN PABLO RIVERA GALEANO

MARÍA ESTELA MARTÍNEZ MADRID

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL

TEGUCIGALPA M.D.C., FRANCISCO MORAZÁN,
HONDURAS, C.A.

ABRIL, 2016

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDO

VICERRECTOR ACADÉMICO

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA

FORTALECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES
AGROINDUSTRIALES EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ

TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE

MÁSTER EN DIRECCIÓN
EMPRESARIAL

ASESOR METODOLÓGICO
CARLOS AUGUSTO ZELAYA OVIEDO

ASESOR TEMÁTICO
DIXIANA JUDITH RIVERA

MIEMBROS DE LA TERNA:

JOSÉ TRANCITO MEJÍA

GERARDO LUJANO

ANTONIO ESCOTO



FACULTAD DE POSTGRADO

FORTALECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES AGROINDUSTRIALES EN EL
MUNICIPIO DE LA PAZ:

Juan Pablo Rivera Galeano y María Estela Martínez Madrid

Resumen

Este trabajo de tesis contiene la investigación desarrollada en el municipio de La Paz, Honduras. Cuyo propósito fue el estudio de la agroindustria y sus respectivos subsectores teniendo como principales actores los comercializadores y los productores agroindustriales. Además de caracterizar la situación actual de la agroindustria en el municipio, se presentan los resultados de cuan preparados están estos actores para operar una empresa debidamente constituida y los diferentes requisitos exigibles para operar comercialmente, además se muestran los conocimientos que poseen los actores en materia de exportaciones. La investigación puntualizó como su objetivo general el diseño de un modelo de gestión que sirva como herramienta para impulsar las exportaciones de productos agroindustriales en el municipio de La Paz y ejemplifica los procedimientos para la internacionalización, los resultados encontrados en esta investigación muestran que en el municipio existe una gran diversidad de subsectores de la agroindustria que van desde el rubro del café, vegetales tradicionales, vegetales orientales y frutales. Pero es el rubro del café donde se encuentra la principal actividad de producción y generación de ingresos.

Palabras claves: agroindustria, subsectores, comercializadores, constituida, puntualiza, diseño de gestión, ejemplifique.



STRENGTHENING THE AGRIBUSINESS EXPORTS IN THE MUNICIPALITY OF LA PAZ

BY:

Juan Pablo Rivera Galeano y María Estela Martínez Madrid

Abstract

This thesis contains the research carried out in the municipality of La Paz, Honduras. Whose purpose was the study of agribusiness and their respective sub-sectors, with the main actors marketers and producers of products agribusiness characteristics. In addition to characterizing the current situation of agribusiness in the municipality, the results are shown how prepared are these actors to operate. A company duly organized and the different applicable requirements to operate. Commercially, plus the knowledge possessed by actors on shows exports. The research points out as its overall objective to design a management model that serves as a tool to boost exports of agro products in the municipality of La Paz and exemplify the procedures for internationalization, the results found in this research show that in the city there is a wide variety of sub-sectors ranging from agribusiness coffee category, traditional vegetables, oriental vegetables and fruit., But coffee is the category where the principal activity of production and income generation.

Keywords: Agribusiness, sub-dealers, constituted, points, design management, exemplifies.

DEDICATORIA

Al principal nutridor espiritual y motivador de mis retos: a ¡Dios!..Gracias por permitirme aprender y tener otro tipo de preguntas más que deseo responder.
A quien sutilmente hace vibrar mi corazón para equilibrar mis reflexiones y decisiones: Madre emprendedora, *María Estela Madrid Ponce*.

AGRADECIMIENTO

A mi equipo incondicional, suplidores de entusiasmo y energía positiva para mi desarrollo profesional: Mí amado esposo; *Wilmer Romero García* y nuestro unigénito *André Antonio Romero Martínez*.

Por cuidar mi entorno para facilitar un verdadero aprendizaje: Mis hermanos: *Eduardo Josué Martínez Madrid* y *José Miguel Martínez Madrid*.

Por ser fuente de inspiración: a mí padre *José Martínez Amador*

María Estela Martínez Madrid

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso por brindarme la vida, capacidad, salud y oportunidad de culminar un logro académico más.

A mi padre y hermana: Elías Antonio Rivera Chavarría y Dixiana Judith Rivera Galeano por creer en mí y por su incondicional apoyo y muestra de aprecio.

Juan Pablo Rivera Galeano

AGRADECIMIENTO

Académico:

A nuestro asesor temático por toda su ayuda paciencia y conocimiento brindados para la elaboración de mi tesis.

A nuestro asesor metodológico Dr. Carlos Zelaya Oviedo por compartir sus conocimientos y guiarnos por el camino correcto para la presentación de mi proyecto final.

Personal:

A mi padre Elías Antonio Rivera Chavarría y hermana Dixiana Judith Rivera Galeano por su apoyo moral, sentimental y económico.

Juan Pablo Rivera Gale

INDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. INTRODUCCIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA	3
1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	5
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO	5
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	5
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.5. JUSTIFICACIÓN	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	7
2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	7
2.1.1. ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO	7
2.1.1.1. LAS EXPORTACIONES COMO ACTIVIDAD DE INTERNACIONALIZACIÓN	7
2.1.1.2. IMPORTANCIA DE LAS EXPORTACIONES	7
2.1.1.3. CONCEPTUALIZACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL	9
2.1.1.4. DIFERENCIA ENTRE COMERCIO EXTERIOR Y COMERCIO INTERNACIONAL	9
2.1.1.5. EL COMERCIO INTERNACIONAL CON RELACIÓN AL PRODUCTO INTERNO BRUTO PIB	10
2.1.1.6. EL COMERCIO INTERNACIONAL EN CIFRAS	11
2.1.1.7. LA AGROINDUSTRIA EN LAS EXPORTACIONES	13
2.1.1.8. CONCEPTUALIZACIÓN DE AGRO-INDUSTRIA	15
2.1.1.9. CLASIFICACIÓN DE LA AGROINDUSTRIA	16

2.1.1.10. TIPOS DE CADENAS AGRO-INDUSTRIALES.....	17
2.1.1.11. CADENAS BÁSICAS MODERNAS	18
2.1.1.12. CADENAS DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS O DE MARCA.....	18
2.1.1.13. CADENAS DE AGRO-EXPORTACIÓN TRADICIONAL	19
2.1.2. ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO.....	19
2.1.2.1. CADENAS DE AGRO-EXPORTACIÓN NUEVA O MODERNA O SUS EQUIVALENTES PARA EL MERCADO INTERNO	19
2.1.2.2. LEYES DE BENEFICIOS FISCALES Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES EN HONDURAS	23
2.1.2.3. LEYES ACTUALES Y BENEFICIOS FISCALES EN MATERIA DE EXPORTACIÓN EN HONDURAS.....	24
2.1.2.4. LEY DE ZONAS LIBRES DE PUERTO CORTÉS ZOLI	24
2.1.2.5. LEY DE ZONAS INDUSTRIALES DE PROCESAMIENTO PARA EXPORTACIONES ZIP	24
2.1.2.6. LEY DE ZONAS AGRÍCOLAS DE EXPORTACIÓN ZADE	25
2.1.2.7. LEY PARA LA PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE INVERSIONES	25
2.1.2.8. CONVENIOS ECONÓMICOS Y TRATADOS DE LIBRE COMERCIO SUSCRITOS POR HONDURAS	25
2.2. TEORÍAS.....	33
2.2.1. TEORÍA DE SUSTENTO	33
2.2.1.1. TEORÍAS MODERNAS DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	39
2.2.1.2. MODELOS DE COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA	41
2.2.1.3. MODELOS DE DUMPING RECÍPROCO.....	41
2.2.1.5. EL MERCANTILISMO	43
2.2.1.6. EL VALOR AGREGADO COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD	44
2.2.1.7. LA INNOVACIÓN COMO VALOR DE COMPETITIVIDAD.....	45
2.2.1.8. LAS EXPORTACIONES COMO ACTIVIDAD DE INTERNACIONALIZACIÓN ...	46
2.2.1.9. IMPORTANCIA DE LAS EXPORTACIONES	46

2.2.1.10. CONCEPTUALIZACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	47
2.2.2. CONCEPTUALIZACIÓN	47
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	49
3.1. CONGRUENCIA METODOLÓGICA	49
3.1.1. MATRIZ METODOLÓGICA.....	49
3.1.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES.....	51
3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS	55
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	56
3.3.1. POBLACIÓN	56
3.3.2. TAMAÑO DE MUESTRA.....	57
3.3.3. UNIDAD DE ANÁLISIS	59
3.3.4. UNIDAD DE RESPUESTA	60
3.4. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS	60
3.4.1. TÉCNICAS.....	60
3.4.2. INSTRUMENTOS	61
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	62
4.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	62
4.2. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	62
DESARROLLO DEL MODELO DE GESTIÓN	72
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	79
5.1. CONCLUSIONES	79
5.2. RECOMENDACIONES	80

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD	82
6.1. MODELO DE GESTIÓN	82
6.2. INTRODUCCIÓN	82
6.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	83
6.3.1. COMPOSICIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN PROPUESTO	83
6.3.1.1. DESARROLLO DE LOS AGROPRODUCTORES	86
PLANO ACTIVO E INTEGRAL: ÓPTICA 1.	86
LEGALIZACIÓN DE LOS AGROPRODUCTORES	86
REQUISITOS Y DOCUMENTOS PARA EXPORTAR EN HONDURAS	86
PLANO ACTIVO E INTEGRAL: ÓPTICA 2	95
DESARROLLO Y AUTOGESTIÓN	95
CAPACIDAD ORGANIZATIVA	95
INMERSIÓN COMERCIAL Y SOCIAL	97
TENDENCIAS Y EXPECTATIVAS	98
6.3.2. PLAN DE GESTIÓN DE LA PROPUESTA	99
6.4. PLAN DE ACCIÓN	99
6.4.1. FASE I PLAN DE INTRODUCCIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN	99
6.4.2. FASE II PLAN PARA DESARROLLAR PRIMER ENCUENTRO ENTRE AGROPRODUCTORES	101
6.5. PLAN DE INVERSIÓN INICIAL	102
6.5.1. INSUMOS	102
6.6. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN	102
TABLA 24. DIAGRAMA DE EJECUCIÓN	106
6.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	108
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	108
ANEXO 1. ENCUESTA	111

ANEXO 2. DECLARACIÓN DE EXPORTACIÓN	115
ANEXO 3. CERTIFICADO FITOSANITARIO	116
ANEXO 4. LISTA DE EMPAQUE	117
ANEXO 5. CERTIFICADO DE ORIGEN FORMA A PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	118

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Cifras oficiales denotan un crecimiento en las exportaciones en el rubro agrícola, uno de los departamentos que muestra ciertos cambios en la actividad agroindustrial en La Paz donde su cabecera también participa. Fue por medio de esta investigación que se conoció parte de las necesidades y las dificultades que afrontan los productores del municipio para competir dentro del segmento agroexportador.

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente documento analiza la situación que atraviesan los agroindustriales en el municipio de La Paz, Honduras en el que se identifica las limitantes que les obstaculiza las exportaciones directas de sus productos. Se propuso un modelo de gestión que mejore el potencial para abrir nuevos mercados internacionales.

La investigación fue necesaria debido a la limitada información actual y precisa sobre la dinámica que han alcanzado los productores del municipio de La Paz en el rubro exportador y su significado en la participación de mercado. La actividad agroindustrial en el municipio de La Paz cuenta con recursos de información recabados y enfocados en el tipo y calidad de suelo, calidad de productos y integración como pequeños y medianos empresarios. Se requiere incorporar estudios y documentación sobre el desarrollo de los productores agroindustriales de esta zona basados en las exportaciones directas.

Esta investigación contiene información que permitió encontrar los obstáculos más frecuentes que los agroproductores encuentran para ser proveedores directos al mercado internacional, así mismo se incorporó mecanismos de desempeño para atraer nuevos polos de oportunidad en el mercado extranjero. Aun no se conoce de un productor o comercializador independiente, proveniente del municipio de La Paz, que haya afrontado un proceso de internacionalización directamente. Limitándose únicamente a la venta de sus productos en el mercado local o a empresas exportadoras de municipios vecinos con márgenes de utilidad bajos o negativos.

1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El país posee un alto potencial para la agroexportación; la cadena de valor del proceso para exportar es indirecto, desde el punto de vista de los agroproductores, ya que son las empresas agroexportadoras las que se encargan de recaudar todos los productos y tienen la potestad para la aceptación o rechazo de los productos recibidos previo a ser enviados fuera del país.

Honduras se ha caracterizado por tener como actividades principales las relacionadas con el campo y la agroindustria, siendo referente a nivel mundial en el cultivo y procesamiento de productos como el banano, el café, palma africana, el cacao, habanos, tilapias y camarones, por mencionar entre los principales. Considerando la producción de estos productos y los servicios que se originan de éstos, representan aproximadamente el 40 % del PIB total del país.

La agroindustria en Honduras, constituye uno de los rubros de mayor relevancia para la economía, generación de ingresos y divisas. Además la mayoría de productos que consume la población del país proviene de esta actividad. La agroindustria está compuesta por dos actividades básicas: 1) La producción y cultivos de productos del agro y 2) Procesamiento de estos productos agroindustriales.

En materia de exportaciones el país es referente mundial en la comercialización internacional de productos agroindustriales como el café, banano y tilapias, compitiendo muy de cerca con los referentes mundiales de estos productos. En cifras las exportaciones representan para el país unos \$ 3,000 millones de dólares de ingresos anuales según datos del BCH, adicionalmente generan 1.2 millones de personas empleadas permanentemente, las cuales representan el 37.5% de la Población Económicamente Activa del país

1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

A pesar de que la agricultura y la agroindustria son sectores muy importantes en la economía del país ya que juntos emplean el 35% de la población económicamente activa en Honduras, en la actualidad se reflejan niveles bajos de productividad y competitividad en

comparación con los demás países de Centroamérica. Debido principalmente a la falta de capital para desarrollar las actividades, carencia de tecnología y dificultad de acceso a los insumos.

Otro factor de análisis es la disminución de las exportaciones de productos agrícolas y agroindustriales en los últimos diez años para la contribución del PIB, contrarrestado únicamente por los volúmenes y precios del café y exportaciones de otros productos como la tilapia y el camarón. La disminución en las exportaciones resulta básicamente de exportar los productos enteros como materia prima, sin ningún valor agregado y sin algo que los haga diferentes, y a expensas de que estos productos sean reimportados como productos finales.

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Un aspecto importante por los que ha disminuido la competitividad entre los productores, es por el desconocimiento de la cadena de valor de los productos, o ya sea por falta de programas o proyectos estatales que ejemplifiquen estos procesos, por lo cual no se cubre por completo esta cadena de valor. En productos como el café se cuenta con índices rentables de productividad, sin embargo los productores no maximizan estos rendimientos debido a que no cubren con los pasos de la cadena de valor ya que comercializan sus productos sin valor agregado.

En el municipio de La Paz sucede lo mismo que a nivel nacional, ya que se cuenta con productos de alto rendimiento por su geografía como lo es el café, frutas como mango y piña y vegetales tradicionales y no tradicionales, que son aptos en el cumplimiento de las exigencias de la internacionalización, pero los productores no cumplen con los respectivos requisitos, ya sea por falta de recursos o desconocimiento de los procedimientos, lo que ocasiona que comercialicen sus productos a precios bajos en caso de que los intermediarios o exportadores les compren sus productos.

Por observación empírica del entorno y por medio de las relaciones personales del autor con productores de café, vegetales orientales y otros rubros, se puede aseverar que en el municipio de La Paz ninguno de los productores independientes exporta directamente sus cultivos, comercializando únicamente con empresas exportadoras de municipios vecinos, o vendiendo a

intermediarios que los trasladan a otro sector del país, y en el peor de los casos comercializan sus productos en el mercado local a precios muy bajos.

Analizando lo anteriormente planteado, como propósito principal de esta investigación se contempla el desarrollo de un modelo de gestión de exportaciones, que satisfaga la necesidad de conocimiento de los productores del municipio de La Paz en materia de exportaciones y que dicho modelo sirva como una herramienta para lograr la internacionalización de los productos.

Como problema específico se tiene entonces, que lograr productos agroindustriales de calidad, índices rentables de productividad y productos con potencial exportador. Analizando lo anteriormente planteado, como propósito principal de esta investigación se contempla el desarrollo de un modelo de gestión de exportaciones, que satisfaga la necesidad de conocimiento de los productores del municipio de La Paz en materia de exportaciones y que dicho modelo sirva como una herramienta para lograr la internacionalización de los productos.

Entre los principales factores que intensifican esta debilidad están las necesidades de aplicar tecnología, uso de insumos y el desarrollo de actividades que ayuden a desarrollar una cadena de valor que sea atractivo para exportar. La disminución en las exportaciones resulta debido a la acción de exportar productos enteros como materia prima, sin valor agregado y sin características que agreguen diferenciación y en muchas ocasiones a expensas de que estos productos sean reimportados como productos finales.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Existencia de la carencia y limitados conocimientos de los productores para exportar sus productos directamente.

¿Qué tan factible es preparar a los productores para que la cadena de valor de sus productos les permita la participación directa en la exportación?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál es la alternativa, tanto para las empresas como individuos, para lograr incorporar a los agroproductores en un proceso directo de internacionalización?

2. ¿Cuál es la característica actual del entorno del sector agroindustrial en el municipio de La Paz, y la de sus actores en la producción, comercialización y exportación de productos agroindustriales?

3. ¿Cuáles son los requisitos legales y técnicos que las empresas e individuos con intenciones de exportar deben verificar nacional e internacionalmente para los procesos de internacionalización?

4. ¿Qué subsector de la agroindustria y que productos agroindustriales que se producen en el municipio de La Paz tienen potencial para la exportación?

1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Contribuir a mejorar el conocimiento de los productores en el municipio de La Paz, mediante un modelo de gestión que les abra oportunidades de comercialización de sus productos agroindustriales para exportar directamente.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1) Identificar la situación actual del sector agroindustrial y sus correspondientes subsectores en el municipio de La Paz.

2) Determinar cuál es la estrategia a seguir para que el agroproductor ofrezca sus productos directamente al mercado internacional.

3) Definir los requisitos técnicos y legales tanto nacionales como internacionales para el proceso de exportaciones.

4) Proponer al sector de la agroindustria, del municipio de La Paz un modelo de gestión que permita un mayor potencial exportador.

1.5. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de la economía actual gira en torno a la competitividad, y el resultado de esta se deriva de ventajas productivas y comparativas entre empresas o países, sumado al mismo tiempo el conocimiento y el saber hacer en base a nuevas tecnologías o la experiencia en los rubros de producción, obteniendo de estos costos competitivos que permiten comercializar los productos y servicios con márgenes rentables tanto a nivel nacional como internacional.

Honduras cuenta con una serie de ventajas productivas y comparativas en la producción de bienes y servicios, producto de la posición geográfica estratégica y la calidad de los productos. Sin embargo no somos competitivos al momento de comercializar tanto en el mercado local como al momento de la internacionalización, específicamente los pequeños productores, producto de la falta de apoyo gubernamental como del desconocimiento de los procesos en relación a trámites administrativos y requisitos técnicos.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del Marco Teórico de esta investigación, se buscó y revisó la literatura, se presentó un análisis teórico en seis (5) vías, las cuales son las siguientes: 1) Caracterización de los modelos de gestión, 2) Presentación de trabajos similares acorde con el tema desarrollados en Latinoamérica, 3) Presentación de la base teórica, donde se estudiaron las principales teorías referentes al tema de estudio, 4) Las exportaciones como actividad de internacionalización y 5) Caracterización del sector agroindustrial.

2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1.1. ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO

2.1.1.1. LAS EXPORTACIONES COMO ACTIVIDAD DE INTERNACIONALIZACIÓN

La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas

"Exportar es simplemente vender es decir en el mercado magnífico, insaciable del mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente" (Bancomex, 2005).

2.1.1.2. IMPORTANCIA DE LAS EXPORTACIONES

En un nivel macroeconómico las exportaciones de bienes y servicios resultan positivas para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país, es una fuente de demanda para la producción doméstica de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los agentes económicos participantes en particular (Emprendedor, 2013).

En un nivel empresarial existen diversas razones (factores microeconómicos) que explican por qué las exportaciones son siempre positivas: permiten diversificar riesgos frente a mercados internos inestables y amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos; promueven la operación con economías a escala, de tal forma que se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios.

Los anteriores son una fuente de crecimiento y consolidación de cualquier empresa si es que los mercados internos son extremadamente competitivos; posibilitan obtener precios más rentables debido a la mayor apreciación del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los cuales se exporta; alargan el ciclo de vida de un producto; mejoran la programación de la producción; permiten equilibrarse respecto a la entrada de nuevos competidores en el mercado interno y mejoran la imagen en relación con proveedores, bancos y clientes.

La exportación no se circunscribe a un tamaño previamente determinado de empresa, aunque pueden existir algunos bienes y servicios en los que se requiera de capitales y la capacidad de coordinar recursos humanos en magnitudes importantes. Existen empresas micro/artesanales, pequeñas, medianas y grandes que se dedican a la exportación. Los elementos prioritarios para poder exportar son: calidad del producto en el mercado de destino, precio competitivo en ese mercado, volumen solicitado por el importador y realizar el servicio posventa, cuando sea necesario. Para lograrlo se requiere de un compromiso con la calidad, ser creativo y actuar con profesionalidad (Emprendedor, 2013).

La incursión en los mercados internacionales se realiza por tradición en mercados más cercanos, de rápido crecimiento y similares culturalmente, donde la competencia es menos agresiva que en los más grandes. En varios de los casos ésta se realiza de manera casual según de los pedidos que se reciban. Sin embargo, se debe iniciar con los mercados donde pueda adquirirse experiencia a un menor costo Minervini (2014).

La exportación es una actividad de mediano y largo plazos que exige una adecuada planeación de los recursos; ésta, sin embargo, no existe cuando la empresa atraviesa por un período de crisis. Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción,

comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional.

2.1.1.3. CONCEPTUALIZACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL

Para enmarcarnos en el contexto de comercio internacional se citarán algunas definiciones para comprender cuáles son sus características.

- Es el intercambio de bienes y servicios entre los países. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas. (Jerez Riesco, 2011)
- El Comercio Internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con menores costos. El comercio también permite a un estado consumir más de lo que podría si produjese en condiciones de autarquía. Por último, el Comercio Internacional aumenta el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía, y caracteriza las relaciones entre los países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías. (Krugman, 2010)
- Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países. (Jerez Riesco, 2011)

¿Qué es entonces el Comercio Exterior? El Comercio Exterior se define como el comercio internacional e intercambio comercial de un país, cuando se especifica el mercado meta de destino de una transacción. Por ejemplo: El comercio exterior de México con Canadá.

2.1.1.4. DIFERENCIA ENTRE COMERCIO EXTERIOR Y COMERCIO INTERNACIONAL

La diferencia primordial entre comercio exterior y comercio internacional es la siguiente: Por el comercio internacional se debe entender como la actividad en su conjunto, es decir a la serie de lineamientos, requerimientos, directrices y normas que regulan a la actividad misma, independientemente de la nación o naciones involucradas en ellas.

Por su parte el comercio exterior, se aplica a la relación económica y jurídica que se da en un lugar y momento determinado entre dos o más naciones específicamente señaladas. Ejemplo el Comercio Exterior entre México y EE.UU.

2.1.1.5. EL COMERCIO INTERNACIONAL CON RELACIÓN AL PRODUCTO INTERNO BRUTO PIB

Como se menciona anteriormente, una exportación es un producto vendido por un país a otro y una importación es un producto comprado a otro país. Cuando pensamos en comercio exterior, nos vienen a la mente los bienes transportados de un país a otro, pero no es necesariamente así en el caso de los servicios. Los servicios de construcción, por ejemplo, son ejecutados “in situ” en el país importador.

Los viajes y el turismo también son dos grandes categorías de exportaciones que se producen en el país importador: la entrada que paga un estadounidense por visitar la Torre Eiffel es un exportación francesa de un servicio mientras que la visita de un turista chino al Gran cañón del Colorado aumenta las exportaciones estadounidenses de servicios.

La balanza comercial de un país es la diferencia entre el valor total de sus exportaciones y el valor total de sus importaciones (en general se incluyen tanto los bienes como los servicios) (FEENSTRA, 2008).

Los países que exportan más de lo que importan, como China en los últimos años, cuentan con un excedente comercial mientras que países como Estados Unidos, que importan más de lo que exportan, tienen un déficit comercial. Hasta ahora se ha hablado del valor del comercio que atraviesa las fronteras internacionales. Pero hay otra manera en la que suelen presentarse los datos comerciales: con relación al Producto Interior Bruto (PIB), que es el valor de los bienes y servicios finales producidos durante un año.

El crecimiento económico es el crecimiento porcentual del producto interno bruto real en relación con los habitantes del país, y puede haber crecimiento sin desarrollo cuando éste no

modifica las estructuras económicas de la sociedad, es decir no se hace sostenido su impacto en el tiempo. El comercio internacional es una vía segura para alcanzar crecimiento y el posterior desarrollo económico. La literatura al respecto lo explica fácil y ampliamente, incluso la doctrina económica analiza los niveles en que se da ese desarrollo, y por qué comercializan las naciones (Lucena Castellanos, 2006).

2.1.1.6. EL COMERCIO INTERNACIONAL EN CIFRAS

Los datos en términos reales revelan no sólo que el producto interno bruto (PIB) mundial y las exportaciones mundiales de mercancías evolucionan en paralelo sino también que el crecimiento de las exportaciones es un múltiplo del crecimiento del PIB.

Un mayor crecimiento del PIB mundial está asociado con un crecimiento todavía más rápido del comercio internacional. El descenso acusa también la misma tendencia. Desde 1950 el crecimiento del volumen de comercio internacional ha superado al crecimiento de la producción mundial. De acuerdo a las cifras que se presentan en la figura 1, durante el período 1950-2004 el comercio creció a un ritmo medio anual del 6,2 por 100, mientras que el PIB mundial lo hizo cerca del 3,8 por 100.

Esto significa que durante el período 1950-2004 mientras que el PIB mundial se multiplicó aproximadamente por 7, el comercio lo hizo por 27. La mayor velocidad del crecimiento del comercio frente a la producción significa que el porcentaje de la producción que se destina a los mercados internacionales es cada vez mayor. Este es uno de los indicadores más importantes al analizar el proceso de globalización de la economía mundial. En el año 2004 la exportación mundial de bienes representaba el 22 por ciento del PIB mundial; este porcentaje representa más del triple que el de 1950 (Amimondo, 2010).

Como se puede observar en la Figura 1. El crecimiento del comercio como de la producción, así como la relación entre ambos crecimientos, no ha sido constante a lo largo del tiempo. Desde el comienzo de la década de los 50 hasta mediados de la década de los 70, la denominada “época dorada” de la economía mundial, el comercio y la producción mundial crecieron a unas tasas muy

altas, rondando porcentajes del 8 por ciento y del 5 por ciento respectivamente. Sin embargo, en el periodo 1974-1995 se produce una ralentización del crecimiento del PIB y del comercio internacional.

La caída del crecimiento fue especialmente aguda durante la década de 1970 debido al aumento del precio del petróleo. No es hasta la segunda mitad de la década de 1990 cuando el comercio internacional vuelve a recuperar ritmos de crecimiento similares a los de la época dorada; durante este periodo, el fuerte ritmo de crecimiento de los Estados Unidos permitió un avance muy importante en los intercambios internacionales, aun cuando se produjeran crisis financieras muy importantes en el Sudeste asiático, Rusia y Brasil.

En el año 2001, se produce una caída muy importante en el comercio internacional, con un decrecimiento del 0,5%. Este decrecimiento es debido a la fase recesiva que comienza a crecer en Europa Occidental y, en menor medida, al efecto de los trágicos acontecimientos del 11 de septiembre de 2001. Las regiones que mayor caída sufren en el volumen de comercio son aquellas que exportan intensivamente tecnologías de la información y de la comunicación: Este de Asia (Singapur y Taiwán) y Estados Unidos (FEENSTRA, 2008).

Durante el año 2002 se produce una tímida recuperación en el crecimiento del comercio internacional, la cual se consolida en el año 2003. En el año 2004 el comercio internacional experimenta un fuerte crecimiento gracias al fuerte aumento de la demanda en Estados Unidos, la región de Asia en desarrollo (especialmente China), los países en transición y Latinoamérica.

La figura 1 muestra la comparación del PIB y las exportaciones de mercancías en la cual se denota desde el año 1997 hasta el 2007 un crecimiento medio en las exportaciones y el PIB, siendo los años 2000, 2004 y 2006 los de mayor crecimiento. Para el año 2001 se presenta una caída internacional general a consecuencia de los ataques terroristas ocurridos en Estados Unidos de América. Gradualmente después de 2001 se vuelve a evidenciar un incremento medio durante los siguientes cuatro años.

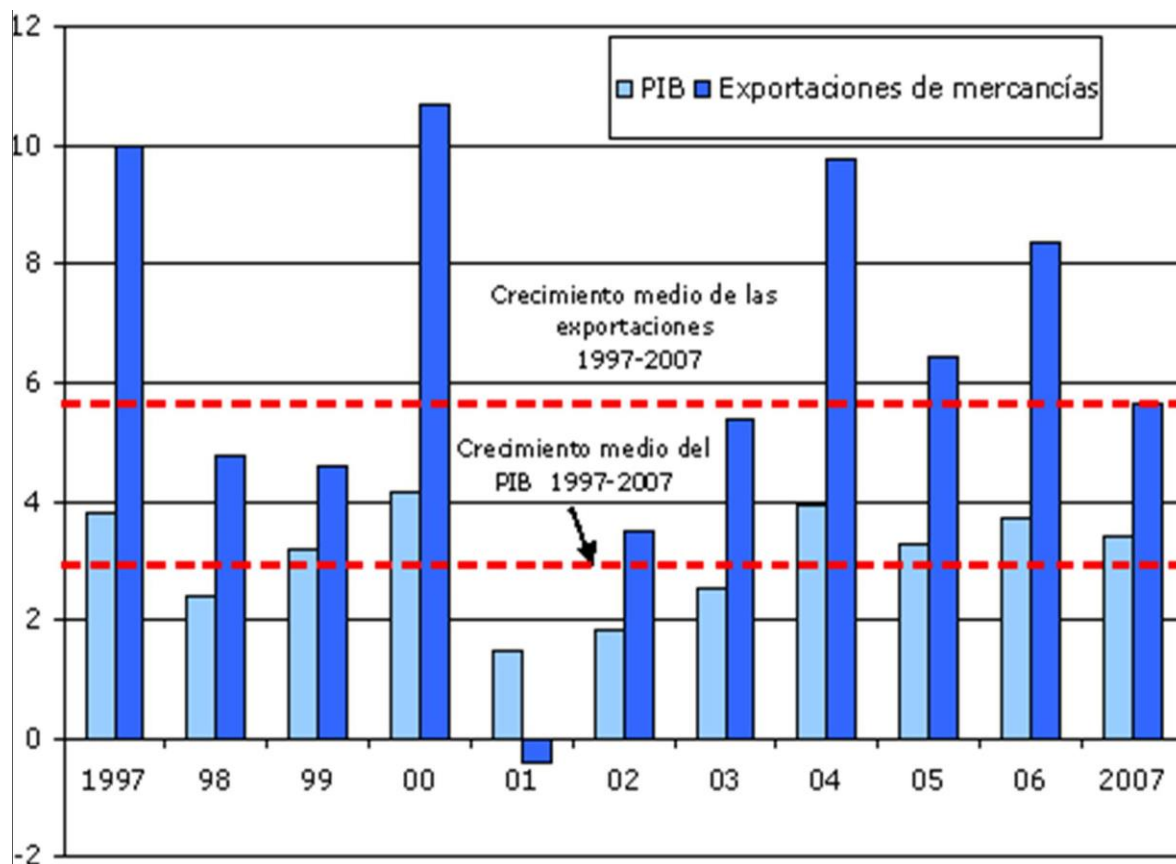


Figura 1. Crecimiento Comercio Internacional vrs PIB
Fuente OMC, 2001

2.1.1.7. LA AGROINDUSTRIA EN LAS EXPORTACIONES

La revisión de los estudios disponibles sobre la agroindustria revela las dificultades existentes para adoptar una definición metodológicamente correcta de este término, que abarque los subsectores que conceptualmente se identifiquen dentro de este título. A los efectos del presente estudio, se considera agroindustria al sector que agrupa el conjunto de operaciones de transformación, conservación, preparación y acondicionamiento de productos agropecuarios y pesqueros o de consumo intermedio de éstos, efectuadas por unidades de producción industrial o artesanal con destino a la alimentación o animal.

A partir de esta definición pueden plantearse dudas en la consideración o no, de ciertas actividades como industria agroalimentaria. Este es el caso, por ejemplo, de las frutas y hortalizas frescas que no están sometidas a procesos industriales antes de llegar al consumidor final. Sin

embargo, existen actividades de tratamiento post-cosecha como el enfriamiento, la selección, el acondicionamiento y el empaque que, sin ser actividades estrictamente industriales, pueden modificar las características del producto (Lomo, Ossorio Fiend, & IICA, 2009).

Para el caso que nos ocupa, no incluiremos esta actividad en el concepto de industria agroalimentaria. La agricultura y la industria han sido consideradas tradicionalmente como dos sectores separados tanto por sus características como por su función en el crecimiento económico. Se ha estimado que la agricultura es el elemento característico de la primera etapa del desarrollo, mientras que se ha utilizado el grado de industrialización como el indicador más pertinente del avance de un país en la vía del desarrollo. Además, se ha sólido afirmar que la estrategia adecuada de desarrollo es la que permite pasar más o menos gradualmente de la agricultura a la industria, correspondiendo a la agricultura financiar la primera etapa de ese paso.

Sin embargo, esta opinión ha dejado de ser ya adecuada. Por una parte, se ha reconsiderado y reevaluado la función de la agricultura en el proceso del desarrollo desde el punto de vista de su contribución a la industrialización y su importancia para un desarrollo armónico y una estabilidad política y económica. Por otra, la misma agricultura ha llegado a ser una forma de industria, a medida que la tecnología, la integración vertical, la comercialización y las preferencias de los consumidores han evolucionado según pautas que se ajustan más al perfil de los sectores industriales comparables, a menudo con una notable complejidad y riqueza en cuanto a su variedad y ámbito.

Los recursos de la agricultura resultan cada vez más sensibles a las fuerzas del mercado y se integre más en los factores de la interdependencia industrial. Los productos agrícolas están determinados por tecnologías de complejidad creciente e incorporan los resultados de importantes esfuerzos de investigación y desarrollo, y responden en medida creciente a refinadas preferencias individuales y colectivas con respecto a la nutrición, la salud y el medio ambiente. Aunque todavía se puede distinguir entre la fase de producción de materias primas y la de elaboración y transformación, en muchos casos esta distinción queda difuminada a causa de la complejidad de la tecnología y según la medida de la integración vertical: la industrialización de la agricultura y el

desarrollo de la agroindustria son, en efecto, un proceso común que está generando un tipo completamente nuevo del sector industrial (Lomo, Ossorio Fiend, & IICA, 2009).

2.1.1.8. CONCEPTUALIZACIÓN DE AGRO-INDUSTRIA

El término agroindustria se refiere a un constructo social e histórico regional, es decir al conjunto de procesos y relaciones sociales de producción, transformación, distribución y consumo de alimentos (“frescos” y procesados), en diferentes escalas espaciales.

La organización de la agroindustria no es un proceso libre de fricciones. En ella participan grupos de actores sociales (como empresas, productores agrícolas, jornaleros, agentes del Estado y consumidores), que se caracterizan por su heterogeneidad sociocultural y su diversidad de intereses, los cuales entran a menudo en contradicción (OMC, 2001).

La agroindustria es una actividad económica que combina, básicamente, el proceso productivo agrícola con el industrial, para producir alimentos o materias primas destinados a un mercado y dentro de una operación rentable. En dicho proceso, la agricultura y la industria pueden alcanzar integraciones verticales u horizontales y llegar hasta la integración con los procesos de comercialización y provisión de insumos.

Agroindustria "toda actividad de beneficio, procesamiento o transformación de productos generados por los subsectores agrícola, pecuario, forestal y pesquero"; donde el beneficio es adaptar su forma para su utilización final. Las actividades que pertenecen a la agroindustria son la matanza de ganado, el corte y congelación de carnes, la pasteurización de la leche, el desmote de algodón, entre otras y es agroindustria, los alimentos procesados, la producción de textiles de fibras naturales y producción de cueros, de maderas y de papel (Ossa Escobar, 1984).

Una definición común y tradicional de la agroindustria se refiere a la sub-serie de actividades de manufacturación mediante las cuales se elaboran materias primas y productos intermedios derivados del sector agrícola. La agroindustria significa así la transformación de productos procedentes de la agricultura, la actividad forestal y la pesca.

2.1.1.9. CLASIFICACIÓN DE LA AGROINDUSTRIA

Una clasificación útil de la agroindustria es la distinción entre industrias proveedoras de materias primas e industrias consumidoras de materias primas. Las primeras intervienen en la elaboración inicial de los productos agrícolas, como la molienda del trigo y el arroz, el curtido del cuero, el desmotado del algodón, el prensado del aceite, el aserrado de la madera y el enlatado de pescado. Las segundas se encargan de la fabricación de artículos a base de productos intermedios derivados de las materias agrícolas, como la fabricación de pan y galletas, de tejidos, de papel, de ropa y calzado o de manufacturas de caucho (FAO, 2013).

Otra distinción se basa también en la naturaleza del proceso de producción que, en muchos casos, puede variar desde la artesanía hasta la organización industrial. Por ejemplo, en algunos países en desarrollo, el mismo artículo puede estar producido por un tejedor artesanal que trabaja en su casa con un telar manual o por una gran fábrica de tejidos que dispone de maquinaria especializada y sistemas complejos de organización y que produce una amplia gama de artículos industriales para los mercados interno y externo. En tales casos, puede desorientar una definición de agroindustria basada únicamente en los artículos que se producen, debido a que sólo el segundo de los dos métodos de producción mencionados tiene características industriales.

Sin embargo, hoy en día, resulta cada vez más difícil establecer una demarcación precisa de lo que debe considerarse actividad agroindustrial: los efectos de los procesos de innovación y las nuevas tecnologías obligan a ampliar la gama de los insumos agroindustriales que pueden tenerse en cuenta, incluyendo, por ejemplo, productos biotecnológicos y sintéticos. Esto significa que actualmente la agroindustria sigue elaborando artículos agrícolas sencillos, a la vez que transforma también insumos industriales muy especializados que frecuentemente son el resultado de notables inversiones en investigación, tecnología e inducciones.

A esta complejidad creciente de los insumos corresponde una gama cada vez mayor de procesos de transformación, que se caracterizan por la alteración física y química y tienen por objeto mejorar la comerciabilidad de las materias primas según su uso final. Todos estos factores, es decir, la complejidad creciente de los insumos, los efectos de los procesos de innovación y

nuevas tecnologías, la especialización y la gama cada vez mayor de procesos de transformación, hacen que sea más difícil establecer una distinción clara entre lo que debe considerarse estrictamente industria y lo que puede clasificarse como agroindustria (Ossa Escobar, 1984).

Según la clasificación tradicional de las Naciones Unidas, Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU), que es bastante rígida, pero útil a efectos estadísticos, la producción agroindustrial se presenta en muchos sectores de manufacturación: Elaboración de productos alimenticios, bebidas y productos de tabaco; Fabricación de productos textiles, prendas de vestir y cueros; Producción de madera y productos de madera, incluidos muebles; Fabricación de papel y de productos de papel, y actividades de edición e impresión; Fabricación de productos de caucho. Aunque en este capítulo se tratan todos estos sectores de la agroindustria, se centra sobre todo la atención en el grupo especialmente importante de los alimentos, bebidas y tabaco (Ossa Escobar, 1984).

2.1.1.10. TIPOS DE CADENAS AGRO-INDUSTRIALES

Si los productos reúnen los atributos genéricos, cabe tratar de elaborar, en forma preliminar, una tipología de las cadenas agroindustriales respectivas, de acuerdo con su mayor o menor aptitud para incorporar ventajosamente a los pequeños productores agropecuarios (CEPAL, FAO, >Z, 1998).

Estimativamente, entre los factores que hay que considerar en tal sentido figuran:

- La presencia o ausencia de economías de escala en la base agrícola proveedora de insumos;
- El dinamismo de la demanda nacional e internacional de los productos en cuestión.
- La importancia del insumo agrícola en el valor del producto final.
- La flexibilidad de la agroindustria en materia de escala y de localización.

La capacidad de la agroindustria de inducir progreso técnico en su entorno agrícola dependerá de la presencia de determinadas combinaciones de los factores indicados. Empleando los criterios recién mencionados, y teniendo como eje la capacidad de la agroindustria de inducir progreso técnico en su fuente de abastecimiento agrícola.

Según CEPAL, FAO, & GTZ, (1998) se puede distinguir, en una primera aproximación, cinco tipos de cadenas agroindustriales. Cadenas Básicas Tradicionales Corresponden a las cadenas centradas en torno a granos básicos o tubérculos para consumo humano. Se caracterizan por bajas elasticidades de demanda; gran heterogeneidad en la fase industrial; presencia creciente de economías de escala en la producción primaria y un comercio internacional dominado por un número reducido de grandes compañías transnacionales, con escasa transparencia en sus operaciones.

Con excepción de algunas líneas de la cadena dominadas por agroindustrias concentradas (por ejemplo, ciertas variedades especiales de trigo candeal para la producción de pastas), su capacidad de inducir progreso técnico en la agricultura familiar es muy reducida, lo que no significa que no existan posibilidades de articulación que mejoren los ingresos campesinos.

2.1.1.11. CADENAS BÁSICAS MODERNAS

Se caracterizan por un gran dinamismo en la demanda; por un grado relativamente alto de concentración en el núcleo principal de la cadena; por la presencia de economías de escala en algunos rubros (granos para alimentación animal y oleaginosa) y su relativa ausencia en otros (engorda de aves, remolacha azucarera, producción de leche, semillas). Su capacidad de inducir progreso técnico es relativamente elevada, sobre todo en aquellos casos en que no hay economías de escala significativas en la base primaria (FAO, 2013).

2.1.1.12. CADENAS DE PRODUCTOS DIFERENCIADOS O DE MARCA

Se caracterizan especialmente por el papel decisivo que desempeña la propaganda en la dinamización de la demanda. En este caso, el peso de los insumos agrícolas en el producto final (bocadillos, derivados de cereales, gaseosas y otros) es generalmente muy bajo; el núcleo agroindustrial muestra, en general, un alto grado de concentración y escasa capacidad de inducir progreso técnico en la base agrícola, a causa de la poca importancia del insumo agrícola en el valor final del producto (FAO, 2013).

2.1.1.13. CADENAS DE AGRO-EXPORTACIÓN TRADICIONAL

A pesar de que estas agroindustrias, cuando están basadas en los granos básicos (trigo, arroz, maíz, frijol), tienen atributos semejantes a las cadenas básicas tradicionales en lo que a capacidad de inducir progreso técnico se refiere, las mayores exigencias de calidad y regularidad que plantea la exportación pueden redundar en una mayor capacidad de inducción que la correspondiente a las agroindustrias que producen para el consumo interno (Di Paula, Paladino, & Plottier, 2009).

2.1.2. ANÁLISIS DEL MICRO-ENTORNO

2.1.2.1. CADENAS DE AGRO-EXPORTACIÓN NUEVA O MODERNA O SUS EQUIVALENTES PARA EL MERCADO INTERNO

Entre los rubros correspondientes a estas cadenas figuran los productos hortofrutícolas, las flores, esencias, finas hierbas y otros, que son en general productos de alto valor agregado por unidad de peso, que se caracterizan por el gran dinamismo de la demanda internacional; por no presentar economías de escala significativas en la producción primaria (lo cual permite obtener una rentabilidad elevada en unidades pequeñas), y por un alto grado de concentración, con algunas excepciones, en el núcleo agro comercial o agroindustrial. Estas cadenas tienen una gran capacidad potencial para inducir progreso técnico en las zonas de pequeña producción (Di Paula, Paladino, & Plottier, 2009).

Dentro de la revisión teórica que se realizó para identificar los trabajos o investigaciones que se han realizado anteriormente en el país referente a tema de investigación, se encontraron estudios realizados por estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y por instituciones de gobierno como la Secretaría de Industria y Comercio y las diferentes Cámaras de Industria y Comercio, se concluyó que todos giran alrededor del “Manual del Exportador de Honduras” el cual lo realizó la Fundación para la Inversión y Desarrollo de Exportaciones “FIDE”, mediante su programa Honduras Si Exporta (FIDE, 2012).

Referente al Manual del Exportador de Honduras que es actualizado por La Fundación para la Inversión y Desarrollo de Exportaciones FIDE, una institución privada-sin fines de lucro, creada en 1984 para promover la inversión en el país, describe el desarrollo de las exportaciones y trabaja se nutre parcialmente del gobierno y de otros organismos privados en la promoción y formulación de nueva legislación conducente a mejorar el clima de negocios en Honduras. El programa de exportadores de FIDE, Honduras SI Exporta, provee asesoría técnica y comercial a los exportadores de Honduras. Su objetivo es acompañar en el proceso exportador a empresarios hondureños, brindándoles información relevante para la toma de decisiones y apoyándoles en la búsqueda de mercados internacionales para sus productos (FIDE, 2012).

El manual del exportador es una guía mediante la cual las personas naturales y jurídicas legalmente establecidos, puedan verificar los requisitos administrativos, legales y técnicos para emprender un proceso de exportación. Además presenta los diferentes documentos y certificaciones que se deben poseer para comercializar los productos en el exterior.

Puntos principales del Manual del Exportador de Honduras:

- Inscripción de la Empresa como Exportador
- Procedimientos por tipo de Exportación
- Certificado Fitosanitario de Productos
- Certificado Zoosanitario para Exportación
- Documentación de Exportación

Las exportaciones agroalimentarias del país alcanzaron en el 2009 unos \$ 1,662.5 millones de dólares que representaron aproximadamente el 70% de las exportaciones totales de bienes del país (excluyendo la maquila). Adicionalmente el sector genera 1.2 millones de empleos permanentes que representa el 37.5 % de la Población Económicamente Activa (PEA).

Según el Gobierno de Honduras (1993), Los objetivos fundamentales de las políticas del Programa de Modernización son crear más empleo rural e incrementar los ingresos rurales sobre todo para los pequeños productores, a estos efectos tenemos que producir más y exportar más. Esta situación se ha hecho sentir en la década pasada con aportes del extranjero.

Cuenta del Milenio Honduras (2010) afirma: “El programa provee asistencia técnica integral con un enfoque basado en sistemas donde los productores aprenden a implementar las tecnologías y las prácticas básicas de producción a través de programas de manejo integrado de cultivo” (p. 3).

En el caso de las exportaciones de productos agrícolas y la apertura directa que buscan los productores hacia el comercio internacional puede notarse la existencia de mecanismos especiales transicionales que permiten solicitudes con disposiciones arancelarias con “entrada temporal” libre de impuestos para promover los productos. En América, los países cuentan con un régimen propio arancelario y cada país se ha suscrito, al menos, a un convenio internacional regional que dictan aranceles especiales del bloque y cuyas implicaciones y convenios existentes permiten que productores exhiban sus productos con el objetivo de encontrar puertas a la exportación.

Es así que la actividad comercial en Centro América y América Latina tuvo un gran giro, las cifras muestran una diferencia incrementada en comercio, en 11 años, de 506 mil millones de dólares. Para 2004 el comercio movió 513 mil millones de dólares y en 1993 el comercio era de 7 mil millones de dólares (Cuenta del Milenio Honduras, 2010).

Esta promoción de productos y eliminación de barreras en el comercio incluye, la devolución de derechos arancelarios para reducir las discriminaciones a los proveedores o productores. En relación a las aperturas; Canadá, Estados Unidos y los Estados Americanos Mexicanos, que el bloque es atractivo para negocios internacionales y el más rico mundial debido a los 440 millones de consumidores con un promedio de ingresos de 29,000.00 dólares anuales (Minervini, 2014).

Se pudo obtener la recopilación de al menos más de una docena de barreras para la exportación, está considerado entre las principales por parte de los productores son los aranceles, las vías de comunicación desde viales hasta tecnológicas, las barreras generales de cultura y geografía sin embargo están integradas otras que no son visibles y muy fundamentales, en base a la experiencia de muchos expertos en la internacionalización comercial y es la falta de la cultura exportadora, la familiarización con la exportación, la organización de estructuras internas que permitan enlazar relaciones comerciales sin improvisar sino bajo la investigación y creación de contactos.

Las transformaciones estructurales en la economía de Honduras durante las últimas dos décadas han tenido un gran impacto en el sector agropecuario. Evidencias de este impacto ha sido la reducción en la participación del valor agregado del sector, en el PIB, el incremento de la importancia de los cultivos no tradicionales en las exportaciones y el cambio en la composición de la estructura agraria (Canales, 2009).

Un país que fomenta la agricultura y sus servicios al mercado apoya esfuerzos que integren capacitación y actualización de conocimientos, en el caso de Perú, por ejemplo, lo hizo a través del Fondo para el Desarrollo de Servicios Estratégicos (FDSE) y se apoyó a microempresas de servicios, se les dio asesoría para la gestión de las mismas. También con el apoyo de INCAGRO se capacitó a profesionales interesados en formar y manejar exitosamente empresas de servicios agropecuarios (Lázzaro, 2013).

Los productores admiten que la diversidad agrícola les permite reducir el impacto comercial en momentos críticos en el caso de una empresa exportadora peruana ellos muestran que un mismo producto con valor agregado también les ha dado fuerte impacto para apropiarse de agroexportación como el caso de la empresa POMALCA; un hecho importante es que la siembra continua nos ha permitido no solo comercializar ají seco también incursionar en la venta de ají fresco, para lo cual se ha implementado una plata nueva de envasado (Agro Enfoque, 2011).

Octavio Chirinos, director de la Maestría de Agronegocios de ESAN, indicó que si existen experiencias de asociatividad de productores que han logrado exportar, como es el caso del café o del banano orgánico. Sin embargo, dijo que es mejor ubicarse en una parte de la cadena, pues si uno es muy chico no siempre podrá cubrir los costos de la exportación. Por el contrario, la presidenta de Conveagro, Lucila Quintana, considero que es mejor acortar la cadena de la agroexportación porque en ese camino se logran mayores ingresos para los productores. "La agricultura está amenazada por la intermediación, más aun los pequeños que no pueden dar valor agregado y lograr un contacto directo para exportar. (Ramírez, 2011, p. 1)

No se equivoca. Érika Samanez, directora de Cerámicas Kantu, quien también participó en la última edición de Expo-Perú, ¿piensa lo mismo? ¿La facilidad del idioma, la cercanía y sobre todo la ubicación geográfica (de Panamá) me darán la oportunidad de estar presente en otros mercados en forma simultánea? comenta. NO HAY MERCADO CHICO, Ricardo Limo, subdirector de Servicios de Pon-Perú, afirma que mercados como el panameño o el centroamericano en general abren mayores oportunidades, sobre todo a las pequeñas y medianas empresas que luego de tener una primera experiencia exportadora con mercados regionales (más cercanos y similares al

nuestro) ingresan a una fase mucho más madura en la que pueden ofrecer un producto de mejor calidad .(Comercio, E. 2010, p. 2)

A pesar de la pérdida relativa dentro del PIB, el sector agrícola sigue siendo importante para la economía, sobre todo para la generación de empleo y divisas. La contribución del sector agrícola en el PIB disminuyó de 22% en 1990 a menos de 14% en los últimos años. Sin embargo, este índice no incluye los productos agroindustriales y los servicios vinculados directa o indirectamente con la producción de productos de origen agrícola. Junto con la rama de manufactura de alimentos, en el 2002 representó el 31% del PIB (CEPAL, FAO, >Z, 1998).

La reactivación de la economía mundial, en especial la de los Estados Unidos, durante los primeros dos trimestres del 2010, favoreció la recuperación de la economía hondureña, generando condiciones favorables que se tradujeron en un mayor dinamismo en el comercio exterior. El sector agroalimentario continúa siendo el soporte fundamental de la economía hondureña. El PIB agrícola en 2009 representó el 13% del PIB total, y si se toma en cuenta los productos agroindustriales y los servicios vinculados directo o indirectamente con la producción y comercialización de productos de origen agroalimentario, su aporte al PIB oscila entre el 40% y 45% (De Loma, Petschen, & Ganoza,2011).

2.1.2.2. LEYES DE BENEFICIOS FISCALES Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES EN HONDURAS

El tema de las Leyes de Beneficios Fiscales es de suma importancia, porque sin duda el empresario siempre está pensando en las opciones de inversión que le sean más rentables y la parte fiscal siempre es un elemento importante en esta consideración. También es importante tener presente que los países que han firmado tratados de libre comercio, pueden tener restricciones para empresas que operen bajo el beneficio de una ley de incentivos. (International G.T., 2012)

Como consecuencia de los acuerdos que se han aceptado por los Estados Miembros de la Organización Mundial de Comercio - OMC -; en cuanto al plan de acción para el desmantelamiento de los beneficios fiscales relacionados con las actividades de exportación; se ha llegado al

compromiso de que las Leyes de fomento dejen de tener vigencia con efectos hasta el 31 de diciembre del año 2015 para algunos países de la región.

2.1.2.3. LEYES ACTUALES Y BENEFICIOS FISCALES EN MATERIA DE EXPORTACIÓN EN HONDURAS.

Beneficios: 1) Es un mecanismo de importación temporal de materias primas, productos semi-elaborados, envases, empaques y otros insumos que sean necesarios para producir los bienes o servicios que se exporten a países no centroamericanos, y de importación de maquinaria, equipo, moldes, herramientas, repuestos y accesorios exclusivamente para ensamblar, transformar, modificar o producir los bienes o servicios destinados a la exportación a países no centroamericanos. 2) Exoneración total de pago del Impuesto Sobre la Renta por las utilidades provenientes de la exportación de bienes a países no centroamericanos, por un período de diez (10) años (International G.T., 2012).

2.1.2.4. LEY DE ZONAS LIBRES DE PUERTO CORTÉS ZOLI

Beneficios Fiscales: Exoneración de impuestos arancelarios cargos, recargos, derechos consulares, impuestos internos, de consumo y demás impuestos y gravámenes que tengan relación directa o indirecta con las operaciones aduaneras de importación y exportación a la Zona Libre de Puerto Cortés. Las utilidades en la Zona Libre quedan exoneradas del ISR.

2.1.2.5. LEY DE ZONAS INDUSTRIALES DE PROCESAMIENTO PARA EXPORTACIONES ZIP

Beneficios Fiscales: Exoneración total del pago de derechos arancelarios, derechos consulares, cargas y recargos, impuestos internos de consumo, producción, venta y demás impuestos, gravámenes, tasas y sobre-tasas a la importación y exportación de bienes y mercaderías. Las utilidades quedan exoneradas del pago de impuesto sobre la Renta (International G.T., 2012).

2.1.2.6. LEY DE ZONAS AGRÍCOLAS DE EXPORTACIÓN ZADE

Beneficios Fiscales: Las Empresas incorporadas al régimen de Zonas Agrícolas de Exportaciones gozarán de:

a) Exoneración total del pago de derechos arancelarios, derechos consulares, cargos y recargos, impuestos internos de consumo, producción, venta y demás impuestos, gravámenes, tasas y sobretasas, sobre los bienes y mercaderías que importen y/o exporten amparados en la presente Ley.

b) Exoneración del pago de impuestos estatales

c) Exoneración del pago de Impuesto Sobre la Renta sobre las utilidades que obtengan en sus operaciones.

2.1.2.7. LEY PARA LA PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE INVERSIONES

Beneficios Fiscales: Ley para la promoción y protección de inversión, le garantiza al inversionista extranjero que sus bienes y recursos reciben protección y una tasa de retorno por medio de mecanismos como seguros de riesgo político. Amplía garantías de protección conforme al derecho Internacional (International G.T., 2012).

2.1.2.8. CONVENIOS ECONÓMICOS Y TRATADOS DE LIBRE COMERCIO SUSCRITOS POR HONDURAS

Listado de Tratados Comerciales Vigentes y en Proceso de negociación por el Gobierno de Honduras. El proceso de apertura comercial iniciado por el Gobierno de Honduras desde la década del setenta se ha acelerado en los últimos años, culminando con la entrada en vigencia del CAFTA. Estos procesos crean varias oportunidades que deben ser conocidas por el exportador a fin de aprovecharlas al máximo (FIDE, 2012).

Tabla 1. Convenios y Tratados Comerciales Vigentes en Honduras

Tratado	Suscripción	Fecha de Vigencia	Estado	Tipo de Acuerdo
Tratado de Libre Comercio entre México, Guatemala, Honduras, El Salvador	29 de Junio de 2000	01 de Junio 2001	Vigente	Bilateral
Tratado de Libre Comercio Centroamérica- República Dominicana	Tratado de Libre Comercio de Abril de 1998 (1er protocolo)	19 de diciembre de 2001	vigente	Bilateral
Tratado de Libre Comercio Centroamérica –Chile	Tratado: 18 de Octubre de 1999	19 de julio 2008	vigente	Bilateral
Tratado de Libre Comercio Honduras, El Salvador y Taiwán	07 de mayo de 2007	15 de julio de 2008	vigente	Bilateral
Tratado de Libre Comercio Centroamérica– Panamá	06 de Febrero de 2002 Protocolo bilateral: 15 de junio de 2007	8 de enero de 2009	vigente	Bilateral
Tratado de Libre Comercio CA3– Colombia	09 de Agosto de 2007	26 de marzo de 2010	Vigente	Bilateral

Miembros de la OMC	01 de Enero de 1995		Vigente	Bilateral
Mercado Común Miembro del Centroamericano (MCCA)	13 de Diciembre 1960		Vigente	Unión aduanera
Tratado de Libre Comercio CA4- Canadá		En proceso de Negociación		
Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea		En proceso de Ratificación (Etapa Final)		
Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y CARICOM		En proceso de negociación, la Primera Reunión de Negociación fue el 11 de agosto de 2007		

Fuente: FIDE 2012

2.1.3. ANÁLISIS INTERNO

Por su cuenta algunos de los productores de la zona han buscado las alternativas de inversión gradual debido a la competencia aunque no a los ritmos considerados. Los métodos tradicionales de cultivo están siendo suplantados progresivamente y los métodos tecnificados han dado la pauta a una diversificación de cultivos en La Paz y Comayagua (Coloma, F., 2004).

Dentro de la revisión teórica realizada para identificar los trabajos o investigaciones que efectuados anteriormente en el país, referente al tema de investigación, se encontraron estudios de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y de instituciones de gobierno, como la Secretaría de Industria y Comercio y las diferentes Cámaras de Industria y Comercio, se concluyó que estos giran alrededor del “Manual del Exportador de Honduras” el cual lo realizó la Fundación para la Inversión y Desarrollo de Exportaciones “FIDE”, mediante su programa Honduras Si Exporta. La organización de la agroindustria no es un proceso libre de fricciones. En ella participan grupos de

actores sociales (como empresas, productores agrícolas, jornaleros, agentes del Estado y consumidores), que se caracterizan por su heterogeneidad sociocultural y su diversidad de intereses, los cuales entran a menudo en contradicción.

Considerando que esta investigación se sustenta en la comparación de la dinámica nacional, hay indicios que el fortalecimiento de las exportaciones agroindustriales han rendido nuevas cifras positivas para la región, que en base al “Informe del Banco Central de Honduras” referente a las exportaciones de los principales productos de la actividad agrícola, muestra que en los últimos tres años, hubo un incremento de 8% en las exportaciones de legumbres y hortalizas, que equivale a una exportación de 64.5 millones de dólares en 2015 a diferencia de 56.7 millones en 2013, representando 2.0% de participación de las exportaciones de productos agrícolas que alcanza el 24% de las exportaciones nacionales (BCH, 2015).

La investigación detectó que existen desde hace más de 20 años polos de oportunidades para la exportación de productos agrícolas por parte de productores nacionales, la Dirección de la Gestión Empresarial de la Secretaría de Economía y Comercio, evidencia en el Catálogo de Oportunidades de Inversión Privada en la Agricultura Hondureña que “1992 muestra un leve incremento en las exportaciones y la sustitución de productos agrícolas...Honduras falta de tradición exportadora” al referirse a 106 productos con apertura a ser exportados (Nufio,G.1993).

El apoyo para incluir tecnología y técnicas para una agricultura eficiente está estimulando a los productores sin embargo muchos están desarrollando técnicas basadas en productos tradicionales que les mantiene solamente como abastecedores de los consumidores nacionales, según el Compendio de Manuales de Producción de Frutas y Hortalizas, que se basa en la líneas claras para la producción, desinfección, riego y fertilización, un grupo de agricultores del país fue capacitado para cultivar 11 productos de consumo tradicional (Cuenta del Milenio, 2010).

2.1.3.1. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

El municipio de La Paz fue creado el 18 de Febrero de 1861. Sus primeros pobladores datan de 1792 cuando apenas existían 1 o 2 haciendas de gente que había venido de un sitio de Cururú,

cerca de Humuya, con las tribus del cururú. La Paz dependía del Municipio de Comayagua con el nombre de las piedras, en 1851 cambiaron este nombre y recibió el título de villa de La Paz y en 1861, el Señor capitán General y presidente de estado, decreta que la villa de La Paz llevará de hoy en adelante el título de Ciudad y servirá de cabecera al Distrito respectivo suscitado en la ciudad de Comayagua el 16 de febrero de 1861 en 1869 al crearse el Departamento de La paz, La Ciudad de La Paz fue la cabecera departamental (odellapaz.hn, 2014).

2.1.3.4. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

El departamento de La Paz está ubicado en el extremo Sur Oeste de Honduras, fronterizo con la hermana República de El Salvador. Su cabecera departamental es la ciudad de su mismo nombre, La Paz. Tiene una extensión territorial de 2,331 km² y su población supera los 196.322 habitantes. El departamento de La Paz posee 19 municipios, 114 aldeas y 1143 caseríos. Sus límites son al Norte: Departamento de Comayagua e Intibucá, al Sur: República de El Salvador y departamento de Valle, al Este: Departamento de Francisco Morazán y Comayagua y al Oeste: Departamento de Intibucá (odellapaz.hn, 2014).

El municipio de La Paz se encuentra ubicado en la Zona central de Honduras tiene una extensión territorial de 207.5 Km², esta área representa dos diferentes zonas, una que corresponde al valle de Comayagua y la otra corresponde al sistema montañoso que forma la cordillera de Montecillos.

Según CEDTURH (2015), Historia del Centro de Documentación Turística de Honduras el área urbana es de aproximadamente 6.5 Km², se considera que su posición geográfica entre las dos ciudades más importantes de Honduras le permite tener grandes posibilidades de crecimiento comercial y facilidad para la venta de productos que se producen en el municipio, tan bien su cercanía con el municipio de Comayagua le permite a un más las posibilidades de comercialización de productos por lo que representa dicho valle; cuenta además con una buena red vial que le facilita la comunicación con esta ciudades a 190 Km de la Ciudad de San Pedro Sula a 25 Km de Comayagua y 80 Km de la ciudad capital Tegucigalpa. Los límites son:

- Al norte: Municipio de Lejamaní y Ajuterique.
- Al sur: Con el Municipio Cané, Humuya y San Pedro de Tutelé.
- Al este: Con Los municipios de Cané, Humuya, y villa de San Antonio.
- Al oeste: Con los municipios de San Pedro de Tutelé y Santiago de Puringla.

De acuerdo a la morfología que se observa, el municipio de La Paz presenta dos provincias. Fisiográficas claramente establecidas:

a) Provincia Fisiográfica del valle :Se extiende desde el curso del río Humuya en todo el límite este, hasta el pie del sistema montañoso que conforma la cordillera de Montecillos al costado oeste.- Esta provincia tiene una superficie aproximada de 3,187 has. Lo que representa el 15% del área total del municipio, formada por planicies inundables Ubicadas a una altitud de 600 msnm y con pendientes promedios de 3^a 10% esta zona está en sus totalidad dedicada a la producción agropecuaria. En esta zona se encuentran ubicado el casco urbano de la ciudad con una población de aldeas y la ciudad de La Paz que albergan una población aproximada de 21,000 habitantes que equivale al 60% del total de habitantes.

b) Provincia Fisiográfica Montañosa: Esta Provincia montañosa cubre unas 17,563 hectáreas, representando el 85% del término municipal en la parte noroeste del municipio; el sistema de montañas de la Cordillera de Montecillos se extiende desde de sur a norte en el límite oeste del municipio .en esta provincia el cultivo de café y granos básicos es la principal actividad económica de la población, en esta provincia predominan fuertes pendientes de 40% hasta precipicios de más de 100% además se ubica a una altitud media de 1,800 msnm hasta los 2,415 msnm el cual representa el punto de mayor elevación en el municipio (Velásquez, 2011).

2.1.3.5. CLIMA

En el Municipio de La Paz las características generales del clima varían por lo que se pueden observar dos regímenes climáticos bien diferenciados; el régimen climático del valle de Comayagua con temperaturas medias de 27°C, hasta los 37°C , y el régimen climático de la Cordillera de Montecillos las cuales oscilan entre los 18°C a 24°C. Las temperaturas al interior de

la Cordillera son muy variables como todos los sistemas montañosos nacionales. En el Municipio se estima una precipitación media anual de 1200 mm lo cual depende de las grandes fluctuaciones climáticas que se suscitan en la parte alta de la Reserva Biológica Cordillera de Montecillos; el municipio denota una estación seca en el período comprendido en el los meses Noviembre a Abril y una temporada lluviosa en los meses de Mayo a Octubre (CEDTURH, 2015).

2.1.3.6. EXTENSIÓN TERRITORIAL

El Municipio de La Paz tiene una extensión territorial de 207.5 kilómetros cuadrados.

2.1.3.7. POBLACIÓN

Según el último censo de población realizado por el INE (2001) y de acuerdo a las proyecciones realizadas en el 2005 el municipio de la paz cuenta con un población de 32,873 habitantes de los cuales 21,186 viven en el área urbana y 11,686 en el área rural, lo que representa una densidad poblacional de 157 habitantes por km² (odellapaz.hn, 2014).

2.1.3.7. DIVISIÓN POLÍTICA

Para fines de planificación y desarrollo del municipio, se ha dividido en 6 zonas, de los cuales 4 pertenecen al área rural y 2 al casco urbano (CEDTURH, 2015).

2.1.3.8. SECTOR COMERCIAL

Según la Alcaldía Municipal del Municipio de La Paz, AMLP (2016), el sector comercial en del reporta que para el año 2010 estaba conformado por 3,274 negocios.

- Aserraderos (2)
- Cepilladoras (3)
- Panaderías (8)
- Gasolineras (5)

- Farmacias (9)
- Supermercados (2)
- Pulperías (120)
- Hospitales y Clínicas (8)
- Laboratorios médicos, dentales (3)
- Instituciones Bancarias (3)
- Barberías (5)
- Funerarias (4)
- Casas comerciales
- Bodegas
- Establecimientos de servicios
- Radio Emisoras (4)
- Salas de belleza (6)
- Compañías televisoras por cable (2)
- Gimnasios (1)
- Lavanderías (1)
- Mercados municipales (1)
- Casas de empeño (1)
- Talleres de mecánica y electricidad
- Bufetes, consultorios y tramitaciones (8)
- Comedores, restaurantes y cafeterías
- Negocios varios (100)
- Hoteles, Hospedajes y Pensione (5)
- Servicio de transporte urbano e Inter-Urbano (22)

2.2. TEORÍAS

2.2.1. TEORÍA DE SUSTENTO

En busca de una mayor orientación y fundamentación del tema de estudio, se presentan una serie de teorías y formulaciones realizadas, que ayuden a conceptualizar y ampliar el horizonte del problema a investigar; es por ello que en la extensa revisión literaria que se realizó para el desarrollo de esta investigación, se estimaron las teorías que fundamentarán el problema de investigación.

Los Modelos de Gestión como término provienen del concepto italiano de *modello*. La palabra puede utilizarse en distintos ámbitos y con diversos significados, aplicados al campo de las ciencias sociales, un modelo hace referencia al arquetipo que, por sus características idóneas, es susceptible de imitación o reproducción. También al esquema teórico de un sistema o de una realidad compleja (Hidalgo Capitán, 2007).

Sobre los antecedentes de la Gestión Empresarial la evolución histórica tiene un desenvolvimiento global de ideas a nivel culturales en oriente y occidente, alcanzando el desarrollo del hombre en cada uno de los sistemas sociales por los que ha pasado, ya que ha evolucionado en la toma de decisiones analizando sus cuatro funciones claves para el desarrollo del mando a nivel empresarial, como lo son; planificar, organizar, dirigir y controlar, por consiguiente una gestión y persona dinámica en el mundo empresarial es el desenvolvimiento de un entorno, un mercado competitivo y productivo a una escala mundial (Fernández, 2005).

Las empresas americanas y europeas, en las primeras décadas del siglo, aplicaron modelos de administración establecidos en base a las principales escuelas de la administración representadas por Frederick, W. Taylor, Henry L. Gantt y Frank y William Gilbreth; Administración Científica y Henry Fayol, Enfoque Funcional.

La importancia de un Modelo de Gestión es que permiten la optimización en la ejecución de los procesos, que incrementa la cantidad y eficacia. La incorporación de un modelo de gestión al procedimiento administrativo permite una reducción en el tiempo empleado, en los trámites y consultas y una mayor calidad en el servicio prestado. Muchas empresas han incorporado nuevos

sistemas de gestión que permiten la automatización en la ejecución de los procesos con el fin de aumentar la cantidad y eficacia. La aplicación de nuevos sistemas de gestión en los procesos administrativos, permiten agilizar la circulación tanto de la información como de los documentos. Es importante considerar, que los modelos de gestión son fácilmente aplicables en empresas que cuentan con una estructura organizacional funcional, procedimientos administrativos definidos y efectivamente aplicados con capacidad financiera que permita invertir en la tecnología adecuada.

Las etapas de un Modelo de Gestión Administrativa y comercial, son diversas y se desarrollan en secuencia descrita a continuación:

- Análisis de la estructura funcional: descripción de las funciones y objetivos de cada una de las unidades administrativas.
- Análisis de las relaciones con terceros: identificar y caracterizar las entidades con las que se interactúa.
- Identificar los procesos de la empresa: establecer los circuitos funcionales y los productos o servicios que se presta.

Según Fernández (2005), Los Modelos de Promoción de Exportaciones en Latinoamérica se enfocan en algunos países en políticas nacionales que buscan potenciar el crecimiento y desarrollo económico. El Modelo Costarricense Multiexportador (1984-2007) es un modelo de desarrollo que explica el funcionamiento del sistema socioeconómico propio, desde la crisis al inicio de los años ochenta, lo denominaron modelo de promoción de exportaciones no tradicionales, que toma su nombre a partir de la política de desarrollo implementada para salir de la crisis.

Sin embargo, a juicio del autor, el nombre más adecuado como modelo histórico estructural de desarrollo sería el de modelo Multiexportador, pues responde más a la caracterización de la estructura socioeconómica costarricense. La estabilidad del crecimiento bajo este modelo depende de una adecuada combinación de productos exportables. Aun así, se corre el riesgo de basar toda la estrategia en una competitividad espuria, que es aquella en la cuota de mercado que se consigue depende de la explotación de los recursos naturales (no sustentables ecológicamente) y/o de los bajos salarios con que se retribuye a la mano de obra (no sustentable socialmente).

El modelo Multiexportador de Costa Rica se encuentra en una fase que Porter (1991) denominaría economía impulsada por los factores; dicha fase debe servir de base para una acumulación de capital que dé paso a una segunda etapa donde la economía estaría impulsada por la inversión, basada en ventajas competitivas creadas y donde se realice la asimilación de tecnología extranjera; esta asimilación es necesaria para pasar a una tercera fase donde la economía estaría impulsada por la innovación y algunos sectores productivos del país se convertirían en líderes a nivel internacional (p. 674- 701)(Hidalgo Capitán, 2007).

Modelo de Promoción de Exportaciones de Brasil en base a la política comercial y en especial a la de promoción de exportaciones, se enmarca dentro de la política de desarrollo del país administrado bajo un único ministerio - Ministerio do Desenvolvimento, Industria e Comercio Exterior (MDIC) – que concentran: desarrollo, industria y comercio exterior (Di Paula, Paladino, & Plottier, 2009).

Particularmente, la política de promoción de exportaciones, hace fuerte énfasis en la estimulación y desarrollo de una cultura exportadora, tanto de bienes como de servicios, con un marcado foco en las micro, pequeñas y medianas empresas. Para ello existe una gran variedad de instrumentos, que abarcan desde la capacitación, el apoyo en la búsqueda de oportunidades de negocio y la orientación a través del proceso de exportación, hasta el financiamiento de la producción exportable y su posterior comercialización.

En consecuencia, varios de los programas e instrumentos estipulados para alcanzar los objetivos de desarrollo, son programas e instrumentos de promoción de exportaciones. Uno de los aspectos a resaltar, es que de las cuatro metas país que se propuso Brasil para 2010, dos están vinculadas a las exportaciones: i) aumentar la participación de Brasil en el comercio mundial (pasar del 1.18% al 1.25%), ii) aumentar un 10% el número de medianas y pequeñas empresas exportadoras. Otro aspecto a resaltar se vincula con el procesamiento y acceso equitativo a información de calidad. El país se encuentra haciendo fuertes esfuerzos en materia de uniformización, simplificación y difusión de información; en particular la relacionada al comercio exterior (Di Paula, Paladino, & Plottier, 2009).

En esta área, es destacable el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SISCOMEX), un sistema administrativo, informatizado, que integra las actividades de la Secretaría de Comercio Exterior, la Reserva Federal y el Banco Central, relacionadas con el registro, acompañamiento y control de las distintas etapas de la operación de exportación. Tiene por cometido, proveer a los distintos actores de un flujo único de información, útil para la toma de decisión y contribuir a la eliminación (o disminución) del papeleo operativo. Ha permitido grandes ganancias tanto en términos de agilidad, confiabilidad y rápido acceso a información estadística, como en materia de reducción de costos.

Modelo de Promoción de Exportaciones de Chile se aplica a través de la Dirección de Promoción de Exportaciones (ProChile) que es la agencia que coordina las actividades destinadas a profundizar y proyectar la política comercial nacional; dicho ente pertenece a la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile (Di Paula, Paladino, & Plottier, 2009).

Para desarrollar su misión de promover e incrementar las exportaciones chilenas, la Dirección trabaja en torno a tres áreas focales: incremento del número de productos y servicios no tradicionales de exportación; incremento del número de exportadores (con énfasis en la Pequeña y Mediana Empresa Exportadora - PYMEX); diversificación de mercados para productos y servicios (con énfasis en aquellos mercados con acuerdos comerciales, nuevos mercados y avances en las cadenas de comercialización). A efectos de llevar a la práctica los lineamientos mencionados en el párrafo anterior, ProChile cuenta con programas especiales de apoyo a la PYME exportadora, trabaja la campaña para la mejora del posicionamiento internacional, “Chile Sorprende, Siempre”, proporciona información estratégica para la exportación de bienes y servicios y posee varios sitios en Internet para facilitar el acceso a la información y los servicios que proporciona (Jiménez, 1998).

Entre los programas especiales de apoyo a la PYME se destacan los de Coaching Interempresarial, que procuran incentivar la cooperación, el traspaso de conocimiento y experiencia, la creación de redes, etc. y Pymexporta, iniciativa público-privada, financiada por el FOMIN, destinada a apoyarlas en su proceso de inserción internacional. “Chile Sorprende, Siempre” es la marca país utilizada para posicionarlo internacionalmente y que acompaña a

cualquier exportador en su participación en ferias internacionales, misiones comerciales y rondas de negocios, en las “Semanas de Chile”, etc. Estas iniciativas también son de carácter público-privado.

Al igual que en Brasil, la recopilación, producción y difusión de información estratégica sobre la exportación de bienes y servicios, la inteligencia comercial, tiene una importancia crucial. Para esto, ProChile ha desarrollado una variedad de productos de información segmentados de acuerdo a las necesidades de los exportadores chilenos, en su mayoría accesibles a través de Internet (Asistencia al exportador; Cyberexport; Estadísticas de comercio exterior; Oportunidades comerciales; Estudios a pedido; Guías para exportar; Capacitación, etc.). En base a las Teorías Económicas de Comercio Internacional éstas dictan que existen dos razones por las que puede surgir el comercio entre países: la primera razón es que los países comercian porque son diferentes entre sí ya sea en tecnología, dotaciones o preferencias y pueden beneficiarse de ese comercio si cada uno produce y vende lo que sabe hacer relativamente mejor.

La segunda razón es que los países comercian para aprovechar la presencia de economías de escala en la producción (retornos crecientes a la escala), si cada país produce un número limitado de bienes, puede producirlos mejor y en mayor volumen, así venderán el excedente de lo que producen y comprarán lo que no producen. Lo que se observa en el mundo real es que ambas razones explican la presencia de comercio (Jiménez, 1998).

La denominada Teoría Convencional del Comercio (TCC) dice que el comercio entre países se origina por la existencia de diferencias en tecnología, dotaciones o preferencias, esto es, que el comercio se da por la presencia de ventajas comparativas (la primera razón). Por otro lado, la denominada Nueva Teoría del Comercio Internacional (NTC) dice que este puede originarse no sólo por la existencia de ventajas comparativas, sino también por la presencia de economías de escala en la producción (la segunda razón).

Según Jiménez (1998), en su análisis del comercio internacional se puede interpretar dos etapas del Comercio Internacional. La primera etapa relata que para un correcto desarrollo de las

exportaciones, se debe aprovechar las ventajas competitivas y comparativas entre países, es decir producir y exportar en lo que se es más eficiente.

La segunda etapa comprende una nueva variable relacionada con la producción, en la cual explica que se debe aprovechar las economías de escala para ser más eficiente. Al mismo tiempo expone que se debe producir lo necesario para cubrir el mercado local y el excedente exportarlo, e importar en lo que no se es eficiente.

Basados en lo expuesto a la Teoría Convencional de Comercio (TCC) se le denominara Teorías Clásicas de Comercio, y a la Nueva Teoría de Comercio Internacional (NTC), se le llamara Teorías Modernas de Comercio Internacional.

A manera de ejemplificar se encontró en las Teorías clásicas de Comercio Internacional que la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith y la ventaja comparativa de David Ricardo, a finales del Siglo XVIII y principios del XIX, investigaron las causas del comercio internacional tratando de demostrar los beneficios del libre comercio. Smith sostenía que con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta, o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países, e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta, o que produjera de manera menos eficiente (Jiménez, 1998).

Esta especialización internacional o división internacional del trabajo, conduciría a un incremento de la producción mundial, el cual sería compartido por los países participantes en el comercio. Pero, ¿qué sucedería si un país no posee una ventaja absoluta en ningún producto? ¿Cesaría, en tal caso, el comercio entre ellos? Esta cuestión encuentra solución en la teoría de las ventajas comparativas de Ricardo. Que estableció que aun cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto al otro país, si los costes, relativos o coste de un bien medido en términos del otro bien, son diferentes el intercambio es posible y mutuamente beneficioso.

Según Gonzales Blanco (2011), cita de Ricardo, que la nación menos eficiente debería especializarse en la producción y exportación del bien en el cual su desventaja absoluta es inferior.

Este es el bien en el que el país tiene ventaja comparativa. Por otro lado, el país debería importar el bien en el que su desventaja absoluta es superior, o sea, el bien en el que tiene desventaja comparativa. Esto se conoce como *Ley de la ventaja comparativa*, explicada por Ricardo mediante un sencillo ejemplo con dos países (Portugal e Inglaterra), dos bienes (el vino y el paño) y un solo factor de producción (mano de obra).

En la reformulación de la teoría de la ventaja comparativa se explica que la teoría del valor trabajo, en la que se basó el análisis de la ventaja comparativa de Ricardo, posteriormente rechazada porque los supuestos de partida se apartaban de la realidad. Así, el trabajo no es homogéneo (hay diferencias en la retribución) ni es el único factor de producción. Sin embargo, la ley de la ventaja comparativa puede ser explicada en términos de la teoría del coste de oportunidad introducida por G. Haberler (1936) y que permite, hasta cierto punto, eludir estas cuestiones. Esta teoría establece que el coste de oportunidad de un bien es la cantidad de un segundo bien que debe sacrificarse para liberar los suficientes factores de producción para poder producir una unidad adicional del primer bien.

Aquí el trabajo no es el único recurso ni tampoco se supone que sea homogéneo. El país con el coste de oportunidad más bajo para un bien tiene una ventaja comparativa en ese bien y una desventaja comparativa en el otro bien. Los costes de oportunidad pueden ilustrarse mediante la frontera de posibilidades de producción (también llamada curva de transformación), que muestra todas las diversas combinaciones alternativas de dos bienes que una nación puede producir utilizando plenamente todos sus factores de producción con la mejor tecnología disponible. El análisis se realiza en términos de dos bienes A y B. La curva o frontera de posibilidades de producción representa, también, la frontera de consumo en el país en ausencia de comercio exterior (es imposible producir o consumir fuera de la frontera) (Gonzales Blanco, 2011).

2.2.1.1. TEORÍAS MODERNAS DE COMERCIO INTERNACIONAL

Las teorías modernas de comercio internacional dicen que el comercio puede originarse por la presencia de economías de escala (o retornos crecientes). Las economías de escala están relacionadas con las ganancias monopólicas, pues suponen una estructura de costos tal que los costos medios son mayores que los costos marginales, esto hace que la producción a gran escala

sea mejor debido a que los costos medios decrecen a medida que aumenta la escala de producción (el volumen de bienes producidos) (Jiménez, 1998).

Así, cuando hay economías de escala las empresas grandes tienen ventajas sobre las empresas pequeñas: los mercados tienden a estar dominados por una sola gran empresa (monopolio) o por pocas grandes empresas (oligopolio). En este contexto, las empresas grandes saben que pueden influir en el precio de sus productos. Es evidente, pues, que para realizar el análisis del comercio bajo retornos crecientes no se puede seguir bajo el supuesto de que los mercados son de competencia perfecta, en donde se supone que las empresas son todas iguales en importancia, que son precio-aceptantes y que no existen ganancias derivadas del monopolio.

Todo esto hace necesario un nuevo marco teórico que permita analizar la existencia de ganancias monopólicas u oligopólicas, es decir, un contexto en donde los mercados ya no sean perfectos. Entonces, el análisis del comercio que se genera por la presencia de retornos crecientes o economías de escala debe suponer mercados de competencia imperfecta. Existen dos tipos de modelos de comercio internacional en los que las economías de escala y la competencia imperfecta son los principales elementos: los modelos de competencia monopolística y los modelos de mercados oligopólicos (como por ejemplo el modelo de dumping).

En el límite, si el país B se especializa completamente en la producción de alimentos, no existirá comercio intraindustrial. Debemos tomar en cuenta que el patrón del comercio intraindustrial no es claro: no sabemos qué tipo de manufacturas – en nuestro ejemplo producirá cada país: sólo sabemos que ambos países producirán diferentes tipos de manufacturas. Modelos que incorporan las Economías de Escala y la Diferenciación de productos. Los intentos por explicar la importancia y dinamismo del comercio intraindustrial han generado unos modelos que incorporan la diferenciación de productos y las economías de escala en un marco de competencia imperfecta, dando lugar a dos tipos de modelos fundamentales: 1) Modelos de competencia monopolística 2) Modelos de mercados oligopolísticos, conocidos también como modelos de dumping recíproco (Gonzales Blanco, 2011).

2.2.1.2. MODELOS DE COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA

El modelo de competencia monopolística desarrollado por P. Krugman (1979) es considerado el primero y más conocido de este nuevo enfoque, dando lugar a un importante desarrollo de modelos bajo competencia imperfecta y economías de escala, para explicar el comercio intraindustrial. En este modelo son fundamentales dos supuestos básicos que se observan fácilmente en la realidad: a) la existencia de economías de escala internas a la empresa, y b) la preferencia del consumidor por la variedad. Como el nombre de competencia monopolística sugiere, estos modelos recogen dos situaciones contrapuestas (Medina Moral, 2002).

Así, se asemeja al monopolio en que la empresa individual produce una variedad de productos que los consumidores consideran algo diferente de las variedades ofrecidas por la competencia (puede ser el diseño, una marca, un atributo, etcétera) por lo que la empresa tiene cierto margen para fijar los precios sin temer que los consumidores compren inmediatamente en la competencia por pequeñas diferencias de precio. En resumen, los beneficios del comercio bajo estos supuestos son: las empresas producen mayores cantidades y surgen o aprovechan mejor sus economías de escala, los consumidores pueden elegir entre una variedad más amplia de productos en un sector de producción determinado y pagan un precio más bajo por el aumento de la competencia.

2.2.1.3. MODELOS DE DUMPING RECÍPROCO

En mercados de competencia imperfecta las empresas fijan a veces un precio diferente entre los productos exportados y los vendidos en el mercado nacional, denominándose a dicha práctica discriminación internacional de precios, siendo la forma más usual el dumping, práctica en la que una empresa establece un precio inferior para los bienes exportados que para los mismos bienes nacionales, pudiendo dar lugar a comercio internacional.

Según Brander, Krugman (1983), desarrollan un modelo en el que la rivalidad de firmas oligopolistas es una causa alternativa del comercio internacional. Se supone la existencia de dos monopolios, uno en cada país, cada uno de los cuales produce el mismo bien, con los mismos costes y con consumidores iguales en sus preferencias. Hay costes de transportes entre los dos mercados

de forma que si las dos empresas establecen el mismo precio no habría comercio. La posibilidad del dumping puede hacer surgir el comercio.

La empresa monopolista de cada país limitará la cantidad a vender en su mercado nacional si sabe que al intentar vender más es a costa de reducir el precio de su venta nacional y el efecto sería reducir los beneficios. En cambio, si la empresa monopolista de cada país vende su unidad adicional en el otro mercado a un precio menor, que en el mercado doméstico, obtiene un ingreso en ese mercado que se añadiría al que seguiría obteniendo en el propio. Por tanto, cada empresa tiene un incentivo en exportar vendiendo unidades nuevas a un precio menor que en el mercado nacional, siendo causa de un comercio internacional del mismo producto, conociéndose esta situación como dumping recíproco (Brander, Krugman, 1983).

2.1.4. LA COMPETITIVIDAD EN EL COMERCIO INTERNACIONAL Y SUS TEORÍAS

Hoy en día es ampliamente reconocido que la competitividad internacional de un país tiene una importancia crucial para el crecimiento económico y los niveles de vida de sus habitantes. Frente a esta realidad, se ha generado todo un debate sobre los determinantes que intervienen en el desarrollo de la competitividad de los países sean éstos industrializados o en proceso de desarrollo, así como sobre las políticas y estrategias más adecuadas para lograrlo.

Este debate está relacionado con los planteamientos sobre el papel de las nuevas tecnologías y la naturaleza intensiva en conocimiento del crecimiento en la era de la globalización económica. La competitividad de las naciones es tan antigua como la economía misma; la diferencia es que hoy el concepto se ha enriquecido con aportes, por un lado, desde las experiencias a nivel local, regional y nacional y por el otro, las dimensiones micro, meso, macro y meta. Además están los aportes de diferentes disciplinas como la economía, la geografía, la sociología y la administración. (Díaz Sánchez, 2010)

El tema de competitividad es muy amplio estudio, debido a las muchas disciplinas o ciencias en que está inmerso. Para efectos de este trabajo de investigación, únicamente se tomará en cuenta la rama de la economía, en la cual se citará las principales teorías y definiciones más cercanas a esta ciencia. Es de mencionar que las teorías de la competitividad han despertado la atención de los economistas desde finales del siglo XVI con la apertura de las rutas comerciales

que trajo el descubrimiento de América. Su desarrollo inicial se debió a los estudios que en materia comercial realizaron intelectuales europeos de la época como Adán Smith y David Ricardo.

Algunos elementos históricos sobre las teorías de la competitividad se describen de manera breve a continuación comenzando desde los mercantilistas hasta la fecha.

2.2.1.5. EL MERCANTILISMO

El modelo Heckscher-Ohlin predice que si un país tiene una abundancia relativa de un factor (trabajo o capital), tendrá una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que requieran una mayor cantidad de ese factor, o sea que los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados (Krugman, P., 2010).

Al mencionado modelo también se le conoce como la teoría de las proporciones factoriales. Este modelo de Heckscher-Ohlin (H-O) usualmente se presenta en forma de dos teoremas.

- Teorema H-O (que trata y predice el patrón de comercio).
- Teorema de igualación en los precios de los factores que aborda el efecto del comercio internacional sobre los precios de los factores

El mercantilismo afirma que los países se volverían ricos acumulando oro y plata, y lograrían esto exportando todo lo posible e importando tan poco como fuera posible. La visión mercantilista de la competitividad visualiza maximizar las exportaciones netas o la balanza comercial con el exterior. Al ser las exportaciones mayor que las importaciones, los extranjeros tendrían que pagar al país oro y plata, para de esta forma acumular metales preciosos. Adam Smith no estaba de acuerdo con la visión de competitividad del mercantilismo, y presentó la idea revolucionaria de que la riqueza de una nación depende de los ingresos de las personas en el país y lo que pueden consumir. También decía que las importaciones de bienes y servicios más que las exportaciones son el propósito del comercio, y éstas más que la acumulación del oro y la plata mejoran el nivel de vida de las personas.

El imponer aranceles o impuestos a las importaciones, para limitarlas con el propósito de acumular oro y plata sólo sirve para empobrecer una nación. Adam Smith en lugar de los aranceles apoyados por los mercantilistas propuso una política de libre comercio (la eliminación de aranceles a las importaciones) y presentó cuatro razones específicas por las que un país podría ganar con el comercio: 1) Ganancias mutuas provenientes del intercambio voluntario de los bienes existentes 2) Mayor competencia 3) La división del trabajo 4) Mejor uso de las habilidades y recursos en diferentes países (Krugman, P., 2010).

2.2.1.6. EL VALOR AGREGADO COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD

El valor agregado como concepto fue introducido por el Economista Alfred Marshall (1842-1924) afirmando que los esfuerzos y sacrificios que constituyen el coste real de producción de una cosa son la base de los gastos que representan su coste en dinero. El hombre de negocios moderno considera generalmente los pasos que tiene que efectuar, ya sea en concepto de salarios ya por materias primas, en lo que valen en sí, sin detenerse a averiguar hasta qué punto constituye una medida exacta de los esfuerzos y sacrificios a los cuales corresponde. Esto significa implícitamente que cualquier coste calculado en una empresa debe reconocer el coste del esfuerzo empresarial (Torrents Arévalo, 2006).

Alfred Marshall manifestó que las ganancias que obtiene una empresa son válidas, siempre que éstas superen el coste del trabajo del empresario, en otras palabras el coste del capital utilizado para obtenerlas, y que el valor es la única opción válida para valorar la actividad (eficacia) empresarial. John Stuart Mill (1806-1873) considera que los costes de capital están incluidos en los costes de producción al manifestar que en los requisitos de producción existe otro elemento además de trabajo. Hay también capital; y puesto que éste es el resultado de la abstinencia, los productos, o el valor de los mismos, tienen que bastar para remunerar, tanto el trabajo y también la abstinencia de todas las personas que anticiparon lo necesario para remunerar a las distintas clases de trabajadores. La retribución de la abstinencia es la ganancia.

Además de los elementos naturales y necesarios del costo de producción, trabajo y ganancias, existen otros que son artificiales o accidentales, como por ejemplo el impuesto. Una de

las conclusiones de la Teoría del Valor, en concreto el número VIII, afirma que el coste de producción lo forman diversos elementos, algunos de los cuales son constantes y universales y otros accidentales. Los elementos universales del coste de producción son los salarios del trabajo y las ganancias del capital (Torrents Arévalo, 2006).

2.2.1.7. LA INNOVACIÓN COMO VALOR DE COMPETITIVIDAD

La innovación es quizás justicieramente uno de los temas más abordados en la literatura de negocios. Si bien el grado de innovación es una cuestión primordial en las economías nacionales, no se debe perder de vista que la empresa como agente económico constituye el "principal agente innovador de una economía", ya que es el sector empresarial es el responsable de las mejoras presentadas por los niveles de productividad de las economías modernas en los últimos años. (Scarone, 2005)

En la medida que la innovación sale de los laboratorios y se impregna de los mercados, debe entenderse como un proceso de aprendizaje y, por lo tanto, de carácter bipolar: el recurso básico es el conocimiento, pero también lo es su resultado. La influencia mercado-empresa y su correlato empresa-mercado son de carácter indisoluble; si se prescinde de ello la explicación queda incompleta. Las primeras definiciones establecidas sobre este concepto, establecían una fuerte vinculación y dependencia entre la innovación y la tecnología. De esta manera, en ocasiones ambos conceptos se interpretaban como sinónimos, o al menos desde un punto de vista metodológico, podía entenderse la existencia de una relación causa-efecto. No obstante, la realidad es otra, y si bien entre ambos conceptos existe una relación importante, se ha de destacar que innovación "no es necesariamente sinónimo de aplicación de alta tecnología. (Scarone, 2005)

En el momento de analizar los factores que afectan a la innovación, debe considerarse que gran parte de ellas pueden resultar de nuevas formas de combinar elementos ya conocidos o de la creatividad y diseño en la concepción de los productos. De hecho, podría considerarse que la innovación no es únicamente un mecanismo económico o un proceso técnico, sino que sus dimensiones van más allá hasta constituir un verdadero fenómeno social a través del cual los individuos y la sociedad expresan su creatividad, sus necesidades y deseos. Este concepto, de una manera u otra, comienza a vincular innovación con sociedad de la información y el conocimiento.

Las empresas pueden considerarse como el principal agente innovador muy por delante de cualquier otro agente económico considerado. Es posible que la propia Administración Pública fomenta iniciativas o políticas de innovación entre diferentes agentes económicos, pero

evidentemente la mayor parte de esas iniciativas van dirigidas, o son finalmente desarrolladas por las empresas.

2.2.1.8. LAS EXPORTACIONES COMO ACTIVIDAD DE INTERNACIONALIZACIÓN

La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas. (Daniels, John D., Radebaugh, 2014, p.714)

Exportar es simplemente vender; es decir en el mercado magnífico, insaciable del mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente (Bancomext 2015).

2.2.1.9. IMPORTANCIA DE LAS EXPORTACIONES

En un nivel macroeconómico las exportaciones de bienes y servicios resultan positivas para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país, es una fuente de demanda para la producción doméstica de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los agentes económicos participantes en particular. (Emprendedor, 2013)

En un nivel empresarial existen diversas razones que explican por qué las exportaciones son siempre positivas: Permiten diversificar riesgos frente a mercados internos, inestables y amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos; promueven la operación con economías a escala, de tal forma que se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios; son una fuente de crecimiento y consolidación de cualquier empresa.

La exportación no se circunscribe a un tamaño previamente determinado de empresa, aunque pueden existir algunos bienes y servicios en los que se requiera de capitales y la capacidad de coordinar recursos humanos en magnitudes importantes. Existen empresas micro/artesanales, pequeñas, medianas y grandes que se dedican a la exportación. Los elementos prioritarios para poder exportar son: calidad del producto en el mercado de destino, precio competitivo en ese mercado, volumen solicitado por el importador y realizar el servicio posventa, cuando sea

necesario. Para lograrlo se requiere de un compromiso con la calidad, ser creativo y actuar con profesionalidad.

La exportación es una actividad de mediano y largo plazos que exige una adecuada planeación de los recursos; ésta, sin embargo, no existe cuando la empresa atraviesa por un período de crisis. Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional. (Emprendedor, 2013)

2.2.1.10. CONCEPTUALIZACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL

Para enmarcarnos en el contexto de comercio internacional se citarán algunas definiciones para comprender cuáles son sus características.

- El Comercio Internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con menores costos. El comercio también permite a un estado consumir más de lo que podría si produjese en condiciones de autarquía. Por último el Comercio Internacional aumenta el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía, y caracteriza las relaciones entre los países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías (Krugman, P., 2010).
- Comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países (Jerez Riesco, 2011).

2.2.2. CONCEPTUALIZACIÓN

AGROINDUSTRIA: Se refiere a un constructo social e histórico regional, es decir al conjunto de procesos y relaciones sociales de producción, transformación, distribución y consumo de alimentos (“frescos” y procesados), en diferentes escalas espaciales.

BALANZA COMERCIAL: Es la diferencia entre el valor total de sus exportaciones y el valor total de sus importaciones (en general se incluyen tanto los bienes como los servicios).

BIENES: Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas.

CRECIMIENTO ECONÓMICO: es el crecimiento porcentual del producto interno bruto real en relación con los habitantes del país.

COMERCIO EXTERIOR: El Comercio Exterior se define como el comercio internacional e intercambio comercial de un país, cuando se especifica el mercado meta de destino de una transacción.

COMERCIO INTERNACIONAL: Es el intercambio de bienes y servicios entre los países.

DÉFICIT COMERCIAL: Países que importan más de lo que exportan.

EXCEDENTE COMERCIAL: Países que exportan más de lo que importan.

EXPORTACION: Es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas.

PRODUCTO INTERNO BRUTO: es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Durante esta investigación se recopiló parte de la situación en materia de agroexportaciones de los productores del municipio de La Paz y se recolecto datos de 103 agricultores que conformaron la muestra en una población de 1,865 productores.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

La metodología utilizada para el desarrollo de la presente investigación, corresponde al diseño de investigación no experimental, con un alcance descriptivo. No se provocó ninguna reacción entre las variables, únicamente se observó, analizó y describió el contexto del sector agroindustrial en el municipio de La Paz.

La investigación se desarrolló por el tipo transaccional o transversal, donde los datos se recolectaron en un solo momento, y en un tiempo único. Se dice que este tipo de investigaciones son específicamente “fotografías instantáneas” del contexto o variables objeto de estudio.

Las investigaciones no experimentales de alcance descriptivo, tiene por objeto indagar la incidencia de las modalidades o niveles de las variables en una población. La relación de las variables de estudio. Para el desarrollo de la investigación se seleccionó, los variables presentes en el marco teórico, planteamiento del problema, objetivos y preguntas de investigación Sampieri (2010).

Las investigaciones de carácter descriptivo buscan especificar las propiedades, las características, los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Son de mucha utilidad para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación Sampieri, (2010).

Tabla 2. Matriz metodológica

FORTALECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES AGROINDUSTRIALES EN EL MUNICIPIO DE LA PAZ					
Problema	Objetivo General	Preguntas de Investigación	Objetivos Específicos	Variables	
				Independiente	Dependiente
¿Es el desconocimiento por parte de los productores sobre la cadena de valor de los productos y la falta de participación directa de los productores el impedimento principal para exportar sin intermediarios?	Contribuir a mejorar el conocimiento de los productores, en el municipio de La Paz, mediante un modelo de gestión que les abra oportunidades de comercialización de sus productos agroindustriales para exportar directamente.	¿Cuál es la característica actual del entorno del sector agroindustrial en el municipio de La Paz, y la de sus actores en la producción, comercialización y exportación de productos agroindustriales?	Identificar la situación actual del sector agroindustrial y sus correspondientes subsectores en el municipio de La Paz.	Competitividad	Modelo de gestión
		¿Cuáles son los pasos o procedimientos que conlleva un proceso de internacionalización tanto para empresas como individuos que se involucren en el sector Agroindustrial?	Determinar cuál es la estrategia a seguir para que el agro productor ofrezca sus productos directamente al mercado internacional.	Asociatividad empresarial	
		¿Cuáles son los requisitos legales y técnicos que las empresas e individuos con intenciones de exportar deben verificar nacional e internacionalmente para los procesos de internacionalización?	Definir los requisitos técnicos y legales tanto nacionales como internacionales para el proceso de exportaciones.	Exigencias para Exportar (documentos y condiciones)	
		¿Qué subsector de la agroindustria y que productos agroindustriales que se producen en el municipio de La Paz tienen potencial para la exportación?	Proponer al sector de la agroindustria, del municipio de La Paz un modelo que permita un mayor potencial exportador.	Preparación del productor	

Fuente: Elaboración propia

3.1.2 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

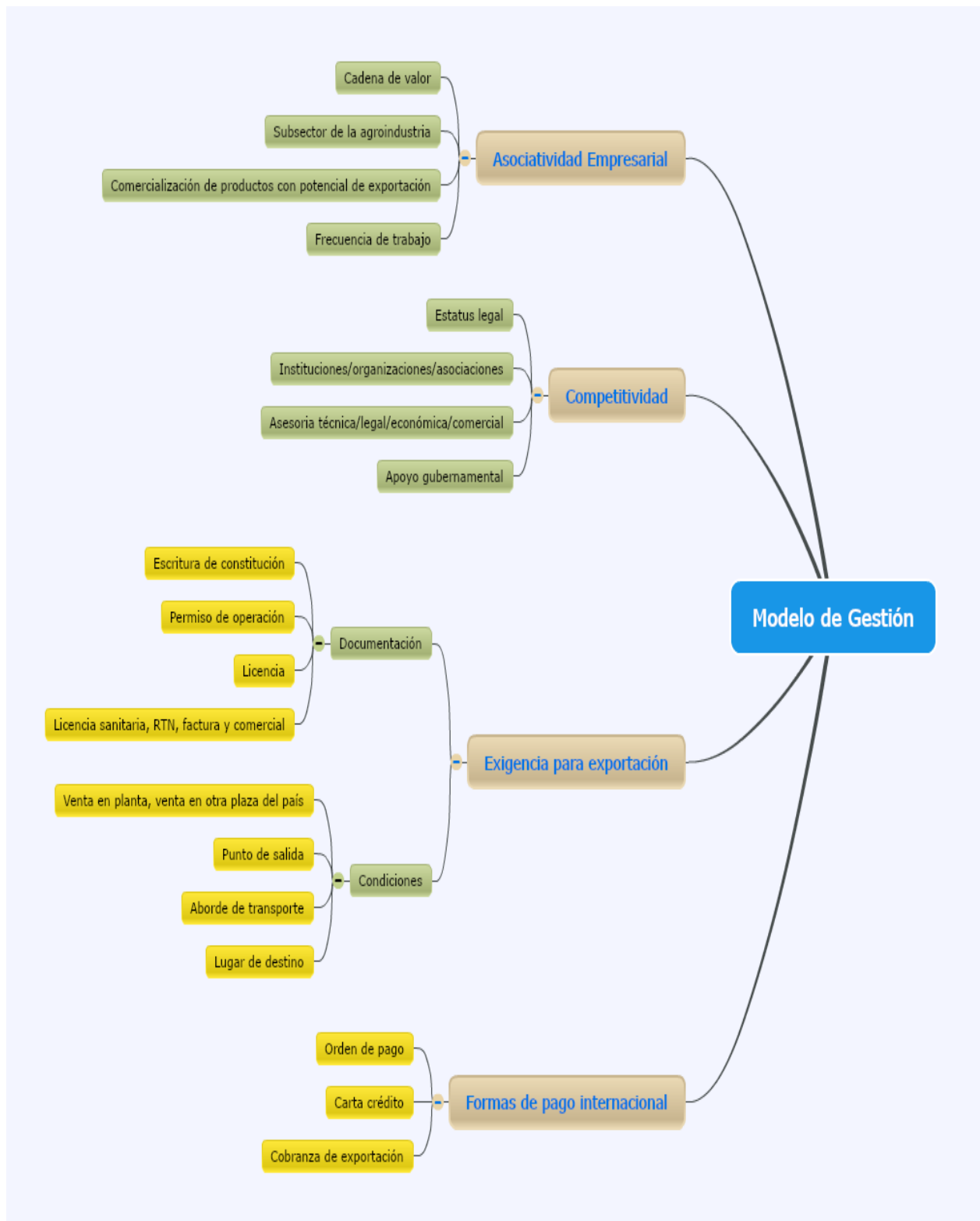


Figura 2. Diagrama de las variables
Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Operacionalización de las variables

Variable independiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítems	Unidades categorías	Escala
	Conceptual	Operacional					
Asociatividad empresarial	Es la subserie de actividades de manufactura mediante las cuales se elaboran materias primas y productos intermedios derivados del sector agrícola. Transformación de productos.	Productos independientes y empresas constituidas dedicados a los procesos o actividades de transformación de productos agrícolas a industriales; cultivados y producidos en el municipio de La Paz.	Cadena de valor	Procesos	De los siguientes procesos de la cadena agro-industrial, ¿cuáles desarrolla usted en sus actividades?	Cultivo, producción, transporte y almacenamiento, procesamiento, distribución y venta.	A. B. C. D. E.
			Sub sector de la agro-industria	Sub sector	¿En cuál de los siguientes sub sectores de la agro-industria ha incurrido usted alguna vez?	Frutales, granos básicos, vegetales orientales, caficultura, hortalizas	A. B. C. D. E.
			Comercialización de productos con potencial de exportación.	Comercializa	¿Cómo comercializa usted sus productos?	Localmente, regionalmente, venta de intermediario, venta a agroexportadores	A. B. C. D.
			Frecuencia de trabajo	Dedicación	Además de las actividades agro-industriales, Usted se dedica a otras actividades. En caso de ser "sí", ¿cuáles?	Comercial Albañil Maestro	A. B. C. D. E.

Variable independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador		Ítems	Unidades categorías	Escala
Competitividad	La afiliación como mecanismo de cooperación entre productores para lograr mejor provecho y evolución de un entorno competitivo	Características de los productores y comercializadores en pertenecer a una institución u organización ligada a sus actividades	Institución, organización, y asociación	Afiliación		Pertenece Usted a una institución, organización o asociación ligada a sus actividades	SI. No	A. B.
Competitividad			Asesoría técnica, legal, económica y comercial	Pertenencia		En caso que pertenezca a una de estas, a ¿cuál pertenece?	Pertenece No pertenece	A. B.
			Apoyo gubernamental	Apoyo		¿Ha recibido algún tipo de apoyo por parte del gobierno estatal o municipal en sus actividades?	-Asesoramiento -Financiamiento	A. B.
				Tipo		Ha recibido tipo de apoyo por parte del gobierno estatal o municipal, ¿Qué tipo de beneficios le ha prestado?	- Asesoría técnica, -asesoría legal, -asesoría comercial, -financiamiento económico	A. B. C. D.

Variable independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador	Ítems	Unidades Categorías	Escala
Competitividad	Cumplimiento de los requisitos, características y condiciones que se requieren para ofrecer producto apto para exportación.	Conocimientos y preferencias por parte de los productores y comercializadores del municipio de La Paz sobre las condiciones internacionales utilizadas para venta –compra de sus productos.	Condiciones	Intensión	¿Tiene intenciones de exportar?	-Vender en Exterior -Venta local	A. B.
				Apoyo para exportar	Sabe de alguna institución que preste apoyo en materia de exportaciones en el municipio, en caso de conocerla, ¿cuáles son?	FIDE, SAG SENASA BANADESA MCA Ninguno	A. B.
					¿Tiene conocimiento de la gestión para un proceso de exportación ?	-Nulos -Poco conocimiento -conocimiento intermedio -amplio conocimiento	A. B. C. D.
			Documentación	Estatus legal	Como productor, ¿cuál es su estatus legal?	-No constituido -En trámite de constitución -Constituido legalmente	A. B. C.
				Nivel comercial	En caso de constituido, ¿cuál es su forma legal?	-Comerciante individual, -Sociedad anónima, -Sociedad de responsabilidad limitada	A. B. C.

Variable independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador	Items	Unidades Categorías	Escala
Características generales					Sus ingresos mensuales producto de la actividades agro-industriales, ¿a cuánto ascienden?	Menor 10 mil 10 mil -20mil 20mil -30 mil Más 30 mil	A. B. C. D.
					¿Indique su nivel educativo?	Escolar Secundaria Universitaria Posgrado	A. B. C. D.
					¿Genero del encuestado?	Masculino Femenino	A. B.
					¿Indique su edad?	Menor a 25 26-30 31-35 36-40 41-45 46 o más	A. B. C. D. E. F

Fuente: Elaboración propia

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

La presente investigación, corresponde a un enfoque mixto predominantemente cuantitativo para cumplir con los objetivos específicos de la investigación. Se seleccionó este enfoque porque presenta las experiencias de los productores involucrados en el sector agroindustrial del municipio de La Paz.

3.3 MATERIALES

Para la siguiente investigación se requirió de lo siguiente:

Tabla 4. Presupuesto de materiales utilizados

Necesidades	Presupuesto en Lempiras
Encuestas	308.00
Transporte, alimentación y hospedaje	2,000.00

Fuente: Elaboración propia

3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

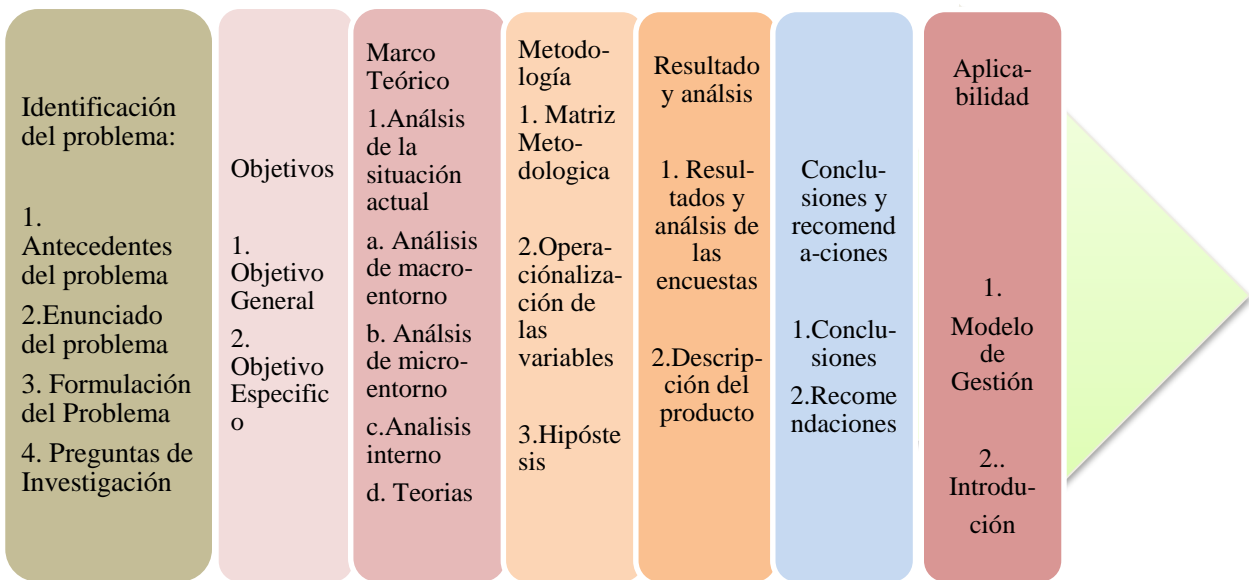


Figura 3. Diseño de la investigación

Fuente: Elaboración propia

3.5.1 POBLACIÓN

La población en esta investigación fue la siguiente: comercializadores y productores del municipio de La Paz que en su totalidad suman 1,865 productores agrícolas. Estas unidades de análisis fueron personas que están involucrados directa y continuamente en la producción, compra y venta de productos agroindustriales. En el caso de los comercializadores son aquellas personas que intermedian en el proceso de compra y venta de los productos, para el caso del municipio pueden ser los compradores de café, vegetales tradicionales, vegetales orientales y frutas. Para el caso de los productores serán las personas que produzcan los anteriores productos.

Delimitación de la población: para la correcta delimitación de la población y selección de la muestra, primero se debe definir las unidades de análisis óseo los medios mediante cual se pretende obtener la información (Sampieri 2010).

En la búsqueda de la población para determinar la muestra, se encontraron las siguientes poblaciones que corresponden a las unidades de análisis de comercializadores y productores en el municipio de La Paz:

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| -Productores de café | -Productores de vegetales orientales |
| -Productores de Plátano | - Productores de pepino |
| -Productores de chile jalapeño | - Productores de calabaza |
| -Comercializadores de café | |

Para determinar la población total de cada uno de estas unidades de análisis se visitaran las siguientes instituciones:

- Instituto Hondureño del café IHCAFE
- Secretaría de Agricultura y Ganadería SAG, con sede en la ciudad de Comayagua
- Departamento de Control Tributario de la Alcaldía Municipal de La Paz

3.5.2. TAMAÑO DE MUESTRA

Resultado de la búsqueda de la población total de la unidad de análisis: Visita a IHCAFE: En la visita realizada a esta Institución con sede en la Ciudad de Comayagua, fue proporcionada la población total de productores de café del Departamento de La Paz, en el cual desglosa la población por municipio. Para el caso del municipio de La Paz el total de la población es de 1832 caficultores correspondiente a la cosecha 2008-2009, el cual es el informe más reciente elaborado por este Instituto.

Visita a SAG: Cuando se visitó esta institución fue para conocer la población total de los demás subsectores de la agroindustria del municipio, se informó que ellos no cuentan con una estructura cuantificada del número de productores por rubro. Sin embargo los técnicos de campo recomendaron una serie de personas productoras, ya que no existen asociaciones de productores de ningún rubro en el municipio de La Paz. La para la construcción de la población de los demás rubros de producción del municipio, se visitó a los recomendados por los técnicos de la SAG.

Al mismo tiempo se recibió más referencia sobre más agroproductores hasta construir la población total de los demás rubros. Se visitó casas comerciales proveedoras de insumos agrícolas. La población de los demás rubros quedó distribuida de la siguiente manera.

Tabla 5. Población otros rubros

Tipo de productores	No
Vegetales orientales	12
Plátano	7
Chile jalapeño	3
Pepino	2
Calabaza	3
TOTAL	27

Fuente: Elaboración propia

Visita al Departamento de Control Tributario Municipalidad La Paz: Durante la permanencia en la oficina local se buscó los contribuyentes que estuviesen operando legalmente. Dentro de la base de datos facilitados se obtuvo la descripción más actual sobre los intermediarios o comercializadores de distintos rubros, donde predominaron las referentes a la producción del café. A continuación se detalla la cantidad y los nombres que identifican las tiendas o distribuidoras operando legalmente en el municipio de La Paz.

Tabla 6. Comercializadores de café Municipio de La Paz

No	Nombre de comercializadores	Tipo de Producto
1	Bodega de café La Unión	Café
2	Bodega Cruz	Café
3	Beneficio Gáleas	Café
4	Beneficio de Café Expreso Paceño	Café
5	Bodega de Café Vilma Sorto	Café
6	Bodega de Café Anael	Café

Fuente: Elaboración propia

Contabilizando las poblaciones anteriormente descritas, se determinó que a la población total del sector del café se aplicaría la muestra debido al número de productores y los demás subsectores del agroindustria la población total será la muestra.

Muestra Total: Muestra productores de café + Población demás subsectores del agroindustria. La muestra total queda de la siguiente forma:

Productores Municipio La Paz	1865
------------------------------	------

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Ecuación 1. Fórmula para cálculo de la muestra
Fuente: Sampieri (2010).

DATOS:

N= 1832
Z= 1,962 3,849444
p= 0,95
q= 0,05
d= 0,05 0,0025
n= $\frac{334,9786169}{4,76034859}$ 70

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

Tabla 7. Construcción de muestra

Muestra total		
Unidades de análisis	Población	Muestra
Productores de café	1832	70
Productores Vegetales Orientales	12	12
Productores Plátano	7	7
Productores Chile Jalapeño	3	3
Productores de Pepino	2	2
Productores de Calabaza	3	3
Comercializadores	6	6
TOTAL	1865	103

Fuente: Elaboración propia

El muestreo que permitió llevar a cabo esta investigación fue de dos tipos, muestreo probabilístico y muestreo no probabilístico por el tipo de unidades de análisis de estudio. Para el

caso de los productores de café, se utilizó el muestreo probabilístico, ya que del total de la población, todos tenían la posibilidad de ser tomados en cuenta para el estudio.

El Muestreo no probabilístico se utilizó en las otras poblaciones, las cuales están comprendidas por los productores de orientales, plátanos, jalapeños, pepino, calabazas y los intermediarios de café. Como esta población es pequeña se tomaron en cuenta todas las personas de forma selectiva.

3.5.3 UNIDAD DE RESPUESTA

Se obtuvo respuestas en base a género, edad, Lempiras, nivel educativo, personas dependientes: porcentajes, unidades, frecuencias, rangos y niveles.

3.6. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos es el cuestionario, que consiste en un conjunto de preguntas relacionadas con las variables a medir, se aplicó al número de personas definidas como la muestra y su aplicación no requirió una duración mayor a 20 minutos por productor y comercializador entrevistado. La aplicación del cuestionario se efectuó por el investigador debido a que se requería información confiable y válida.

3.6.1. TÉCNICAS

Una de las técnicas utilizada para la recolección de datos fue mediante la encuesta oral utilizando el instrumento del cuestionario, donde el encuestador realizó las preguntas al encuestado y dicha persona anotó los resultados tal como eran sin manipular los datos y sin ningún sesgo para efectos de la investigación.

El propósito de aplicar este instrumento fue medir el conocimiento de las personas encuestadas del tema de estudio, y dar respuesta a las variables de investigación propuestas para este estudio, con lo cual se pretendió contextualizar el entorno del agroindustria en el municipio de

La Paz, y con estos resultados se propuso un modelo de gestión de exportaciones que vaya de acorde a las características actuales.

La otra técnica fue la observación, su utilización consistió en recopilar información de manera independiente que se analizó en base a los datos de la actualidad en el campo. Fue la técnica que permitió ver diferentes realidades de la agricultura y sus tecnificación en productos para exportación.

La recolección de datos se realizó en un sentido estricto, en un solo momento que permitió anotar el desarrollo durante la preparación de suelo, aéreas de cultivo y recolección de productos agrícolas y la situación de los productores.

3.6.2. INSTRUMENTOS

El principal instrumento de medición utilizado para la recolección de datos de las unidades de análisis para el estudio, fue el cuestionario.

Las características del cuestionario son las siguientes:

- Dos alternativas de respuestas (respuestas dicotómicas): Si o No.
- Varias alternativas de respuestas, donde se señala uno o más ítems (opción o categoría) en una lista de respuestas sugeridas.
- Preguntas abiertas, donde la persona encuestada tendrá la libertad de responder libremente según sea su caso.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Los objetivos perseguidos en este capítulo son los hallazgos obtenidos y determinar los efectos que dichos resultados provocan en la aplicación del modelo de gestión.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

4.2. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

En este capítulo se desarrolló la descripción de lo observado en los datos que han sido recolectados. Para ello, se ha hecho uso de técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. La estadística descriptiva, ayudó a conocer las características intrínsecas de cada una de las variables, con el fin de proporcionar una visión del comportamiento de la población, a partir de las unidades de análisis. Por otra parte, la estadística inferencial corresponde a las pruebas estadísticas en las cuales se desarrollaran contrastes de hipótesis, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos planteados.

En el marco muestral se contempló la aplicación de encuestas a 103 unidades de análisis, de las cuales se obtuvo una tasa de no respuesta de 0%, lo cual satisface los criterios de confiabilidad y garantizó la precisión en cada una de las estimaciones, donde las que predominaron fueron los promedios y proporciones.

La proporción de la población masculina, que se dedica a la producción agroindustrial es del 69.9%, denotando que en esta actividad tiende predominar la intervención del hombre, como principal agente del desarrollo en términos de producción y comercialización de los productos que son propios de esta región. Sin embargo, la participación de la mujer en esta actividad, la cual asciende a un 30.1%, resulta también, ser significativa en la cadena de producción de esta región.

El rango promedio de edades, en que se ubican las personas que se dedican a la producción agroindustrial, oscila entre los 31 y 35 años. Sin embargo, al observar las proporciones, se detalla

cómo está distribuida la población productora, en términos de la variable edad. Se observa pues, que un 18.4% de la población dedicada a la producción agroindustrial tiene una edad inferior a los 25 años, el 21.4% se encuentra entre los 25 y 30 años, y tan solo el 9.7% tiene una edad entre 31 y 35 años, mientras que el 28.2% se encuentra entre los 36 y 40 años, y para las edades de 41 a 45 años, se observa una representación del 10.7%, y de un 11.7%, aquellos productores que superan los 46 años de edad.

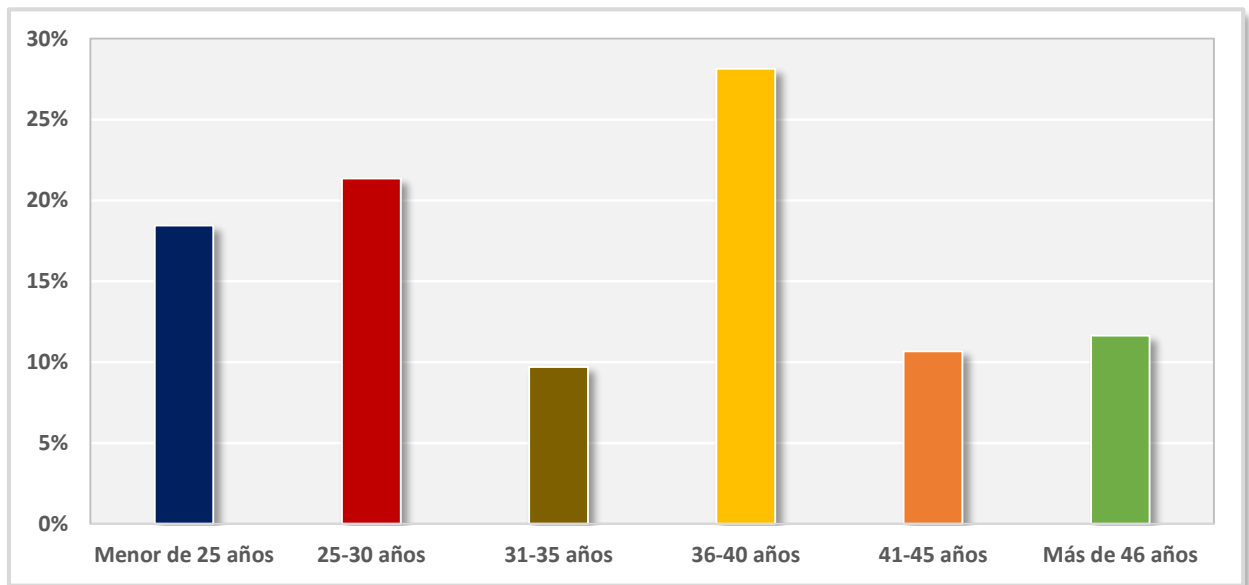


Figura 4. Edad de los Productores Agroindustriales del Municipio de la Paz

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Estadísticos Descriptivos de la edad de los Productores Agroindustriales del Municipio de La Paz

Estadísticos Descriptivos	Valor
Media	31 y 35 años
Mediana	36 y 40 años
Moda	36 y 40 años
Desviación Estándar	1.63
Varianza	2.66
n	113

Fuente: Elaboración propia

En relación al nivel educativo que poseen los productores agroindustriales, se observó que el 38.8% solo ha logrado finalizar sus estudios de primaria, mientras que un 45.6% ha logrado alcanzar el nivel de secundaria, y tan solo un 15.6% tiene título universitario. En este sentido, se denota la baja proporción, de personas que han logrado avanzar en materia educativa, donde por lo general, sus estudios superiores están ligados a la rama de actividad económica en la se desempeñan, con el fin de especializarse en la producción y comercialización, en determinado rubro.

En términos de ingreso, se observó que la mayor parte de la población obtiene ingresos menores a los L. 10,000 mensuales, derivados de la actividad de la producción y comercialización de productos agroindustriales. Esta parte de la población representa el 73.8% de los productores, mientras que un 10.7% de los productores indicó que sus ingresos mensuales oscilaban entre los L. 10,000 y L. 20,000, en tanto que un 8.7% percibe entre L. 20,000 y L. 30,000, mientras que un porcentaje menor (6.8%) indicó que sus ingresos mensuales, superaban los L. 30,000.

Esto proporciona una idea referente al tamaño de la producción, en donde, si se clasifica a los productores en términos de ingresos, se puede observar que la mayoría entran en la categoría de pequeños productores, los cuales están constituidos por unidades familiares dedicados a esta actividad, sin ser intensivos en el uso de capital.

Por otro lado, los medianos productores por lo general, disponen de mano de obra fuera del círculo familiar, y el empleo medio de capital, en la cual, cabría que se encuentre una pequeña parte de la población productora. Finalmente, los grandes productores, que están denotados por altos niveles de retribución monetaria, mismos que en términos de producción, favorecen el empleo de mano de obra calificada, y mayor intensidad en el empleo del recurso capital.

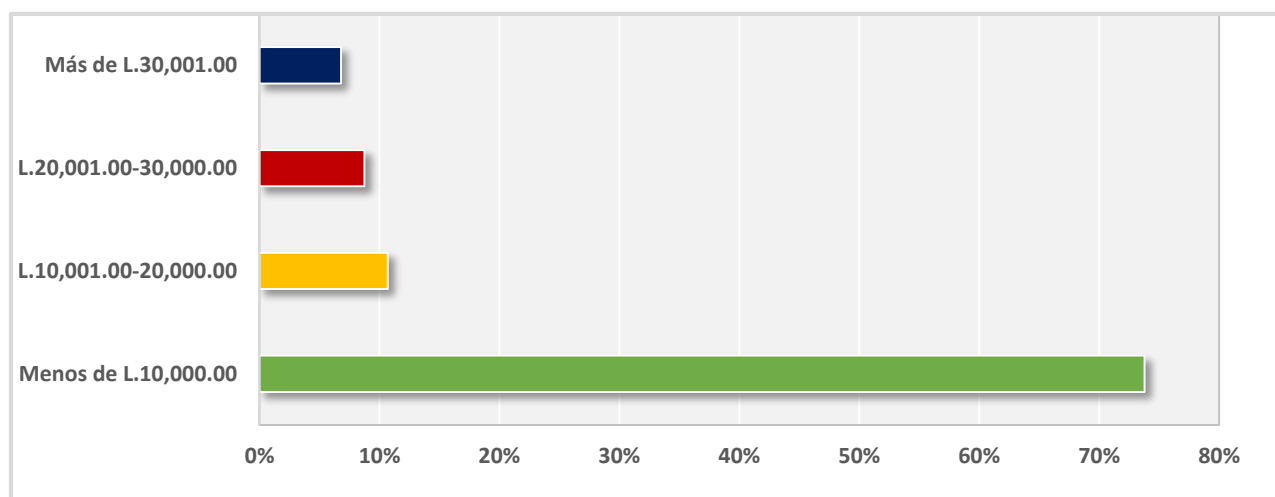


Figura 5. Ingreso mensual de los Productores Agroindustriales del Municipio de la Paz
Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Estadísticos descriptivos del Ingreso mensual de los Productores Agroindustriales del Municipio de la Paz

Estadísticos Descriptivos	Valor
Media	10,000
Mediana	10,000
Moda	10,000
Desviación Estándar	0.91
Varianza	0.84
n	113

Fuente: Elaboración propia

Una característica similar a lo descrito anteriormente, es la cantidad de personas dependientes de los jefes de hogar. Las unidades familiares dedicadas a la producción agroindustrial, con frecuencia hacen uso de la mano de obra de sus hijos, que muchas de las veces, son familias grandes.

En este sentido, se observó que un 15.5% de los productores, tiene bajo su dependencia, más de 6 personas, mientras que el 29.1% manifestó que ellos dependen entre 5 y 6 personas, y del

45.6% dependen entre 3 y 4 personas, mientras que tan solo un 8.7% indicó que de ellos dependen de 1 a 2 personas, y del 1% no depende ninguna persona.

Tabla 10. Numero de familiares de los productores agroindustriales que depende de esta actividad.

Número de personas	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	1	1%
1 a 2	9	9%
3 a 4	47	46%
5 a 6	30	29%
Más de 6	16	16%
Total	103	100%

Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta a las cadenas de producción agroindustrial, se identificó, que en el desarrollo de esta actividad, se encontraron algunos productores que solamente se dedican al cultivo de sus productos, y otros productores que su cadena de producción, va desde el cultivo del producto, transporte del producto, almacenamiento y venta. En el siguiente cuadro se detalla la cantidad de productores que realizan todas las actividades en la cadena de producción agroindustrial, como aquellos que solo realizan algunas de estas actividades.

Tabla 11. Procesos de Cadena Agroindustria desarrollado por los productores encuestados

Cadena de Producción	Frecuencia	Porcentaje
Cultivo	17	17%
Distribución y venta	8	8%
Cultivo, producción y distribución y venta	25	24%
Cultivo, producción, transporte y almacenamiento	21	20%
Cultivo, procesamiento, distribución y venta	3	3%
Cultivo, producción, procesamiento	2	2%
Cultivo, producción	18	17%
Cultivo, transporte y almacenamiento, distribución y venta	1	1%
Cultivo, transporte y almacenamiento	3	3%
Cultivo, producción, transporte y almacenamiento, distribución y venta	1	1%
Cultivo, distribución y venta	3	3%
Cultivo, producción, procesamiento, distribución y venta	1	1%
Total	103	100%

Fuente: Elaboración propia

La producción desarrollada en el municipio, generalmente tiene cuatro destinos. A saber, la venta local, que según se observa, representa aproximadamente, un poco más del 34% de la producción total (ya que en ocasiones se combinan los destinos); la venta regional, que la mayoría de las veces, no se destina el total de la producción de algunos agricultores, sino, que se vende en el mercado local y otra parte a otras regiones; la venta a intermediarios, la cual es aproximadamente un poco más del 40%; y finalmente, la venta a agroexportadores, la cual podría estimarse que es un poco más del 13% de la producción total.

Tabla 12: Tipos de Comercialización de la Producción Agroindustria que se desarrollan en el municipio de La Paz

Tipo de Comercialización	Frecuencia	Porcentaje
Localmente	35	34%
Localmente, regionalmente	2	2%
Localmente, regionalmente, venta a agroexportadores	4	4%
Localmente, regionalmente, venta a intermediarios	3	3%
Localmente, regionalmente, venta a intermediario, venta a agroexportadores	1	1%
Localmente, venta a agroexportadores	2	2%
Venta a agroexportadores	13	13%
Venta a intermediario	41	40%
Venta intermediarios, venta a agroexportadores	2	2%
Total	103	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto al estatus legal en que se encuentran los productores agroindustriales, se observó que tan solo el 30.1% está constituido legalmente, mientras que un 2.9% está en trámites, para constituirse. Lo anterior, deja en evidencia otra característica de la producción y comercialización de productos agroindustriales en el municipio. Esta es, la alta tasa de no constitución, lo cual se enmarca como una de las cualidades que se puede observar en términos de la producción agroindustrial. Esto obedece en cierta medida, al tipo de comercialización, que dicta, que si los productos los venden en el mercado local, o a intermediarios, no se exige algún tipo estatus legal, para poder llevar a cabo estas transacciones.

No quiere decir, que si el productor, comercializa sus productos a nivel local, este no estará constituido. Algo similar ocurriría para los productores que venden sus productos con destino al mercado exterior. Posiblemente se encontrarán casos de productores no constituidos, que venden sus productos a agroexportadores, sin embargo, es más probable que las empresas que se dedican a exportar los productos de este municipio, exijan cierto estatus legal a los productores. En este sentido, se observó que, de los productores que se han constituido y que están a punto de constituirse legalmente, 94% lo han hecho como comerciante individual, y un 6% como sociedad de responsabilidad limitada.

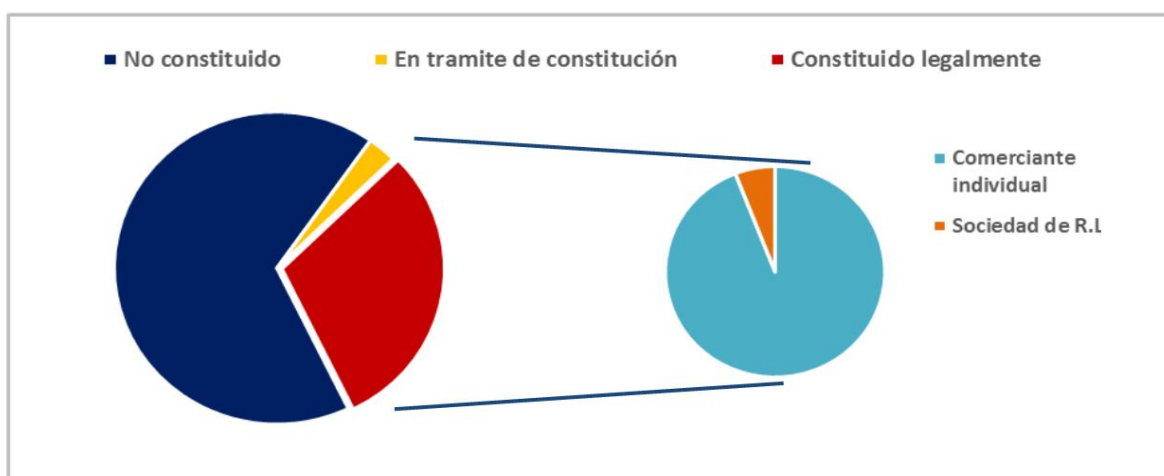


Figura 6. Estatus legal de los productores agroindustriales del municipio de La Paz
Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se denotó de la importancia que se le otorga a la pertenencia a instituciones que sean afines con la actividad de producción agroindustria. Esto conlleva en cierto sentido, al mejoramiento tanto en términos de producción, como en comercialización, ya que en ocasiones, se puede contar con la asistencia técnica de estas instituciones, a la vez, de la intervención en términos de comercialización, promoviendo a sus productores afiliados. A pesar de ello, se observa que menos de la mitad de los productores, pertenecen a alguna institución, u organización, ligada a la actividad que desarrollan, siendo solo el 42.7% los que están afiliados a una institución, mientras que el 57.3% no lo está. De la proporción de agricultores afiliados, el 79.5% pertenece al Instituto Hondureño del Café (IHCAFE), el 16% a la Asociación Hondureña de Productores de Café (AHPROCAFE), y el 4.5% al Banco Nacional de Desarrollo Agrícola (BANADESA).

En este sentido, se consultó sobre el posible apoyo que se pueda recibir por parte del gobierno estatal o municipal, en términos de producción o comercialización. De ello se observó que tan solo 28.2% de los productores han sido beneficiados a través de asesoramiento técnico, financiero, legal, económico y comercial.

Para realizar los contrastes de hipótesis, se hizo uso de estadísticos no paramétricos, debido al tipo de medición de las variables. Algunas de las variables fueron medidas de forma nominal y otras de manera ordinal. De modo que en este tipo de variables no se pueden obtener distribuciones normales, lo cual forma parte de los supuestos de las estadísticas paramétricas, se recurre a usar los estadísticos adecuados a los tipos de distribución que se han analizado en este estudio. A mayores capacitaciones y tecnificación en proyectos agrícolas, mayor cantidad de productores calificarán para comercializar sus productos en extranjero.

El desarrollo de esta hipótesis se realizó mediante el estadístico Chi-cuadrado de independencia de Pearson. Este estadístico sirve para indicar si existe asociación o no, entre dos variables categóricas. El estadístico Chi-cuadrado de independencia, es un estadístico no paramétrico, que contrasta la hipótesis nula, de que las variables analizadas son independientes, es decir, que al medir las variables por medio de una tabla de frecuencias cruzada, los valores que se observan en una de las variables, podrían llegar a ser independientes de los valores, que se observan en la otra variable.

Su fórmula se expresa de la siguiente manera:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

Ecuación 2. Fórmula para desarrollo de hipótesis
Fuente: Universidad de Antofagasta (2016).

Donde:

m = número de categorías de la variable X.

k = número de categorías de la variable Y.

O = Frecuencia observada, es la frecuencia observada en cada una de las categorías de una variable, dado los valores de la otra variable, o sea, $X_i \cap Y_j$

E = Frecuencia esperada, es la frecuencia máxima, que podría tomar cada una de las categorías de una variable, dado los valores de la otra variable, o sea, $X_i \cap Y_j$.

Una vez que se calcula el estadístico, se compara con el valor crítico de la distribución Chi-cuadrado con $(m-1)*(k-1)$ grados de libertad, y cierto nivel de significancia (generalmente 5). Si el valor del Chi-cuadrado de la prueba es mayor que el valor crítico, las variables no son independientes, o sea, que existe asociación estadísticamente significativa entre ellas. Por otra parte, si el valor crítico es mayor que el valor Chi-cuadrado de la prueba, las variables son independientes (Reyes, s.f.).

Otra forma de conocer si las variables son independientes o no, es evaluando el p-valor o la probabilidad que se obtiene a partir del valor del estadísticos, y con los grados de libertad y nivel de significancia, se obtiene un valor, que se debe de comparar con el nivel de significancia (5%). Se el p-valor es menor que el nivel de significancia, se concluye que las variables son independientes, ya que esto conlleva al rechazo de la hipótesis estadística. Si el p-valor es mayor al nivel de significancia, implica que las variables no están asociadas, lo cual conlleva al no rechazo de la hipótesis estadística.

En este sentido, se aplicó la prueba Chi-cuadrado para las variables, exportación y apoyo, que son las variables que miden si los productores comercializan sus productos en el mercado exterior, es decir, si los productos son para exportación, y la otra variable, mide si los productores han recibido algún tipo de apoyo por parte del gobierno estatal o municipal. El resultado del estadístico tras aplicar la prueba, dio como resultado un valor de Chi-cuadrado = 20.93, y el p-valor, denotado por el valor de Sig, = 0.000. Dada esa probabilidad, se concluye que se rechaza la hipótesis de independencia entre las variable. Esto implica que existe asociación estadísticamente significativa, entre la variable exportación y apoyo.

Tabla 13: Chi-cuadrado de independencia, de las variables Exportación y Apoyo

Estadísticos	Valor
Chi-cuadrado	20.93
gl.	1
Sig.	0.000

Fuente: Elaboración propia

De igual manera se desarrolló la segunda hipótesis, la cual establece que, a mayor cantidad de exportadores directos del municipio de La Paz, menor será la cantidad de intermediarios. Para ello se tuvo que crear una nueva variable a partir de la recodificación del tipo de comercialización, con el fin de identificar quienes de los productores comercializan o venden sus productos a intermediarios.

Adicionalmente se muestra la tabla de frecuencias cruzada, para que de este modo se pueda observar el comportamiento de los datos, en la relación ya mencionada. De ello se observa que del 82.5% de los productores que venden sus productos a agroexportadores, es decir, que exportan sus productos, un 39.8% no vende sus productos a intermediarios, lo que puede ser respuesta de la venta realizada por los productores a nivel local o regional, mientras que 42.7, vende sus productos a intermediarios. Por otro lado, del 17.5% de los productores que exportan sus productos, un 14.6% no lo vende a intermediarios, y un 2.9% sí vende sus productos a intermediarios.

Tal como la hipótesis sugiere, se observa que a medida que sea más la cantidad de productores que exporten sus productos, será menor la cantidad de productores, que vendan sus productos a intermediarios.

Tabla 14: Distribución de Frecuencias cruzada de las variables, Exportación e Intermediario

		Intermediario		Total
		No vende a Intermediario	Vende a Intermediario	
Exportación	No Exporta	41	44	85
	%	39.8%	42.7%	82.5%
	Exporta	15	3	18
	%	14.6%	2.9%	17.5%
Total		56	47	103
		54.4%	45.6%	100%

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, para comprobar que la relación obtenida a través de la distribución de frecuencias cruzada, es significativa o no, se calculó el estadístico Chi-cuadrado de independencia. En la estimación de este estadístico, se obtuvo un valor de 7.37, y con un grado de libertad, o sea, $gl=1$, y una significancia del 5%, se obtuvo un p-valor de 0.007. Dado que el valor de la significancia es menor al 5%, se rechaza la hipótesis de independencia, lo que conlleva a aceptar la hipótesis de que a mayor cantidad de exportadores directos, menor será la cantidad de intermediarios.

Tabla 15: Chi-cuadrado de independencia, de las variables Exportación e Intermediario

Estadísticos	Valor
Chi-cuadrado	7.376
gl.	1
Sig,	0.007

Fuente: Elaboración propia

MODELO DE GESTIÓN

A continuación el modelo de gestión propuesto, el cual orienta cuál es el perfil de los productores que mejor calificaron, para que sus productos sean destinados al mercado exterior. Para la creación de este modelo, se hizo uso de modelos estadísticos predictivos, los cuales ayudaron a conocer las variaciones unitarias y marginales o porcentuales, que se producen en la variable dependiente, a causa de variaciones en las variables independientes.

Dado que en el modelo de gestión planteó la identificación del perfil de los productores que conlleven a que estos puedan exportar sus productos, se observó que la variable que se necesitaba explicar, solo podía tomar dos valores, el de exportar o no exportar. Esto sugirió que el modelo estadístico a utilizar, fuese un modelo de elección discreta. Este tipo de modelos, sirve para conocer las estimaciones de los parámetros, cuando en la variable dependiente se pueden generar, solamente dos posibles valores de respuesta (elección discreta binaria), o más de dos respuestas en la variable dependiente (elección discreta multinomial).

Como ya se mencionó, las posibles respuestas que se buscan respecto a la variable dependiente, es la posibilidad que los productores agroindustriales, exporten sus productos, contra

que no exporten sus productos. Para ello se codificaron con el valor de 1, a los productores que venden sus productos a empresas agroexportadoras, ya que es el evento que se desea observar; y se codificó con el valor de 0, a los productores que no venden sus productos a agroexportadores. De modo que la variable dependiente se expresaría de la siguiente manera:

$$Y = \begin{cases} 1 & , \text{con probabilidad } p \\ 0 & , \text{con probabilidad } 1 - p \end{cases}$$

De modo que, dados los valores de las variables independientes, la variable dependiente sólo podrá tomar los valores de 0 o 1. Lo anterior solo es posible, mediante la estimación de modelos no lineales, de los cuales el más utilizado es el de función de distribución logística, o sea, modelo Logit (Medina Moral, 2003).

Consecuentemente, debido a que las estimaciones del modelo no se realizaran bajo especificaciones de linealidad, la especificación del modelo será mediante la función logística, que se expresa de la siguiente manera:

$$Y_i = \frac{1}{1 + e^{-\alpha - \beta_k}} + u_i$$

Ecuación 3. Modelo Logit

Fuente: Modelos de elección discreta (Medina Moral, 2003)

Así mismo, se tuvieron que transformar los valores de las variables que entrarían en el modelo, para explicar las variaciones de la variable dependiente. Esto se hizo con el fin de volver dicotómicas las variables, otorgando el valor de 1, a los valores que están asociados a la ocurrencia de la variable dependiente. Por ejemplo, la variable estatus legal, fue recodificada, dando el valor de 1, a aquellos productores agroindustriales que están constituidos legalmente, y el valor de 0, a los que no lo están actualmente.

Las variables que fueron introducidas el modelo fueron, “exportación”, que es la variable dependiente, la cual mide si los productores agroindustriales exportan, o no exportan. Las variables independientes fueron, “estatus legal”, la cual mide que productores están constituidos, y quienes

no lo están; “apoyo”, que mide quienes de los productores han recibido apoyo del gobierno estatal y municipal; y finalmente, la variable “conocimiento”, que mide, quienes de los productores conocen los procedimientos en la gestión que se debe de realizar, para poder vender sus productos en el mercado exterior.

En la tabla 16, se muestran las variables recodificadas, junto con los estadísticos de asociación. Al evaluar la asociación de las variables independientes con la variable dependiente, da la pauta para conocer si las variables independientes pueden ser significativas en el modelo. De no haber asociación estadísticamente significativa, la variable independiente, no fue tan significativa en el modelo.

Tabla 16: Distribución de Frecuencias cruzada y estadísticos de asociación de la variable dependiente y las variables independientes

Variables Independientes		Variable Dependiente		Estadístico de Asociación y nivel de significancia	
		Exportación		Chi-cuadrado	Sig.
		No exporta	Exporta		
Estatus Legal	No constituido	68	4	23.57	0.000
	Constituido	17	14		
Apoyo	Sin Apoyo	69	5	20.93	0.000
	Con Apoyo	16	13		
Conocimiento	Sin Conocimiento	78	7	28.79	0.000
	Con Conocimiento	7	11		

Fuente: Elaboración propia

Al estimar el modelo Logit, con las variables antes mencionadas, se observó que el modelo posee significancia estadística, es decir, que la variabilidad producida en las variables independientes, modifican de manera significativa, la variabilidad de la variable exportación. Lo anterior se pudo indicar, por el resultado del estadístico RL Chi-cuadrado. Este valor fue de 29.25, sin embargo, para saber si este estadístico es significativo o no, se analizó la probabilidad del estadístico, la cual, fue de 0.000.

Debido a que los estadísticos obtenidos, se consideran significativos si estos están por debajo del 5% o 0.05, se puede observar, que la significancia global del modelo, sugiere que este

modelo posee significancia estadística. En otras palabras, que las interacciones en conjunto, de las variables estatus legal, apoyo, y conocimiento, provocan que se generen los valores de respuesta posibles en la variable exportación.

Por otra parte, el ajuste del modelo, sugiere que solamente el 30.6% de la variabilidad de la variable exportación, es explicada por las variables independientes. Este porcentaje el cual se obtiene del Pseudo R^2 denota que el ajuste del modelo es bajo, lo cual se puede deber a la falta de otras variables que se pudieron haber incluido en el modelo, que posiblemente fuesen significativas para el mismo, sin embargo, se calculó el grado de clasificación del modelo, como otra medida del ajuste, y de ello se observó, que el modelo clasifica correctamente el 87.38% de las observaciones. Esto último implica, que habrá una mayor certeza en la predicción del modelo, ya que la mayor parte de las observaciones clasificadas, generan de manera confiable, los dos valores de respuesta de la variable dependiente, debido a que la clasificación del modelo se acerca al 100%.

Tabla 17: Medidas de Bondad de Ajuste del modelo de gestión

Medidas de Ajuste	Valor
Numero de Observaciones	103
LR Chi-cuadrado	29.25
Prob.>Chi-cuadrado	0.000
Pseudo R^2	0.3064
Clasificación correcta	87.38%

Fuente: Elaboración propia

Al observar los valores de los coeficientes Logit, se observó que el Logit de la variable estatus legal, fue de 1.46. Dado que el Logit estimado, sugiere una variación unitaria de la variable dependiente, se estima que si los productores están constituidos legalmente, la cantidad de productores que podrían exportar sus productos, aumenta en promedio 1.46 unidades. Para el Logit de la variable apoyo, se observó que su valor fue de 0.73, lo cual sugiere, que si se aumenta la cantidad de productores que reciben apoyo de parte del gobierno estatal o municipal, aumentara la cantidad de productores que vendan sus productos en el mercado exterior en 0.73 unidades.

En el caso de la variable conocimiento, se observó un Logit estimado de 1.52, lo cual indica que si los productores están capacitados en los lineamientos que se deben de seguir, para realizar los trámites de exportación, la cantidad de productores exportadores, aumentarían en promedio 1.52 unidades.

Tabla 18: Resultados del Modelo Logit, para el modelo de gestión

Exportación	Coefficiente Logit	Error Estándar	z	Prob.
Estatus Legal	1.460395	.8197358	1.78	0.07
Apoyo	.7370497	.8479739	0.87	0.38
Conocimiento	1.528747	.8039438	1.9	0.05

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, se observó que en algunos Logit, la variable no es significativa. Tal es el caso de la variable apoyo, en el cual su probabilidad fue de 0.38. Esto le estaría restando importancia a la estimación de la variable dependiente, indicando así, que el apoyo que se brinda por parte del gobierno estatal o municipal, no resulta un factor significativo, para que los productores aumenten sus posibilidades de exportar sus productos. Otra variable que no fue significativa al 5% fue el estatus legal, sin embargo, no se le restará importancia a esta variable, debido a que dicha significancia podría estar influenciada a causa del ruido de los datos, producida por dos valores observados de productores que no están constituidos actualmente, y aun así, sus productos son destinados a la exportación. Por otra parte, la variable conocimiento, resultó ser significativa al 5%.

Dado que al analizar los cambios unitarios en la variable dependiente, producida por los Logit, resulta un tanto difícil de asimilar dicho valor unitario, ya que la referencia son los productores, los cuales, no son una unidad de medida que se pueda fraccionar. En este sentido, se obtuvieron las estimaciones de los Logit, a través de la matriz de cambios marginales, lo cual brinda la probabilidad de exportar los productos agroindustriales, para esta muestra de productores.

Se observó pues, que la probabilidad para esta muestra de productores agroindustriales, es de solamente 10.7%, lo cual indica que de manera general, para un productor, su probabilidad de exportar sus productos será bastante baja. Pero de forma particular, se observa que la probabilidad aumentaría en un 17.6%, para aquellos productores que estén constituidos legalmente, respecto a

los que no están constituidos, y a pesar de no ser relevante o significativa, la probabilidad de los que han recibido apoyo gubernamental, aumentara en 8%, y finalmente, la probabilidad para los productores que tienen conocimientos de los procesos que se llevan a cabo para exportar los productos agroindustriales, aumenta en un 21% respecto a aquellos productores que no poseen conocimientos de dichos procesos.

Así mismo, se calculó la probabilidad de exportar, para aquellos productores que estén constituidos legalmente, que hayan recibido apoyo gubernamental, y que tienen conocimientos de los lineamientos para exportar sus productos, a fin de conocer, en cuanto aumenta la posibilidad de exportar sus productos si poseen dichas cualidades. El resultado de esta probabilidad fue del 66.7%, es decir que si los productores, cuentan con cada una de las cualidades ya mencionadas, su probabilidad será aún mayor, de no poseer alguna de estas cualidades.

Tabla 19: Resultados de la Matriz de Cambios Marginales, para el modelo de gestión.

Exportación	Coefficiente Logit	Error Estándar	z	Prob.
Estatus Legal	0.1786249	0.11734	1.52	0.12
Apoyo	0.0807018	0.10477	0.77	0.44
Conocimiento	0.2140737	0.15527	1.38	0.16

Fuente: Elaboración propia

Otra medida interesante que se obtuvo de los Logit, del modelo de gestión, fueron los odd ratios. Los odd ratios, sirven para medir el número de veces que es más probable que ocurra el fenómeno o suceso frente a que no ocurra (Medina Moral, 2003). En este sentido, se observó que para un productor que está constituido legalmente, la probabilidad de que sean exportados sus productos, es 4.3 veces mayor a la de un productor que no está constituido legalmente. Para los productores que han recibido algún tipo de apoyo gubernamental, su probabilidad para exportar sus productos, es 2 veces mayor que los que no han recibido ningún tipo de apoyo. Y para un productor que posee conocimientos en los lineamientos a seguir para poder llegar a exportar, la probabilidad de exportar, es mayor en 4.6 veces, que la de aquellos productores que no tienen conocimiento de los trámites a seguir.

Tabla 20: Resultados de los Odds Ratio del modelo de gestión

Exportación	Coefficiente Logit	Error Estándar	z	Prob.
Estatus Legal	4.307661	3.531144	1.78	0.07
Apoyo	2.089761	1.772063	0.87	0.38
Conocimiento	4.612392	3.708104	1.9	0.05

Fuente: Elaboración propia

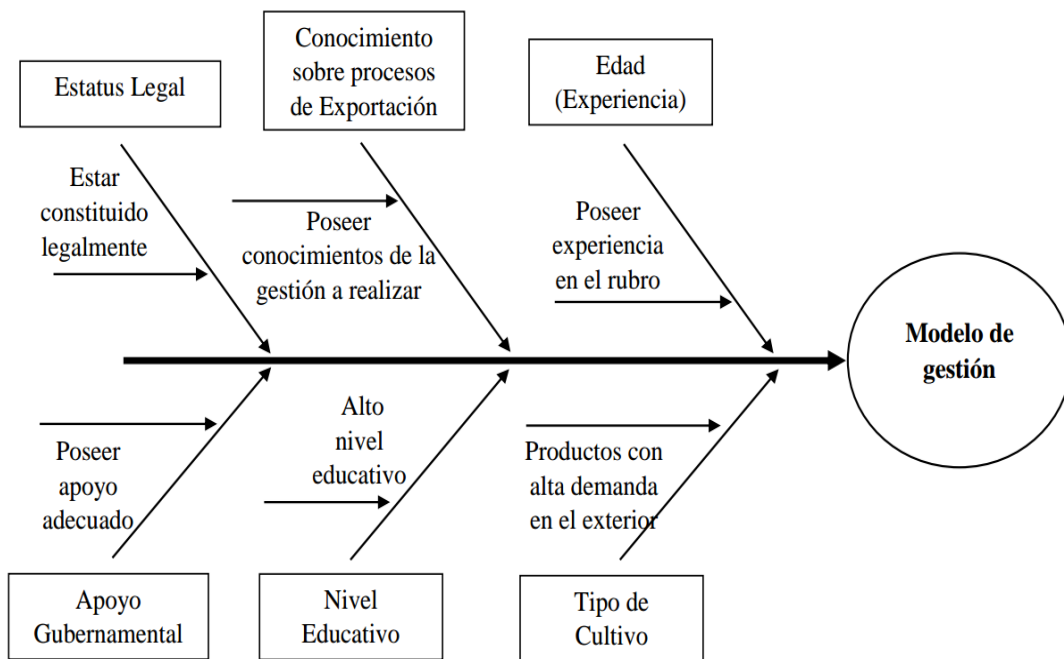


Figura 7. Diagrama de Ishikawa.

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los productores del municipio de La Paz presentaron una clasificación relacionada entre condiciones legales y mercados a los que abastecen con sus productos de al menos 5 subsectores, así mismo una medición del nivel de relación encontrada entre productores y las autoridades tanto municipales como de gobierno central y la influencia de la intención de exportar sus productos directamente y el conocimiento sobre el mismo proceso de exportación.

5.1 CONCLUSIONES

El sector agroindustrial del municipio de La Paz, está caracterizado por ser un sector donde la mayoría de sus unidades productoras, se clasifican como pequeños productores, lo cual se relaciona en cierta medida, a la condición legal en la que se encuentran, ya que se observa una tasa elevada de no constitución. Por otra parte, observo que en términos de comercialización, la mayor parte de la producción, se destina para el mercado local o regional, mientras que otra parte de la producción se destina a la exportación para su consumo en el mercado exterior.

El apoyo técnico proveniente de los gobiernos estatal y municipal, producen un impacto positivo en la comercialización de los productos agroindustriales del municipio de La Paz. Esto se debe a que la contribución en materia de asesorías técnicas a los productores agroindustriales, induce a mejoras en su producción, consecuentemente en la comercialización, ya que dichos productos se vuelven atractivos para ser comercializados en el mercado exterior.

El sector agroindustrial del municipio de La Paz, está caracterizado por ser un sector donde la mayoría de sus unidades productoras, se clasifican como pequeños productores, lo cual se relaciona en cierta medida, a la condición legal en la que se encuentran, ya que se observa una tasa elevada de no constitución. Por otra parte, observo que en términos de comercialización, la mayor parte de la producción, se destina para el mercado local o regional, mientras que otra parte de la producción se destina a la exportación para su consumo en el mercado exterior.

El apoyo técnico proveniente de los gobiernos estatal y municipal, producen un impacto positivo en la comercialización de los productos agroindustriales del municipio de La Paz. Esto se

debe a que la contribución en materia de asesorías técnica, legal, económica, y comercial, brindada a los productores agroindustriales, induce a mejoras en la producción, consecuentemente en la comercialización, ya que dichos productos se vuelven atractivos para ser comercializados en el mercado exterior.

La influencia de intermediarios en la producción agroindustrial se ve afectada de manera directa si el productor destina sus productos a la exportación. Se observó que si crece la población de productores que exportan sus productos, las ventas a los productos ya no estarán dirigidas a los intermediarios, por lo que se afeará de manera directa a este grupo de comercializadores. Esto sugiere que el margen de ganancia que obtienen los intermediarios, vendrá a formar parte de la ganancia de los productores, debido a que la comercialización ya no se estaría realizando a través de los intermediarios, incrementando así, las utilidades de los productores.

Se identificó a través del modelo de gestión, que el estatus legal de los productores, junto con los amplios conocimientos que se posean, respecto a las gestiones que se deben de llevar a cabo para comenzar un proceso de exportación, son factores significativos o de mucha importancia, que determinaría en cierta medida, si los productores podrán exportar sus productos o no. Por otra parte, los apoyos provenientes de los gobiernos estatales o municipales, afectan positivamente el que se aumenten las posibilidades de poder exportar, sin embargo, su importancia es poca. Esto indica que las probabilidades de exportar no serán tan significativas como lo son con las probabilidades si dependiendo si el productor está constituido legalmente, y tiene conocimientos de los procesos para exportar.

5.2 RECOMENDACIONES

Debido a que la gran parte de la población productora del municipio de La Paz, no está constituida legalmente, y que dicho fenómeno limita las posibilidades de convertirse en exportador de sus productos, conviene que se provea de los mecanismos que faciliten y motiven a los productores a constituirse legalmente. Dichos mecanismos pueden ser canalizados a través de las organizaciones o instituciones ligadas a los subsectores de la producción agroindustrial, los cuales podrían brindar capacitaciones dirigidas a mostrar los beneficios que conlleva estar constituido

legalmente, de modo que el productor se vea motivado, y mediante asesoría legal, se pongan a disposición los medios que faciliten la constitución de los productores.

Si bien, las ayudas o apoyos que se han brindado a los productores, por parte de los gobiernos estatales o municipales, afectan de manera positiva las posibilidades de que los productores exporten sus productos, se observó que dicho apoyo no era lo suficientemente significativo. Una alternativa que podría hacer que se mejoren las posibilidades de exportar, sería capacitando mejor a los productores en ese tema en específico, de modo que se instruya sobre las normas de calidad que se deben de cumplir para que los productos de este sector agroindustrial califique para ser exportado, así como al respecto de los trámites legales que se deben de realizar, lo cual contribuiría al aumento de las probabilidades de convertirse en exportadores.

De manera general, si se llegasen a poseer de los conocimientos en cuanto a trámites que se deben de realizar en un proceso de exportación, sumado al cambio de estatus legal, o sea, que los productores se logren constituir legalmente, y al aumento de los apoyos que pueden ser brindados en materia de asesoría técnica y legal, contribuirían al aumento de las probabilidades de convertirse en exportador en un 66%. Por ello conviene hacer dar a conocer los beneficios ligados a la comercialización directa, con el fin de eliminar la intermediación, de modo que se produzcan mayores rentabilidades para los productores.

Se ha encontrado a través de esta investigación que la posibilidad de un segmento de los agroproductores para convertirse en exportador directo es alta y en base a los conocimientos y experiencias se recomienda contribuir inicialmente a organizar a los agroproductores y encontrar sus fortalezas en base a capital intelectual para que las acciones iniciales se enmarquen en la inversión en tiempo y pasar a una fase en la que los productores estén conscientes y convencidos en la ruta y esfuerzos que requieren para encontrarse como emprendedores de la exportación directa.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

Los datos a continuación corresponden a la viabilidad y la factibilidad con la que cuentan los agroproductores del municipio de La Paz, La Paz para convertirse en exportadores directos de sus productos durante los próximos cinco años. Cabe mencionar que las condiciones desde el punto de vista económico y rentabilidad para hacerle frente a la inversión enfatizada están altamente asociadas al nivel de compromiso grupal e individual que los productores provean para invertir tiempo de calidad y supervisión para el establecimiento de una empresa exportadora.

INDICE CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

6.1. MODELO DE GESTIÓN PARA POTENCIAR LAS EXPORTACIONES

6.2. INTRODUCCIÓN

6.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

6.3.1. COMPOSICIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN PROPUESTO

6.3.2. PLAN DE GESTIÓN DE LA PROPUESTA

6.4. PRESUPUESTO

6.5. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

6.1 MODELO DE GESTIÓN PARA POTENCIAR LA EXPORTACIONES

6.2. INTRODUCCIÓN

El presente modelo de gestión incluye los pasos necesarios y útiles como una alternativa para que los productores agroindustriales del municipio de La Paz se incorporen en las actividades y decisiones para exportar sus productos directamente. El aporte incluyó mejoras en los procedimientos administrativos básicos y operativos mínimos recomendables a incluirse en las labores cotidianas de los agroindustriales de esta investigación enfocado en mejorar la calidad de las actividades agroindustriales para alcanzar una familiarización con la actividad exportadora cuyo nivel les impulse a ser coordinadores directos de esta acción económica internacional.

El producto de la investigación es un modelo de gestión elaborado con los conceptos de la administración, incorporando la contratación de mano de obra, capacitaciones, deberes y derechos, beneficios y manejos financieros, legales y de contactos sociales para desarrollarse e incluye el segmento de sugerencias para los procedimientos que den como resultado la incorporación de un control operativo rentable.

Un modelo de gestión está comprendido como el trámite y las acciones a realizarse para obtener un resultado. Así mismo se incluye un conjunto de operaciones que se realizan para dirigir y administrar un negocio o una empresa.

El concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

El modelo de gestión propuesto consiste en que los agroproductores cuenten con un instrumento para la autoevaluación y que el modelo de gestión sirva para construir una estrategia para canalizar las acciones a seguir en base a algunos datos investigados y hallazgos obtenidos producto de la investigación aquí plasmada.

6.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

6.3.1. COMPOSICIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN PROPUESTO

Se propuso un modelo de gestión que permita inicialmente el desarrollo de los primeros pasos basándose en el capital con que más se cuenta; que es la inversión intelectual que han realizado los agroexportadores por sí mismos durante años o sea el capital intelectual y junto a los datos de los resultados de esta investigación se propone dar un enfoque en primer plano o instancia a la capacidad de conocimientos y experiencia de los agroproductores. Por lo tanto se define que el modelo de gestión este compuesto de la siguiente manera:

- A. Desarrollo de los agroproductores
- B. Capacidad organizativa
- C. Inmersión comercial y social
- D. Tendencias y expectativas

Se plasmó en este modelo de gestión la importancia de organizar y desarrollar las capacidades organizativas de los agroproductores del municipio de La Paz como desplazamiento clave para madurar la actividad comercial actual e introducirse a la agroexportación directa.

La agroexportación directa es parte de una meta a alcanzar que requerirá de los parámetros del modelo de gestión propuesto al que se le debe incluir una estrategia completamente dirigida y anexada a los resultados que se adquieren con los avances del modelo de gestión.

EL siguiente segmento se describe los componentes o pilares del modelo de gestión propuesto contando como base el valor del capital intelectual con el que se cuenta para desarrollar en las personas actitudes al cambio planificado.

En el pilar de Desarrollo de los agroproductores cabe anticipar en esta lectura que si bien es conocido que los trámites legales son indispensables para incluirse en cualquier segmento mercantil y se recomienda ir de la mano con el apoyo a la autogestión de los agroproductores para empoderar el esfuerzo y la protección junto a beneficios que se obtienen al cumplir con las bases jurídicas nacionales.

En una contabilidad de pasos legales a seguir el agroproductor requerirá de al menos 29 distintos pasos que lo respaldaran oficialmente como gestor internacional de productos alimenticios de alta calidad.

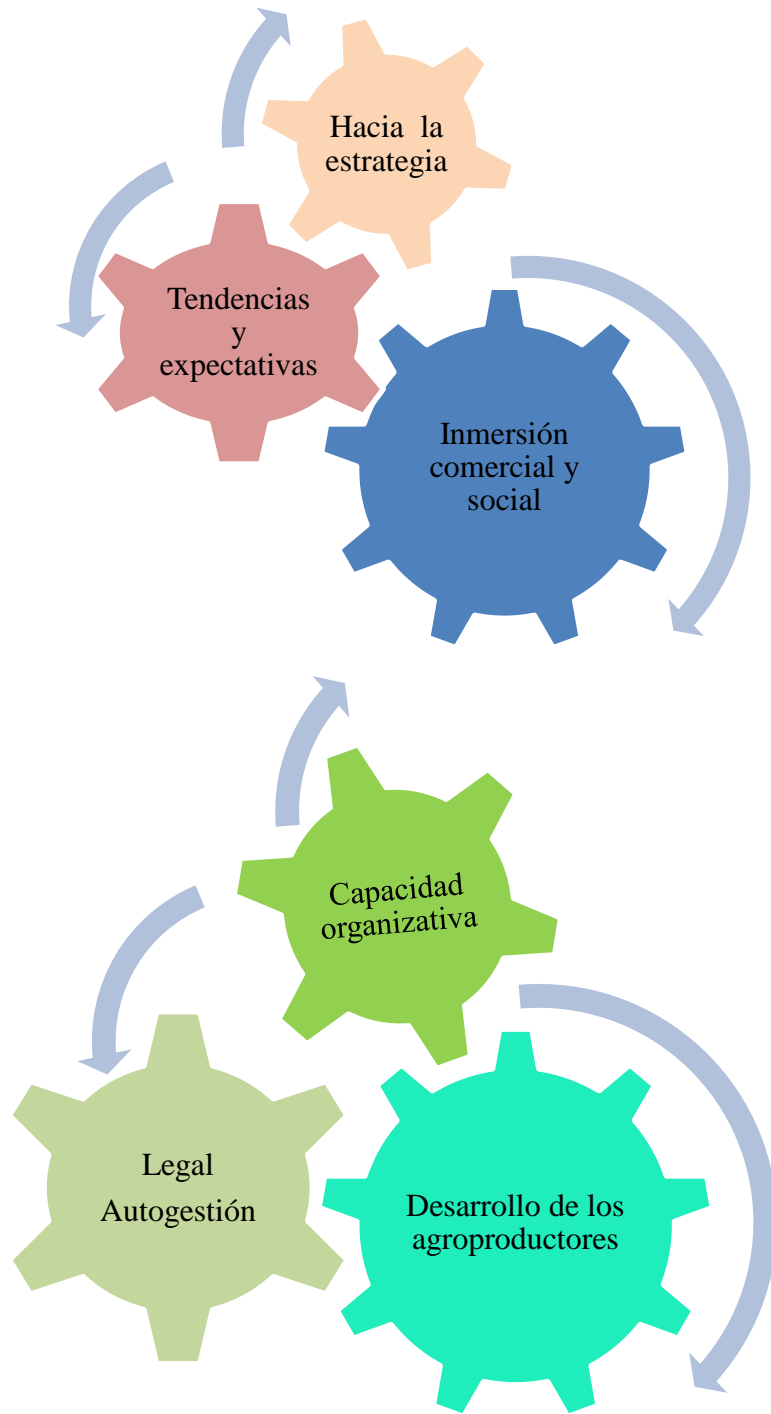


Figura 8. Modelo de gestión propuesto
Fuente: Elaboración propia

6.3.1.1. DESARROLLO DE LOS AGROPRODUCTORES

Para incrementar la contribución inicial de los agroproductores se recomienda encontrar e identificar los integrantes que sean aplicados, así como los líderes y los gestores de cambio. Esta etapa debe realizarse de manera integral para evitar desertores espontáneos. La búsqueda de conocimientos se obtiene desde todos para todos, de modo que durante las siguientes etapas puedan defenderse y adaptarse al cambio.

Este compuesto permite introducir al modelo de gestión los niveles en un plano legal, el plano activo y el plano integral con el que deben contar los integrantes (agroexportadores). Aun cuando en otros componentes de este modelo implica la modalidad legal es básico que los agroexportadores estén compenetrados del reto a involucrarse y el aporte que recibirán en base a sus esfuerzos.

PLANO ACTIVO E INTEGRAL: óptica 1.

LEGALIZACIÓN DE LOS AGROPRODUCTORES

REQUISITOS Y DOCUMENTOS PARA EXPORTAR EN HONDURAS

En el plano legal y para autorización de la labor agroexportadora directa por parte de los productores corresponde desarrollarse por procesos:

- Proceso 1:** Requisitos y documentos para constituirse como exportador
- Proceso 2:** Requisitos para mercado de exportación
- Proceso 3:** Requisitos mínimos para crear una empresa agroexportadora

La atención a los productores para insertarse legalmente en la actividad exportadora es atendida oficialmente en una “ventanilla única” donde realiza tramites que permiten al agroproductor conocer y cumplir con los requisitos generales y específicos de regulaciones para exportar productos tradicionales y no tradicionales.

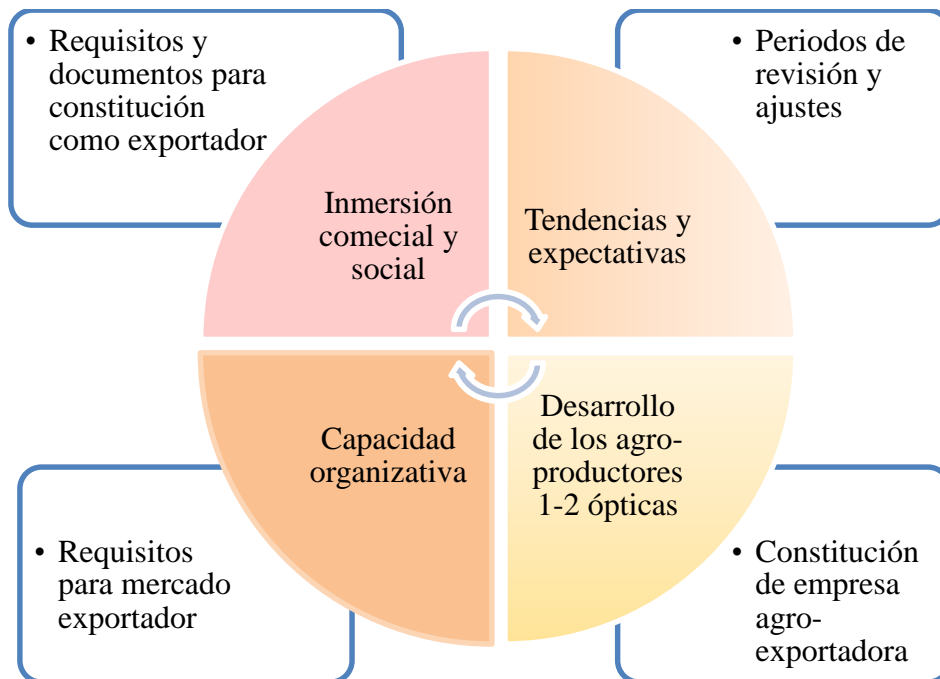


Figura 9. Desarrollo legal en modelo de gestión propuesto

Fuente: Elaboración propia

La atención a los productores para insertarse legalmente en la actividad exportadora es atendida oficialmente en una “ventanilla única” donde realiza tramites que permiten al agroproductor conocer y cumplir con los requisitos generales y específicos de regulaciones para exportar productos tradicionales y no tradicionales.

Proceso 1. Requisitos y documentos para constituirse como exportador:

1. Primer requisito: Inscripción como exportador (El exportador recibe el documento “Solicitud para código de exportador” y es asignado bajo un código, la gestión es ejecutada en “Ventanilla Única para las Exportaciones” (CENTREX), Edificio de San José, Boulevard Kuwait y en San Pedro Sula en el Edificio del Banco Central de Honduras.

Requisitos adjuntos en la solicitud para código de exportador:

1. Formulario de Declaración de Exportación (especificar si la exportación es mayor de \$ 3,000.00). (Anexo 2.)

2. Solicitud del Certificado Fitosanitario de exportación en una hoja de papel bond tamaño oficio. (Anexo 3.)

3. Pago de 150.00 Lempiras por servicios fijados por la ley.

4. Timbre de cinco (5.00) Lempiras del Colegio Agrónomos de Honduras.

5. Un timbre fiscal de un (1.00) Lempira.

6. Copia de la factura comercial

7. Constancia de inspección por cada embarque, esta constancia indica que el producto reúne los requisitos fitosanitario exigidos. Dicha inspección es extendida por un inspector de cuarentena de protección y sanidad vegetal de la SAG.

8. Certificado del convenio sobre el comercio internacional de especies amenazadas de flora y fauna (exportación de orquídeas, madera de color y se obtiene en Secretaría de Agricultura y Ganadería.

9. Certificado de Análisis de residuos de plaguicidas original y copia, (solamente para exportaciones de frutas y vegetales a Europa y Estados Unidos). Si el trámite se ha completado satisfactoriamente y se ha presentado la documentación descrita anteriormente, le será proporcionada una copia del Código de Exportador para aplicarlo en todos los trámites para solicitud de permisos de exportación.

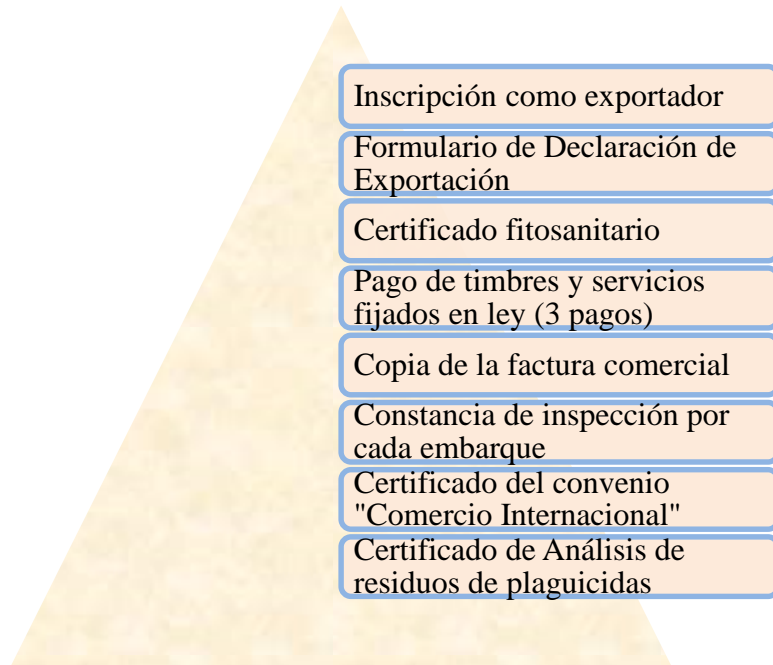


Figura 10. Requisitos y documentos para constituirse como exportador
Fuente: Elaboración propia

2. Segundo requisito: Solicitud de exportación: toda exportación que desclasifique dentro del renglón de exportaciones menores requiere de una declaración propia para registro y control de exportaciones emitida por CENTREX. La solicitud se efectúa en la misma ventanilla mediante formulario de Solicitud de exportación con los siguientes pasos:

1. Llenar la solicitud de exportación FAUCA. Costo es de cuatro (4) dólares.
2. Llenar la solicitud de exportación CENTREX. Costo es de cuatro (4) dólares.
3. Llenar la solicitud de DUA SIMPLIFICADA
4. Adjuntar copia de la factura del cliente.
5. Copia y factura de la licencia de producto.

3. Tercer requisito: paso para obtener el Certificado Fitosanitario de Productos, sub productos vegetales e insumos para uso agrícola: Para el trámite del Certificado Fitosanitario (Costo por servicios fijados por Ley es de 250.00 Lempiras). Para la exportación de productos

orgánicos deben de estar registrados en el Departamento de Orgánica de la Subdirección de Sanidad Vegetal de la SAG. (Anexo 4)

1. Solicitud del Certificado Fitosanitario de exportación en una hoja de papel bond tamaño oficio, (formato proporcionado por CENTREX/ [http:// www.sic.gob.hn](http://www.sic.gob.hn)).

2. Un timbre de cinco (5.00) Lempiras del Colegio de Agrónomos de Honduras.

3. Un timbre fiscal de un (1.00) Lempira.

4. Copia de la factura Comercial.

5. Constancia de inspección por cada embarque, esta constancia indica que el producto reúne los requisitos fitosanitarios exigidos. Dicha inspección es extendida por un Inspector de Cuarentena Agropecuaria de la Subdirección de Sanidad Vegetal de la SAG.

6. Certificado del Convenio sobre el Comercio internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre (CITES), para la exportación de productos y sub productos en vía de extinción, este certificado es otorgado por la Secretaria de Agricultura y Ganadería, previa solicitud a través de un Apoderado Legal, ante este ente gubernamental.

7. Certificado de Análisis de Residuo de Plaguicidas original y copia (solicitado por el país importador de frutas y vegetales).

4. Cuarto requisito: Documentación que debe obtener para exportación:

1. Declaración Aduanera de Exportación: La exportación debe ser declarada ante la Dirección General de Aduanas de Honduras, (Costo por tarifa por servicios de agente de aduanas).

2. Lista de Empaque: Es el documento que guarda estrecha relación con la factura y normalmente la acompaña en todo momento; al igual que la factura debe ser tan detallada. Este documento debe coincidir exactamente con la factura. (Anexo 4)

3. Certificado de Origen: Es el comprobante para asegurar el origen de los productos de Honduras. Es cuando se recibe trato especial debido a los tratados comerciales para hacer uso de las preferencias arancelarias que se otorgan a un listado de Productos de Origen. (Anexo 5)

5. Quinto requisito. Documentos para exportar a los países con los cuales Honduras tiene tratados comerciales (México, Estados Unidos y República Dominicana).

1. El Formulario de Origen (Forma A), el cual es gratuito y se obtiene en la página web de la SIC www.sic.gob.hn.
2. Declaración de Exportación
3. Permiso Fitosanitario

Proceso 2: Requisitos para mercado de exportación (caso de Estados Unidos).

1. Registro de instalaciones: Es un requisito indispensable de cada exportador estar registrado previamente en un padrón de exportadores manejado por la Agencia de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA). El registro de las instalaciones se tendrá que realizar solamente una vez y no tiene ningún costo.

2. Notificación previa: Consiste en llenar el formulario que exige la FDA, no más de cinco días antes de la llegada del embarque. El tiempo mínimo para recibir las notificaciones dependerá del medio de transporte: las condiciones varían al ser vía terrestre, férrea, aérea o marítima.

3. Establecimiento y mantenimiento de registros: Para el mejor control y vigilancia de los productos que se comercializan hacia los Estados Unidos la FDA solicita establecer y mantener

registros relacionados con: manufactura, procesamiento, empaque, distribución, recepción, almacenamiento e importación.

A. Aviso Previo (Prior Notice): Todas las entradas que incluyan alimentos o suplementos dietéticos, incluyendo muestras y entradas a la Zona Franca o en ruta a otro país.

B. Requisitos de Etiquetado: Etiqueta en inglés, panel con caja de “Nutrition Facts”, ingredientes aprobados.

C. Colores: la mayor parte de los colores usados en comida requieren una certificación por lote emitida por la FDA.

4. Detención Administrativa: La FDA podrá retener/ incautar administrativamente alimentos, si tiene pruebas o información creíble o fidedigna de que los alimentos representan una amenaza de consecuencias negativas y graves para la salud o de muerte de personas o animales en EE.UU.

5. Registro de Marca: Esto solo en caso de que quiera vender con marca registrada. USPTO es la oficina de marcas y patentes de los Estados Unidos, que forma parte del Departamento de Comercio. Aquí se registran las diferentes marcas para los productos y las marcas registradas tienen una validez por 15 años, una vez cumplida la fecha deben ser registradas nuevamente.

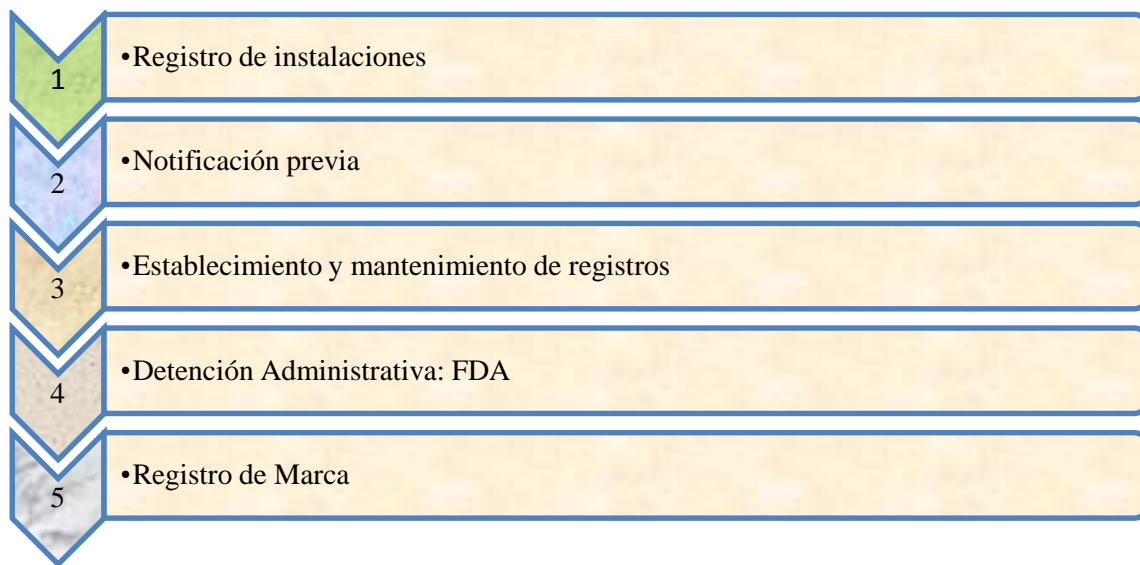


Figura 11. Requisitos para mercado de exportación
Fuente: Elaboración propia

Proceso 3. Constitución de una empresa en Honduras

En los espacios subsiguientes se documentó sobre los pasos y requisitos para crear una empresa en el país de manera legal y jurídica.

1. Definir forma jurídica: Su constitución obedecerá a los aspectos de número de socios y responsabilidades, el capital y tamaño de la empresa y los beneficios fiscales. Existen dos vías para constituir la empresa: las estipuladas en el Código de Comercio y las estipuladas bajo Leyes Especiales.

2. Obtención de la Escritura Pública: es un instrumento público y legal que contiene los nombres de las personas que conforman la organización, el nombre de la organización o razón social, explicando el tipo de ésta, el capital inicial, duración, la naturaleza y su objeto. Se requiere de al menos el apoderado legal (honorarios por servicio) para realizar trámites, duración de al menos 20 días hábiles. La inversión inicial varía y puede iniciar desde 3, 000.00 hasta 5,000.00 Lempiras, dependiendo de la clase de sociedad mercantil.

3. Inscripción en el Registro Mercantil: Basándose en el Código de Comercio, deberá registrar la escritura de constitución en el Registro Mercantil a cargo de la Cámara de Comercio e Industrias. Debe considerarse tiempo para realizar trámite ya que es personal con tiempo promedio de un (1) día hábil. El valor dependerá del capital con el cual se ha constituido la empresa. Por primeros mil Lempiras (Lps.1, 000.00) de capital se deberá cancelar veinte Lempiras (20.00) y por cada mil Lempiras adicionales, un Lempira con cincuenta centavos (1.50).

4. Registro Tributario Nacional (RTN): El Registro Tributario Nacional, es el mecanismo utilizado para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas, de obligaciones administradas y controladas por la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI). El trámite es personal y el tiempo promedio es de tres días hábiles en gestiones sin costos. El RTN personal difiere a los requisitos exigidos para un RTN Mercantil.

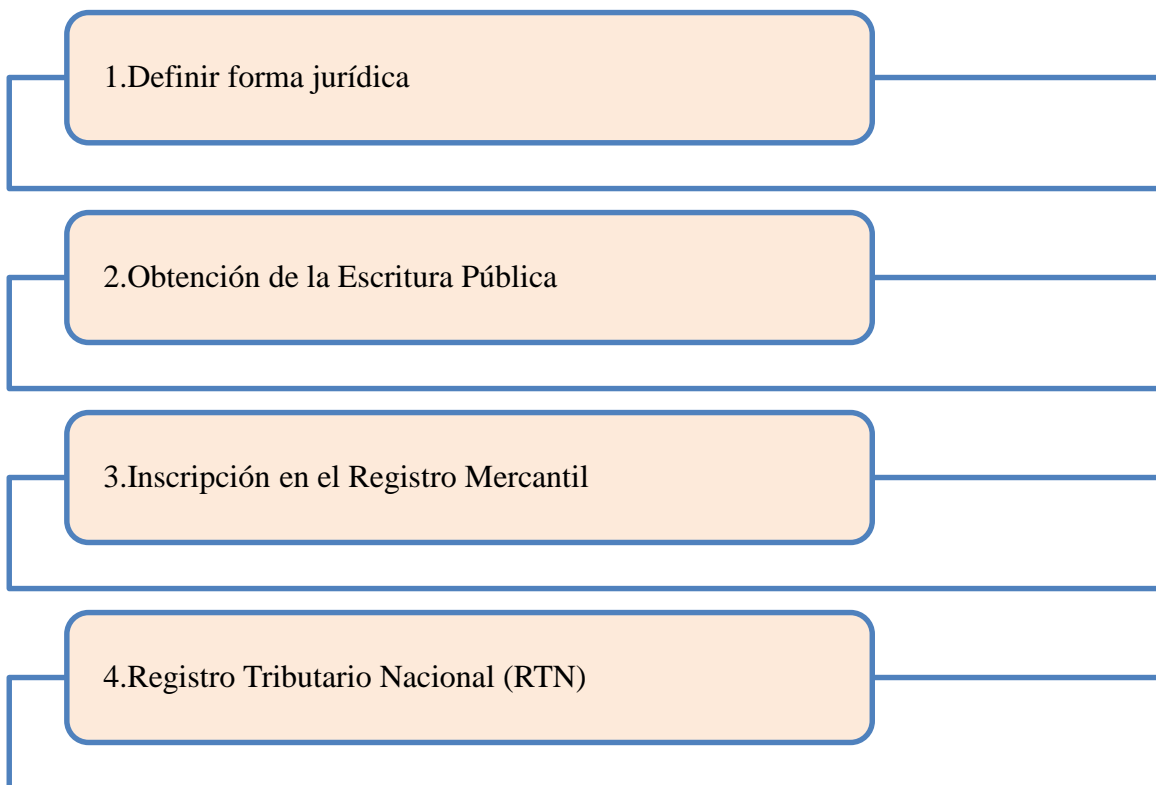


Figura 12. Constitución legal de una empresa en Honduras
Fuente: Elaboración propia

PLANO ACTIVO E INTEGRAL: óptica 2

DESARROLLO Y AUTOGESTIÓN

Desarrollo: En base a la medición encontrada en los agroproductores una de las acciones es producir la organización entre ellos a medida que se promueva encuentros, reuniones, visitas entre otras actividades que permitan asociarse por sí mismos para aprovechar los conocimientos y experiencias que ayuden a gestionar las relaciones con intermediarios.

Gestión de relaciones: Conocer las necesidades, las dificultades y los principales temores que afrontan que estén relacionados con los agroexportadores y las entidades privadas y públicas.

Gestión de quejas y solicitudes: los productores están perdiendo ingresos debido al rechazo de sus productos por parte de las agroexportadoras, este producto rechazado pudo haber tenido interrupción de crecimiento, formación u otras dificultades e imprevistos como el cambio de clima. Es necesaria la revisión y el apoyo de experiencias en el manejo de estas crisis. Por ahora los productores venden el producto rechazado en su mayoría como desecho y no se busca integrar valor agregado.

Gestión de respuesta: las relaciones entre los productores y el acercamiento con autores que les ligen a nueva relaciones les permitirá la generación de nuevas alianzas, apertura de enfocar oportunidades y comparar la competencia en departamento e interdepartamental. La comparación de investigaciones realizadas en los departamentos con categoría de agroexportadores.

CAPACIDAD ORGANIZATIVA

Identificación de diferencias: tipos de clientes actuales y los potenciales que hay entre los agroproductores del municipio, así como sus motivaciones de compra. Este caso es más delicado debido a que deben contemplar las acciones de los agroexportadores al detectar las acciones de agrupaciones en busca de alternativas de atender a mercados directos. Por este detalle y previniendo parte de lo que una estrategia facilitará es identificar las extensiones que brindara la construcción y apertura del nuevo Aeropuerto de Palmerola para 2018 ubicado a 20 minutos del municipio de

La Paz. De igual manera la ubicación estratégica y considerar la competencia que ha surgido entre los agroproductores de Comayagua.

Identificar grupos de interés: En reuniones sostenidas entre autoridades y alianzas público-privadas se ha detectado interés de europeos en inversiones debido al inicio de operaciones del Aeropuerto Internacional de Palmerola. La empresa operadora Aeropuertos de Múnich cuenta con el estudio del nivel de tránsito de pasajeros, viajeros intercontinentales y la apertura de nuevas aerolíneas que incluye la oportunidad de traslado de mercancías hacia Europa desde el punto de vista regional. El decreto ejecutivo PCM-003-2014 hace referencia a la obra que ampliará la aviación general, regional y comercial cuyo manejo inicial podría producir un movimiento de 600 mil viajeros en los primeros 5 años y más de 1.8 millones de pasajeros en los próximos treinta años.

Nuevos panoramas están siendo detectados y existe un incremento en las agroexportaciones en los municipios del mismo departamento de La Paz y Comayagua que están incursionando más con productos para exportación y han crecido más a diferencia de La Paz, ya sea por circunstancias económicas o de ubicación sin embargo la relación de cercanía física con las agroexportadoras es casi equidistante.

Apoyo en el diseño / desarrollo de nuevos productos o servicios: Analizar diferentes estrategias utilizadas por otras zonas donde están previniendo las entrada en operación del nuevo aeropuerto con impacto regional y los canales de venta para elaborar planes de marketing para dar a conocer, posicionar y vender sus productos y servicios (venta directa, internet, red comercial, redes sociales, publicidad).

Retroalimentación de las gestiones: Es requerida la evaluación actual más detallada de la satisfacción de los productos exportados desde punto de vista de los consumidores internacionales. Por ahora solo se cuenta con un nivel de medición que se basa en cantidad de producto rechazado por características. La satisfacción con los productos / servicios, cumplimiento de expectativas y necesidades pueden brindar nuevos detalles en el enfoque de mercados y la comparación con la competencia.

INMERSIÓN COMERCIAL Y SOCIAL

Planificar las actividades o producciones: reduciendo los plazos de ejecución y aumentando la eficiencia en los procesos de producción o de prestación de servicios, aun cuando se conoce la ausencia del apoyo financiero como impulsador de este rubro y limitante de extensión de parcelas para incrementar cultivos, también existe la necesidad de una estrategia que permita el ingreso de agropecuarias y distribuidoras agrícolas con visión, misión y objetivos de suplir, asesora y capacitar a agroexportadores y no a productores locales como actualmente ocurre.

Diseñar los métodos de trabajo para garantizar la calidad de productos y servicios que involucre el desarrollo de una contabilidad que les permita conocer los costes por producto/servicio (incluyendo costes de realización, logística, distribución) y así mejorar la eficiencia de los procesos.

Gestionar el desarrollo de una estructura logística para suministrar este servicio de transporte directamente de los productores y no lo provean los agroproductores.

Comprometerse con el entorno: Identificar las personas u organizaciones en el entorno social (asociaciones de consumidores, vecindario, administraciones, universidades y centros educativos) que podrían verse beneficiadas, afectadas positiva o negativamente por las decisiones o actividades de los agroproductores y encontrar un mecanismo de intercambio de conocimientos y mediciones.

Insertar rondas de higiene y recolección de desechos: producto de las actividades de campo por el momento son muy escasos los lugares disponibles para atender sus propias necesidades fisiológicas y de protección a los siembros. Así mismo el nivel de contaminación producto de los desechos no es visto como una labor de responsabilidad y no cuentan con el punto de recolección. En esta actividad se puede inducir a labores similares a los pepenadores y recuperar fondos por los envases y cilindros desechados. Hay ruidos que están produciéndose y por el momento es difícil reducir impacto pero si el de desechos.

TENDENCIAS Y EXPECTATIVAS

Diseñar y desarrollar productos y servicios respetuosos con el medio ambiente: Durante su ciclo de vida y fin de vida (eco-diseño). Ya se ha evidenciado este paso en productores de municipios aledaños y han sido vistos como suplidores prioritarios. Una de las exigencias para la agroexportación es el uso de agua no superficial debido a la contaminación y este proceso requiere de alta inversión la que indica que la acción más inmediata es eliminar desechos superficiales para reducir impacto.

Aperturas mediante el medioambiente: Al inicio este tipo de acciones no deriva a un beneficio económico directo sin embargo la inclusión de las mismas brindará aperturas al momento de permitirse las gestiones de apertura de mercados con clientes de exigencia internacional.

Registro de información: No todas las organizaciones o grupos evalúan la información del pasado sobre tendencias la mayoría llevan registros propios económicos muy vagos que imposibilitan marcar tendencias. Las previsiones no están incluidas, a medio y largo plazo muchos realizan inversiones de plazo y son realizadas de acuerdo a la recuperación de capital y no inclusión de agregar valor por medio de otros factores que no solo sea precio ya que las mismas son planificadas solamente en base a la producción.

El posicionamiento sectorial: promoverse por las acciones emprendidas que den categoría a la actividad y que a medida que los cambios se logren se obtenga el posicionamiento sectorial y que las mismas acciones emprendidas bajo la iniciativa integral les abran a una nueva orientación comercial.

El nivel de negociación de los productores: Las estrategias utilizadas por los agroproductores del municipio no están siendo recopiladas limitando la comparación para antecedentes y también posibles amenazas, los beneficios y comparación de las estrategias requeridas en el pasado para afianzar las decisiones futuras.

6.3.2 PLAN DE GESTIÓN DE LA PROPUESTA

Los procesos para que un agroproductor logre asimilar una nueva fase de cambios para incorporarse en la visión exportadora requiere de un término no menor de cinco meses, según referencias de instituciones especializadas y sobre todo por los desafíos evidenciados producto de Capítulo IV. Resultados y Análisis y Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones de ésta investigación.

Por consiguiente y en base a los retos más inmediatos se incorporó la propuesta de un plan de acción con una ejecución inicial para abrir los espacios hacia la socialización del modelo de gestión y de incurrir al desarrollo de la estrategia a aplicar para la obtención de los resultados. Se expone en el siguiente inciso sobre los primeros tres meses de evolución del modelo de gestión con medición de resultados y con un presupuesto que se absorbe mediante la inversión mixta privada y pública.

6.4. PLAN DE ACCIÓN

6.4.1. FASE I PLAN DE INTRODUCCIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN

En su fase inicial se presenta como una oportunidad de apertura y de creación de espacios para introducir la propuesta del modelo de gestión para poder involucrar a los agroproductores del municipio de La Paz para que sean escuchados y escuchar a los más cercanos gestores que promoverán y permitirán facilidades así como conocimientos.

La presentación del modelo de gestión está prevista de la siguiente manera con el objetivo de desarrollar la socialización: Involucrar a la Cámara de Comercio e Industria de La Paz (CCILP) para imantar a interesados. La Cámara de Comercio Local son los primeros que han obtenido la información sobre las nuevas inversiones con apertura para finales del 2017. Organización que el caso involucra para la presentación junto con Comisión para la Promoción de la Alianza Público-Privada (COALIANZA), institución responsable de generar la inversión para la construcción y

operación del Aeropuerto Internacional de Palmerola y también la entrega de la construcción del Canal Seco que reducirá en tiempo y riesgo el transporte terrestre de todo tipo salida al Pacífico.

Un segundo enlace especial es la Gobernación Departamental que liga las experiencias de los municipios y también los retos de los agroproductores de otros departamentos vecinos. De igual manera por medio de ésta intervención del Gobernador Político que se acercará una de las motivaciones que es la comparación positiva que al mismo tiempo es retadora.

En un tercer plano y de alta importancia se propone la incorporación de estructura militar del Batallón de Ingenieros instalado en departamento de Comayagua y cuya responsabilidad territorial es compartida con el 10 Batallón ubicado en Márcala, La Paz. Las estrategias que aplican están basadas en organizar a la comunidad para ser incluyentes, la detección de liderazgo rural y en no solo para los aspectos de seguridad y resguardo sino también en la generación de relaciones organizacionales para los proyectos de gobierno, como por ejemplo: en 2016 se contempla la construcción de 69 nuevos reservorios de agua para los agricultores. Sus condiciones para trabajar en conjunto pueden ser expuestas ante los primeros gestores y personas involucradas el modelo de gestión aquí propuesto.

Las primeras reuniones se desarrollan para identificar los gestores iniciales y se progresara en base a referencias para identificar los agroproductores que tengan características para aportar a la socialización del modelo de gestión y sus componentes.

Se busca involucrar a agroproductores cuyas características están determinadas en una ficha con datos referenciados y la obtención de antecedentes que permitan una evolución en el área agroproductora municipal. Es en base estas reuniones que se provocarán en el término de los primeros tres meses la socialización y medición inicial del modelo de gestión para que por medio de un “Encuentro” entre las partes se pueda realizar la primera retroalimentación unificada con la presencia de todas las partes durante el término de dos a tres horas. El “Encuentro” es la parte introductoria para iniciar a formular la estrategia.

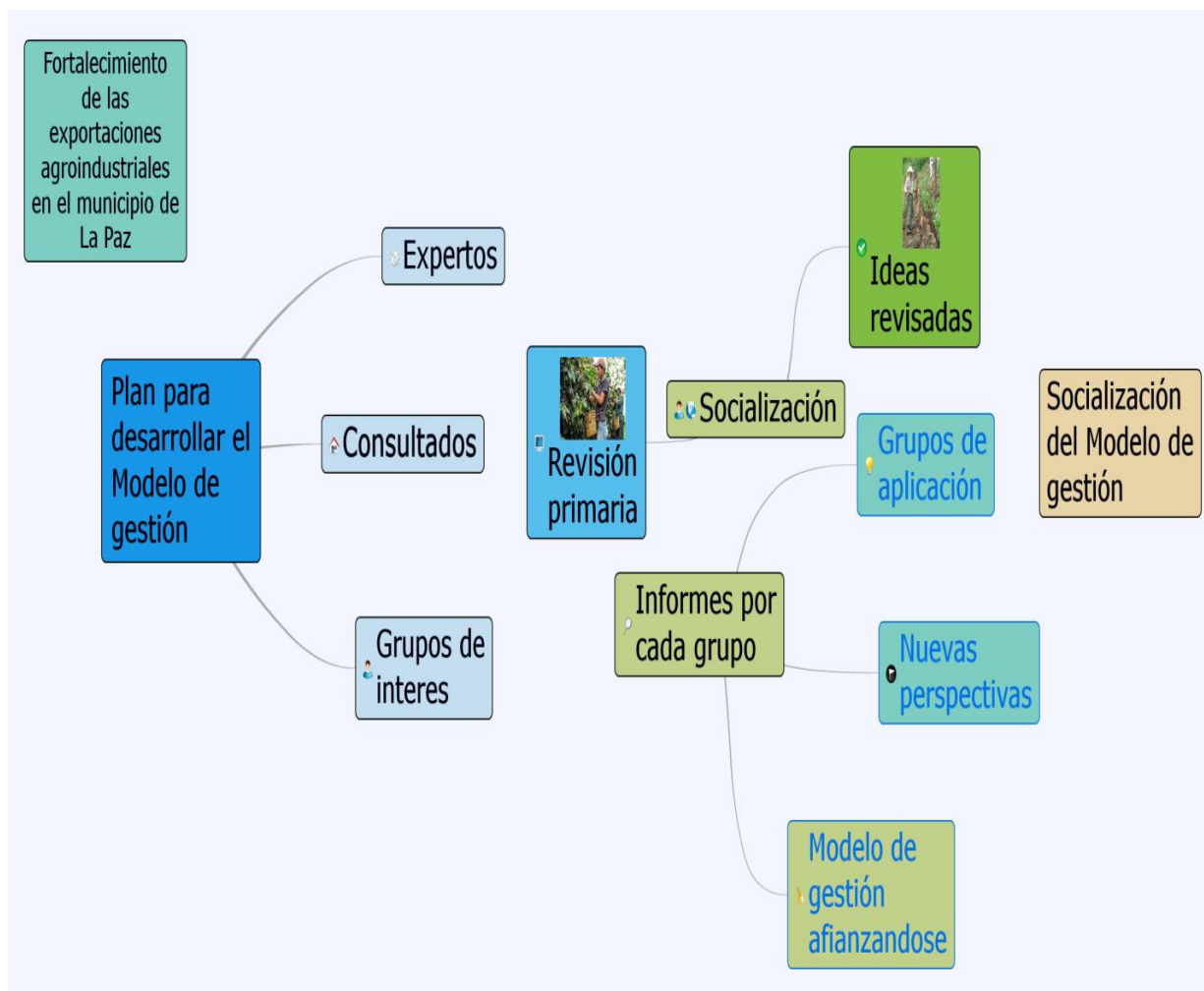


Figura 13. Desarrollo de la socialización del modelo de gestión

Fuente: Elaboración propia

6.4.2. FASE II PLAN DESARROLLAR PRIMER ENCUENTRO ENTRE AGROPRODUCTORES

El “Encuentro” permitirá compartir datos que aún no han surgido en las reuniones previas de manera individual con los gestores. La expectativa durante el “Encuentro” se basará en la nueva información novedosa y factible de los exponentes. Serán los aportes los que nutrirán el primer informe de la socialización del modelo de gestión y su socialización. El desarrollo del modelo de gestión inicia en el mes de mayo 2016 con el objetivo de finalizar con un informe para el primero de agosto del mismo año y poder iniciar las labores hacia una estrategia y su aplicación.

6.5. PLAN DE INVERSIÓN INICIAL

Tabla 21. Plan de inversión inicial

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	pasajes	09	L.200.00	L.1,800.00
Viáticos	hora/día	09	L.500.00	L. 4,500.00
Imprenta	unidad	300	L.1.00	L.3,000.00
Alquiler de data show	unidad	01	L. 150.00/Hr.	L. 450.00
Carpetas informativas	unidad	70	L.3.00	L. 2,100.00
Papel	unidad	03 paquetes	L.80.00	L. 240.00
Refrigerio	unidad	80	L. 5.00	L. 490.00
Honorarios de moderador	global	02 horas	L.500.00/Hr	L. 1,000.00
comunicaciones	global	50 horas	L. 120.00	L.6,000.00
Imprevistos	%			L. 1,000.00
Asesores	unidad	02	L.20,000.000	L. 40,000.00
Total			L.21,559.00	L.60,580.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22. Insumos a utilizar

Descripción	Cantidad
Vehículo	01
Computadora	01
Tablero	05
Chalecos	05

Fuente: Elaboración propia

6.6. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

OBJETIVO	META	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA SEMANAL					
				1	2	3	4	5	6
Presentar modelo de gestión para agroproductores.	Presentación de proyecto y medición del nivel de aceptación de la introducción.	Reuniones con contribuidores iniciales para sondeo e introducción.	Equipo proponente						
	Asignación de nuevos contribuidores y referencias.								
Presentación de proyecto a delegados	Disponibilidad de compromiso, tiempo, aceptación, observaciones.	Presentación de proyecto y asimilación de metas.	Equipo proponente						
	Disponibilidades físicas, logísticas, presupuestarias para preparar socialización inicial con un grupo de agroproductores.	Realizar lista de lugares y logística propuesta por los delegados.	Voluntario entre delegados y compartido con los restantes						
	Obtención de referencias de agroproductores.	Lista de nuevos contactos y detalles brindados							
	Sondeo y retroalimentación.	Fichas de perfil de contactos							
Detectar y conocer agroproductores referenciados	Introducir la planificación para reunión con agroproductores nuevos referenciados	Sondeo de iniciativas, relaciones y conocimientos en base a guía de preguntas abiertas.	Equipo proponente						
	Integrar equipo logístico								
Preparación de inducción "Encuentro de gestores"	Presentar presupuestos y co-responsables para realizar primera reunión con los primeros involucrados.	Determinar lugar y logística necesaria, responsabilidades.	Integración de equipo logístico						
		Solicitar propuestas para elaborar programa del primer encuentro.	Equipo proponente						
	Borrador de programa primer encuentro								
	Preparativos Encuentro de los primeros gestores	Atención a expectativas							

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Plan preparatorio del “Encuentro”

OBJETIVO	META	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA									
				DIARIO									
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Revisión de preparativos para realización de encuentro	Listado de responsabilidades del Equipo Logístico Moderador y programa de encuentro	Conocer el lugar de reunión, hora distancia y estacionamiento. Previsiones (atenciones y recibimientos)	Equipo proponente Equipo Logístico										
	Motivación del equipo involucrado	Charla motivacional de 15 minutos para integrantes.											
Aprobación programa de encuentro	Unificar criterios hacia los objetivos de implementar modelo de gestión	Presentaciones de “con quienes contamos” “Para quienes” y “como se hará”	Equipo proponente										
Sondeo final con los gestores para comprometer presencia de encuentro	Obtener la presencia de 20 gestores iniciales.	Llamadas telefónicas y motivación.											
Convocatoria	Gestores integren en agenda su participación la encuentro	Enviar correos y realizar llamadas respectivas	Equipo proponente										
Confirmar check list de encuentro	Detectar posibles faltantes	Llamadas, seguimiento y evaluación del entorno	Equipo proponente										
Introducir la necesidad de un especialista en elaborar estrategia para implementar el modelo de gestión	Creación de Comisión gestores para Seguimiento y apertura	Presentación de aportes e involucramiento por parte de gestores	Expositores Equipo logístico Equipo proponente										
	Medición abierta de expectativas	Apertura para preguntas, respuestas y recomendaciones con iniciativas											
Elaboración del primer informe sobre avances y resultados	Lograr mayor grado de socialización	Reunión equipo Revisión de ayudas memorias.	Equipo proponente										
Entrega del primer informe de avances, medición expectativa	Marcar indicios para la elaboración de estrategia	Reunión contribuidores hacia patrocinadores	Equipo proponente										

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Cronograma Fase I

FASE I	Tiempo de ejecución																																																														
Presentación de modelo de gestión																																																															
Asignación de nuevos contribuidores																																																															
Medición de compromiso, tiempo, aceptación																																																															
Sondeo de disponibilidades logísticas																																																															
Obtención de referencias de agroproductores																																																															
Sondeo y retroalimentación																																																															
Inicia reunión con agroproductores referenciados																																																															
Integrar equipo logístico																																																															
Presentar presupuestos y corresponsables para encuentro																																																															
Borrador de programa primer encuentro																																																															
Preparativos para Encuentro de los primeros gestores																																																															
Encuentro piloto																																																															
Elaboración del primer informe sobre avances y resultados																																																															
Entrega del primer informe de avances, medición expectativa																																																															
FASE II Rumbo a la elaboración de estrategia																																																															

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Diagrama de ejecución

Fortalecimiento de las exportaciones agroindustriales para el municipio de La Paz						
Unidad de tiempo					Días	
Fecha de inicio					08/05/2016	
Actividad	Nombre	Duración	Actividad Precedente	inicio	Finalización	Responsable
A	Presentación modelo de gestión a asesores	02	----	08/05/2016	10/05/2016	Equipo proponente
B	Presentación de proyecto y medición del nivel de aceptación de la introducción.	08	A	10/05/2016	18/05/2016	Equipo proponente
C	Asignación de nuevos contribuidores y referencias.	05	B	19/05/2016	23/05/2016	Equipo proponente
D	Disponibilidad de compromiso, tiempo, aceptación, observaciones.	01	C	23/05/2016	24/05/2016	Equipo proponente
E	Disponibilidades físicas, logísticas, presupuestarias para preparar socialización inicial con un grupo de agroproductores.	03	C	24/05/2016	27/05/2016	Equipo proponente
F	Obtención de referencias de agroproductores	10	B/C	10/05/2016	20/05/2016	Equipo proponente
G	Sondeo y retroalimentación.	11	A/B/C	27/05/2016	08/06/2016	Equipo proponente
H	Reunión agroproductores nuevos referenciados	20	A/B	24/05/2016	14/06/2016	Equipo proponente
I	Integrar equipo logístico	16	C	24/05/2016	09/06/2016	Equipo proponente
J	Presentar presupuestos y corresponsables para realizar primer acercamiento grupal.	07	I	19/06/2016	26/06/2016	Equipo logístico
K	Borrador de programa primer encuentro	03	J	03/07/2016	05/07/2016	Equipo proponente
L	Preparativos Encuentro de los primeros gestores	07	J	06/07/2016	13/07/2016	Equipo logístico
M	Encuentro piloto	2hrs	A	14/07/2016	24/07/2016	Equipo logístico
N	Elaboración del primer informe sobre avances y resultados	05	M	27/07/2016	31/07/2016	Equipo proponente
O	Entrega del primer informe de avances, medición expectativa	01	N	01/08/2016	01/08/2016	Equipo proponente

Fuente: Elaboración propia

6.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

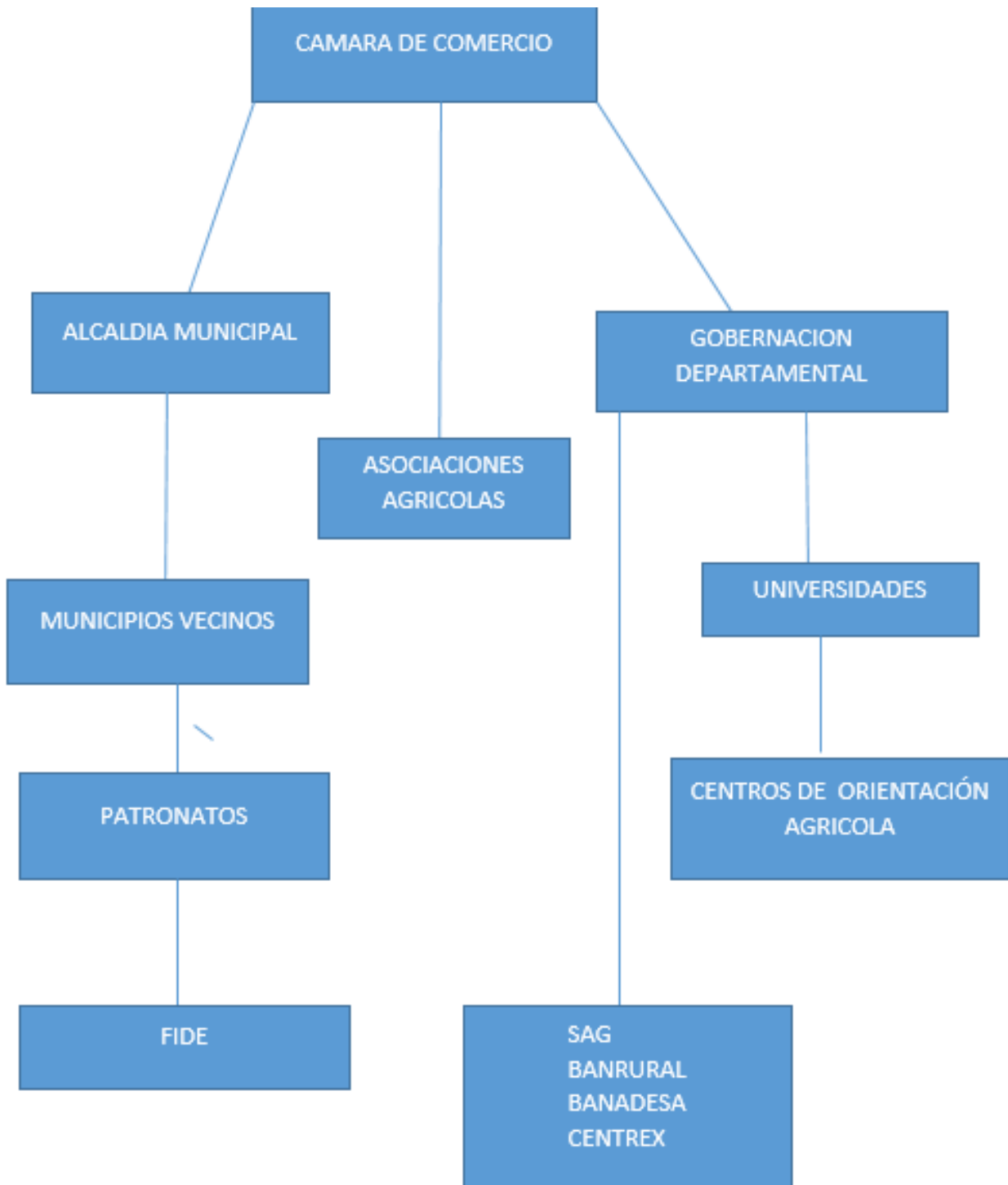


Figura 14. Estructura organizacional
Fuente: Elaboración propia

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Amimondo. (2010). El proceso de globalización: ¿mito o realidad?
- AMLP. (2016). Sector Comercial Municipio de La Paz.
- Agro Enfoque (2011). Ampliamos nuestra área de cultivo: POMALCA logra éxitos con los cultivos de agroexportación, 24, 2p.
- BANCOMEXT (2005). *Medios de Pago Internacional*. México.
- BCH (2015) Exportaciones Mercancías Generales <http://www.bch.hn/exportaciones.php>
- Brander J.A. & Krugman P. (1983). A 'RECIPROCAL DUMPING' MODEL OF INTERNATIONAL TRADE
- Comercio, E. (2010, abril 23). Hacia el centro de América. *El Comercio*. Lima, United States. Recuperado a partir de <http://search.proquest.com/docview/336327457/abstract/ADEDAD01E28D475EPQ/13>
- Canales, A. (2009). Información general sobre la agroindustria en Honduras.
- Canales, A. (2009). *Información general sobre la Agroindustria Rural en Honduras*. Honduras.
- Canales, A., & IICA, I. I. (2009). *Informe General sobre la Agroindustria Rural en Honduras*. Honduras.
- Coloma, F. (2004). Diseño de una estrategia de comercialización de vegetales orientales <http://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/1906/1/T1984.pdf>
- CEDTURH. (2015). Historia del Centro de Documentación Turística de Honduras
- CEPAL, FAO, & GTZ. (1998). *Agroindustria y pequeña agricultura: vínculos, potencialidades y oportunidades*. Chile.
- Cuenta del Milenio Honduras. (2010). *Compendio de Manuales de Producción de Frutas y Hortalizas* (1.ª ed.). Honduras: Cuenta del Milenio.
- Daniels, John D. & Radebaugh Lee H. (2014). *Negocios Internacionales, Ambientes y Operaciones*. (14ª ed.). Mexico.
- De Loma, E., Pestchen, X. C., & Ganoza, V. (2011). Estudio de la industria Agroalimentaria en Honduras.
- Díaz Sánchez, H. (2010). *Conceptualización y Antecedentes Teóricos de la Competitividad Internacional y Regional: Un asunto territorial*. Colombia.
- Di Paula, C; Paladino & Plottier, C.S. (2009). *Políticas activas para la promoción de exportaciones*. Uruguay.

Emprendedor, I. N. (2013). *Guías Empresariales*. México.

FAO. (2013). El estado mundial de la agricultura y la alimentación

FEENSTRA, R. C. (2008). *International Trade*. EE. UU.: REVERTÉ .

Fernández, N. (2008). *International Trade*. EE.UU. REVETRE

Fernández, N. (2005). *Valor y Productividad en la Teoría Valor - Trabajo*. España

FIDE. (2012). Manual del exportador. Honduras

G. Briones. (2002). Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales

Gobierno de Honduras. (1993). *Catálogo de Oportunidades de Inversión Privada en las Agricultura Hondureña* (1.^a ed.). Honduras: Secretaria de Recursos Naturales.

Gonzales Blanco, R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. España.

Hidalgo capitán, A. L.(2007). LOS MODELOS HISTORICO-ESTRUCTURALES DEL DESARROLLO COSTARRICENSE. Costa RICA.

Instituto Nacional de Estadística (2001) Estadísticos y publicaciones INE

International, G. T. (2012). *Leyes de Beneficios Fiscales y Fomento a las Exportaciones.... Centro América y El Caribe*. Honduras

Jerez Riesco, J. L. (2011). *Comercio Internacional*. España: Cuarta Edición, ESIC.

Jiménez, F.Y. (1998). La nueva teoría del comercio internacional. México.

Krugman, P. (2010). *La era de la Productividad: Cómo transformar las economías desde sus cimientos*.México.

Lázzaro, S. B. (2013). Acuerdos y confrontaciones: la política agraria peronista en el marco del Pacto Social. <http://doi.org/10.7440/histcrit51.2013.07>

Lucena Catellanos, R. (2006). COMERCIO INTERNACIONAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO. UNA PROPUESTA PARA LA DISCUSIÓN. *Fronteras e Integración*. , 55.

Lomo, E., Ossorio Fiend, X. J., & IICA, I. I. (2009). *Estudio de la Industria Agroalimentaria en Honduras*. Honduras.

Medina Moral, E., (2002). *MODELOS ECONOMÉTRICOS E INFORMACIÓN ESTADÍSTICA*. Colombia.

Medina Moral, E. (Diciembre de 2003). *MODELOS DE ELECCIÓN DISCRETA*. Recuperado el 2016 de Marzo de 13, de http://www.uam.es/personal_pdi/economicas/eva/pdf/logit.pdf

Mendoza, N., (2016) Banrural financiara a unos 500 productores del valle de Comayagua <http://www.laprensa.hn/economia/laeconomia/828587-410/banrural-financiar%C3%A1-a-unos-500-productores-agr%C3%ADcolas-del-valle-de-comayagua>

Minervini N., (2014). Ingeniería de la exportación.

Nufio, G. (1993) Catálogo de Oportunidades de Inversión Privada en la Agricultura Hondureña

odellapaz.hn (2014). Yarumela, La Paz, Honduras. Recuperado a partir de <https://www.odellapaz.hn/index.php>

OMC (2001) Crecimiento de las Exportaciones y el PIB Mundiales, 2001

Ossa Escobar, C. (1984). Colombia.

Ramirez, M. O. (2011, octubre 1). En la agroexportación deben participar las medianas y pequeñas empresas: [Source: NoticiasFinancieras]. *NoticiasFinancieras*. Miami, United States. Recuperado a partir de <http://search.proquest.com/docview/895364409/abstract/D8A7EF1F0D8642E8PQ/2>

Reyes, J. (s.f.). *PRUEBAS CHI-CUADRADO*. Recuperado el 11 de Marzo de 2016, de UNIVERSIDAD DE ANTOFAGASTA: <http://www.uantof.cl/facultades/csbasicas/matematicas/academicos/jreyes/DOCENCIA/APUNTES/APUNTES%20PDF/Unidad%205%20Prueba%20chi-cuadrado.pdf>

Torrents Arévalo, J. A. (2006). *EL VALOR AÑADIDO COMO MEDIDA DE LA EFICACIA EMPRESARIAL*. España.

Sampieri (2010). Metodología de la investigación. Mexico

Scarone, C. A. (2005). *La innovación en la empresa: la orientación al mercado como factor de éxito en el proceso de innovación en producto* . España.

Velásquez, U. y. (2011). *Perfil del Municipio de La Paz 2011*. Honduras.

Anexo 1. Encuesta



FACULTAD DE POSGRADO
MAESTRIA EN DIRECCIÓN EMPREARIAL
CUESTIONARIO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES
AGROINDUSTRIALES EN MUNICIPIO DE LA PAZ

El propósito de aplicar este instrumento es para estudiar el contexto actual de los productores con el objetivo de recibir aportes que serán analizados para proponer un modelo de gestión de exportaciones e incentivar el desarrollo del sector.

Instrucciones: marque con una X la respuesta que considere correcta. Siga las indicaciones sugeridas planteadas en ciertas interrogantes. Interrogante donde su posible respuesta es “otro”, favor especificar respuesta.

1. De los siguientes procesos de la cadena agroindustrial ¿cuáles desarrolla usted en sus actividades agroindustriales?

- a. cultivo b. producción c. transporte y almacenamiento
d. procesamiento e. distribución y venta

2. ¿En cuál de los siguientes subsectores de la agroindustria ha incursionado usted alguna vez?

- a. frutales b. granos básicos c. vegetales orientales
d. caficultura e. hortalizas

3. ¿Cómo comercializa usted sus productos?

- a. localmente b. regionalmente c. venta de intermediario
d. venta a agroexportadores

4. ¿Cómo productor, cuál es su estatus legal?

- a. no constituido b. en trámite de constitución
c. constituido legalmente

5. En caso que esté constituido ¿cuál es su forma legal?

- a. comerciante individual b. Sociedad de responsabilidad limitada
c. sociedad anónima

6. ¿Pertenece usted actualmente a una institución, organización o asociación ligada a sus actividades?

- a. si b. no

7. En caso que pertenezca a una de estas ¿a cuál pertenece?

8. ¿Ha recibido algún tipo de apoyo por parte del gobierno estatal o municipal en sus actividades?

- a. si b. no

9. Si ha recibido apoyo de alguna institución gubernamental o local ¿Qué tipo de beneficios le ha prestado?

- a. asesoramiento técnico b. asesoramiento legal
c. asesoramiento comercial d. financiamiento económico

10. Tiene intenciones de exportar?

- a. si b. no

11. ¿Sabe de alguna institución que preste apoyo en materia exportaciones en el municipio? En caso de conocerla, cuáles son?

12. Tiene conocimiento usted de la gestión para un proceso de exportación.

- a. nulos b. Poco conocimiento
c. conocimientos intermedios d. Amplios conocimientos

13.Cuál es la forma de pago por sus productos?

- a. pago de contado b. Pago a plazos
c. orden de pago d. Carta de crédito

14. Además de las actividades agroindustriales, ¿usted se dedica a otras actividades? En caso que su respuesta sea si, ¿cuáles?

15. ¿Cuántas personas dependen en su familia de las actividades agroindustriales?

- a. 1-2 personas b. 3-4 personas
c. 5-6 personas d. Más de 6 personas

16. Sus ingresos mensuales producto de las actividades agroindustriales, a cuánto ascienden?

- a. menor a L.10, 000.00 b. Entre L.10, 001.00 a L.20,000.00
- c. entre L.20, 001.00 a L.30, 000.00 d. Más de L.30, 000.01

17. Indique su edad

- a. menor a 25 años b. Entre 26 a 30 años
- c. entre 31 a 35 años d. Entre 36 a 40 años
- e. entre 41 a 45 años f. Mayor de 46 años

18. Indique su nivel educativo

- a. escolar b. Secundaria
- c. universitario d. Posgrado

19. Genero del encuestado

- a. masculino b. Femenino

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 3. Certificado fitosanitario

		GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE HONDURAS GOVERNMENT OF THE REPUBLIC OF HONDURAS SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA MINISTRY OF AGRICULTURE AND LIVESTOCK SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA NATIONAL SERVICE OF AGRICULTURE AND LIVESTOCK HEALTH			
CERTIFICADO FITOSANITARIO PHYTOSANITARY CERTIFICATE		Nº 13437			
1. NOMBRE Y DIRECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DE ORIGEN NAME AND ADDRESS OF PROTECTION ORGANIZATION OF ORIGIN Honduras		2. A LA CUAL ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DE DESTINO TO PLANT PROTECTION ORGANIZATION OF El Salvador		3. LUGAR Y FECHA DE INSPECCIÓN PLACE AND INSPECTION DATE El Amateillo 08/07/2012	
DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO / DESCRIPTION OF THE CONSIGNMENT					
4. NOMBRE Y DIRECCIÓN DEL EXPEDICIONARIO NAME AND ADDRESS OF EXPORTER TELEFONO / TELEPHONE 0762194500			5. NOMBRE Y DIRECCIÓN DECLARANTE DEL DESTINO DECLARANT NAME AND ADDRESS OF DESTINEE TELEFONO / TELEPHONE 0762194500		
6. TELEFONO / TELEPHONE 0762194500			7. TELEFONO / TELEPHONE 0762194500		
8. CORREO ELECTRÓNICO / E-MAIL			9. CORREO ELECTRÓNICO / E-MAIL		
10. NÚMERO DE Bultos / NUMBER OF PACKAGES	11. DESCRIPCIÓN DE Bultos / DESCRIPTION OF PACKAGES	12. MARCAS DISTINTIVAS DESTINATARIO MARCA / TRADEMARKS	13. NOMBRE DEL PRODUCTO DECLARADO / NAME OF PRODUCT DECLARED	14. CANTIDAD DECLARADA / QUANTITY DECLARED	15. NOMBRE BOTÁNICO DE LAS PLANTAS / BOTANICAL NAME OF PLANTS
982	Bultos	34,000	Madera de pino (madera aserrada)	30,000.00 Kg	
16. PAÍS DE ORIGEN DEL PRODUCTO / COUNTRY OF ORIGIN		17. MEDIO DE TRANSPORTE DECLARADO / DECLARED MEANS OF CONVEYANCE		18. PUERTO DE ENTRADA DECLARADO / DECLARED POINT OF ENTRY	
Honduras		Ferretero		El Amateillo	
CERTIFICACIÓN			CERTIFICATION		
19. POR LA PRESENTE SE CERTIFICA QUE LOS PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL (FRUTA Y OTROS ANEXOS) REGULADOS SUJETO A LAS MEDIDAS FITOSANITARIAS DESESCRITAS EN ESTE CERTIFICADO SON LIBRES DE LOS PLAGAS Y ENFERMEDADES CLASIFICADAS ESPECIFICADAS Y CLASIFICADAS EN LOS REGISTROS VENTAS DE LA PARTE CONTRATANTE IMPORTADORA, INCLUIDOS CU RELATIVO A LAS PAISES DE CUARENTENA REGULACIONES.					
20. POR LA PRESENTE SE CERTIFICA QUE LOS PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE ORIGEN VEGETAL (FRUTA Y OTROS ANEXOS) REGULADOS SUJETO A LAS MEDIDAS FITOSANITARIAS DESESCRITAS EN ESTE CERTIFICADO SON LIBRES DE LOS PLAGAS Y ENFERMEDADES CLASIFICADAS ESPECIFICADAS Y CLASIFICADAS EN LOS REGISTROS VENTAS DE LA PARTE CONTRATANTE IMPORTADORA, INCLUIDOS CU RELATIVO A LAS PAISES DE CUARENTENA REGULACIONES.					
DECLARACIÓN ADICIONAL / ADDITIONAL DECLARATION					
21.					
TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN Y/O DESINFESTACIÓN / DEINFESTATION AND / OR DEINFESTATION TREATMENT					
22. FECHA / DATE			23. TRATAMIENTO / TREATMENT		
08/07/2012			N/A		
24. INGREDIENTE ACTIVO / ACTIVE INGREDIENT			25. HUMEDAD Y TEMPERATURA / HUMIDITY AND TEMPERATURE		
N/A			N/A N/A		
26. OTRAS / OTHER			27. INFORMACIÓN ADICIONAL / ADDITIONAL INFORMATION		
N/A No Aplica			N/A		
28. LUGAR Y FECHA DE INSPECCIÓN / DATE AND PLACE OF ISSUE			29. NOMBRE Y FIRMA DEL OFICIAL DE CUARENTENA AUTORIZADO / NAME AND SIGNATURE OF AUTHORIZED OFFICER		30. SELLO DE CUARENTENA AUTORIZADO / AUTHORIZED QUARANTINE SEAL
El Amateillo, Ferriteiro Honduras					
08/07/2012					
07/08/2012					

Anexo 4. Lista de empaque

MODELO DE PACKING LIST									
Empresa	Industrias Monda								
Domicilio	Cll 8a Sur No 22-13					País Origen: Colombia			
Factura:	1200245	Destinatario: Cartagena							
Pedido:	150	Dirección: Av evergreen cll 56							
Aduana Destino:									
Documento Embarque:									
Producto	Peso neto kgs Unid	Peso Bruto kgs Unid	Unidades por caja	Kgs.x caja	Pallet (estiba)	Cantidad Cajas	Cantidad Unidades	Peso Neto Total	Peso Bruto Total
xxxx	0	0	1	1	0	0	1	1	1
xxxx	0	0	1	1	0	0	1	1	1
		Total	2				2	2	2
Detalle de la cantidad de cajas incluidas en el Pallet (base clásica 1x1.20x.120) indicando si llevan esquineros, plástico (films) stretch (norma NIMF15)									
Tipo de embalaje	Tipo de empaque	Posición Arancelaria	Medidas Cajas	Metros Cúbicos					
caja carton???	frasco vidrio????	x.xxx.xxx.x?	alto*ancho*alto/ 6000 (aereo)	xx					

Anexo 5. Certificado de origen forma A para exportar a Estados Unidos de América

Tratado de Libre Comercio de América del Norte
Certificado de Origen
(Instrucciones al reverso)

Llenar a máquina o con letra de molde

1. Nombre y domicilio del exportador: Número de Registro Fiscal:	2. Período que cubre: D D M M A A D D M M A A De: [][][][][][] A: [][][][][][]				
3. Nombre y domicilio del productor: Número de registro fiscal:	4. Nombre y domicilio del importador: Número de Registro Fiscal:				
5. Descripción del (los) bienes):	6. Clasificación arancelaria	7. Criterio para trato preferencial	8. Productor	9. Conto Neto	10. País de origen
Declaro bajo protesta de decir verdad que: - La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. - Los bienes son originarios del territorio de una o más de las partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio de América del Norte, no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 411 o en el Anexo 401. Este certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.					
11. Firma autorizada: Nombre:			Empresa: Cargo:		
Fecha:	D D M M A A [][][][][][]	Teléfono:	Fax:		