

# Caracterización de la Cadena Productiva de Frijol Rojo en El Salvador

PAF CADENAS PRODUCTIVAS



Juntos  
podemos  
¡cosechar un  
mejor país!



Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)



---

## Agradecimiento

El esfuerzo aquí documentado ha sido posible gracias al importante apoyo del equipo técnico y de coordinación del IICA-PAF CP, quienes participaron activamente en el desarrollo del proceso de caracterización de la cadena, sin cuya contribución y aportes no hubiese sido posible lograr los resultados conseguidos. Se agradece especialmente al personal técnico detallado a continuación:

### Lista de colaboradores

Adán Zepeda	Gustavo Meléndez	Néstor Cazún
Alejandro Meléndez	Hugo Rigoberto López	Orlando Martínez
Alfredo Sánchez	Jesús Manuel González Bautista	Orlin Romero Carlos Soto
Amílcar Enrique Argueta	José Arévalo	Oscar David Hernández
Ana Cecilia Araniva	José Armando Leiva	Oscar Eliú Torres
Ana Isabel Acuña	José Esteban Núñez J.	Osman Zelaya
Ana María López	José Marito Arévalo	Patricia Salguero
Armando Leiva	José Orlando Martínez	Rafael Díaz Valiente
Beatriz López	Karen Inés Campos	Raúl Guzmán
Bernardo Alfredo Sánchez	Karen Peñate	Reyes Martínez
Byron Antonio Hernández T.	Karina Díaz	Roberto Arturo De león
Carlos Alfredo López	Karina Elizabeth Díaz	Roberto Carlos Osorio
Carlos Ernesto Romero	Karla Castro	Ronald Reinosá
Carlos Galdámez	Karla Patricia Ayala	Ruth Nohemí Salazar
Carlos López	Laura Vigil	Tomas Ayala Rodríguez
Carlos Pacheco	Luis Alonso Escobar	Víctor Cruz
Carlos Remberto Martínez R.	Luis Torres	Víctor Manuel Peña Rivas
Cristian Escobar	Maricela Hernández	William Campos
Eder Job Moreno	Martin Mejía Iglesias	William Godoy Martínez
Efrain Alonso Henríquez	Marvin Alcides Arévalo T.	Willian Antonio Godoy
Erika Zúniga	Marvin Arévalo	Xiomara Romero
Flora Marcela Salinas	Marvin Escobar	
Gilberto González	Medardo Enrique Jiménez	
Gilma Reyes	Miguel Ángel Hernández	
Glenda Edelmira Díaz A.	Nelson Portillo	

### Coordinación

Jorge Hidalgo

Merlin Barrera

Hector Iván Borja

### Caracterización de la Cadena de Frijol Rojo - Acrónimos

Siglas	Detalle
<b>AGROCAFTA</b>	Asistencia a pequeñas y medianas empresas de Centroamérica sobre requerimientos técnicos de acceso a mercado bajo el tratado de libre comercio entre República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos (RD-CAFTA)".
<b>BANDESAL</b>	Banco de Desarrollo de El Salvador
<b>BFA</b>	Banco de Fomento Agropecuario
<b>BH</b>	Banco Hipotecario
<b>BID</b>	Banco Interamericano de Desarrollo
<b>BOLPROS</b>	Bolsa de Productos y Servicios de El Salvador
<b>BPA</b>	Buenas Prácticas Agrícolas
<b>BPM</b>	Buenas Prácticas de Manufactura
<b>CAMAGRO</b>	Cámara Agropecuaria y Agroindustrial de El Salvador
<b>CAS</b>	Centro de Acopio y Servicio
<b>CENTA</b>	Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal
<b>CENTREX</b>	Centro de Trámites de Exportación
<b>COEXPORT</b>	Corporación de Exportadores de El Salvador
<b>CONACYT</b>	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
<b>CONAMYPE</b>	Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
<b>COSUDE</b>	Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación
<b>DGSVA</b>	Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal
<b>DR-CAFTA</b>	Tratado de libre comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana
<b>ECAS</b>	Escuelas de Campo
<b>ENA</b>	Escuela Nacional de Agricultura
<b>FAO</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
<b>FIAGRO</b>	Fundación para la Innovación Tecnológica Agropecuaria
<b>FIDA</b>	Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola
<b>FOMILENIO</b>	Fondo del Milenio de El Salvador
<b>FUSADES</b>	Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social
<b>FUSAL</b>	Fundación Salvadoreña para la Salud
<b>IICA</b>	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
<b>IICA PAF CP</b>	IICA - Plan de Agricultura Familiar - Cadenas Productivas
<b>INSAFOCOOP</b>	Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo
<b>MAG</b>	Ministerio de Agricultura y Ganadería
<b>MAG-DAA</b>	Departamento de Asociaciones Agropecuarias del MAG
<b>MARN</b>	Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales
<b>MHDA</b>	Ministerio de Hacienda
<b>MINEC</b>	Ministerio de Economía
<b>MINED</b>	Ministerio de Educación
<b>MIPYMES</b>	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
<b>MSPAS</b>	Ministerio de Salud Pública y Asistencia de El Salvador
<b>P4P</b>	Compras para el Progreso (Purchase for Progress)
<b>PAF</b>	Plan de Agricultura Familiar
<b>PMA</b>	Programa Mundial de Alimentos
<b>PROESA</b>	Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador
<b>PROINNOVA</b>	Programa de Promoción de la Innovación Tecnológica de la PYME
<b>Red SICTA</b>	Proyecto Red SICTA, es una iniciativa financiada por COSUDE que ha delegado en el IICA su ejecución.
<b>TIC</b>	Tecnología de información y comunicación
<b>UEES</b>	Universidad Evangelica de El Salvador
<b>UES</b>	Universidad de El Salvador - Centro Emprendedor
<b>UJMD</b>	Universidad Dr. José Matias Delgado
<b>UNICAES</b>	Universidad Católica de El Salvador
<b>UNIVO</b>	Universidad de Oriente
<b>USAID</b>	Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
<b>USDA</b>	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos



---

## CONTENIDO

Introducción.....	5
I. Antecedentes.....	6
II. Contexto mundial del frijol.....	7
III. Contexto regional del frijol.....	8
IV. Contexto del frijol en El Salvador.....	10
V. Caracterización de la Cadena.....	16
1. Eslabón de Proveedores de Insumos.....	16
2. Eslabón de la Producción.....	18
3. Eslabón de Procesamiento y Transformación.....	19
4. Eslabón de Comercialización, Distribución y Venta al Consumidor Final.....	21
5. Las Instituciones de Apoyo.....	22
6. Perspectiva de la cadena en su conjunto.....	24
VI. La situación competitiva de la cadena de frijol rojo.....	25
VII. Las oportunidades.....	27
VIII. Propuesta Estratégica para el Fomento de la Competitividad de la Cadena Productiva.....	32
1. Líneas estratégicas.....	32
2. Plan de Acción.....	34
Anexos.....	39

---

## Introducción

La Consultoría “Caracterización de la Cadena Productiva de Frijol Rojo en El Salvador” forma parte del proyecto Plan de Agricultura Familiar (PAF), ejecutado por la alianza MAG-IICA.

Para la consecución de los resultados planteados para este esfuerzo, ha sido necesario desarrollar una metodología de trabajo adaptada a las características particulares del sector productivo abordado, esta se detalla paso a paso en el “Anexo 1”. Como parte de este proceso, se ejecutaron diferentes talleres de consulta, tanto con los productores como con otros actores de los otros eslabones de la cadena, a fin de comprender su funcionamiento.

Como resultado de las referidas consultas, se obtuvo aportes de mucha relevancia por parte de los diferentes actores. El proceso requirió analizar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades, que subsisten en la actividad productiva. El enfoque metodológico hizo énfasis en las oportunidades a fin de visualizar aquellas que resultan atractivas para los actores principales, en este caso los participantes del eslabón de la producción.

Por otra parte, se han considerado las diversas propuestas que surgieron de los talleres de consulta, a efecto de abordar otros aspectos que ayudaran a mejorar el desempeño de la cadena. Estas propuestas han sido organizadas, priorizadas y validadas, con lo cual fue posible identificar aquellas que caben dentro de la cobertura funcional del IICA-PAF CP.

El documento comprende un planteamiento de las líneas estratégicas y las acciones que pueden ser impulsadas para provocar un cambio sustancial en el desempeño de la cadena de Frijol Rojo en El Salvador.

Por supuesto, quedan registradas otras aspiraciones que deberán ser transferidas o comunicadas a diversos organismos competentes a fin de responder al clamor de aquellos que se dedican al cultivo del frijol como su principal actividad generadora de ingresos.

Es importante destacar que este esfuerzo, ha sido posible gracias a la sinergia generada en conjunto con el equipo técnico y de coordinación del IICA-PAF CP, a quienes se les agradece su aporte profesional, apoyo logístico, convocatorias efectivas, interacción con los beneficiarios y su disposición de colaboración en el proceso.

---

## I. Antecedentes<sup>1</sup>

Es reconocido que la competitividad de un producto o servicio en un mercado determinado no depende del desempeño individual de un actor privado si no del desempeño integral de todos los eslabones que conforman la cadena de valor del producto hasta llegar al consumidor final. Por tal razón, previo a llevar una oferta producida localmente a mercados nacionales o regionales, los actores salvadoreños necesitan tener en cuenta la demanda con sus requerimientos y preferencias establecidas acerca de precios, calidad, volumen, confiabilidad, diseño y prontitud de entrega.

Con base en conocimientos acerca de una demanda específica, los actores privados, prestadores de servicios empresariales e instituciones públicas pueden coordinar sus actividades para aumentar la capacidad competitiva en todos los eslabones locales de una cadena productiva. La manera más eficaz para lograrlo consiste en cooperar estrechamente entre los eslabones, intercambiar información y coordinar acciones, para establecer una visión compartida acerca de la competitividad tanto a nivel de la región, de país, así como también de sector o cadena.

El PAF-CP entiende la cadena de valor desde tres dimensiones: a) La relación estratégica entre los eslabones, que cuando pasa de una simple relación entre actores individuales para transformar insumo y servicios en un producto determinado, a una relación de colaboración estratégica entre eslabones y sus varios actores para el beneficio mutuo, se convierte en una cadena de valor b) Si bien es posible que las actividades productivas estén integradas dentro de una sola empresa, por lo general se efectúan entre diferentes actores económicos, interconectados por relaciones de compra venta ; c) Los actores de una cadena de valor pueden efectuar sus actividades en un solo sitio geográfico y también pueden repartirse en varios países.

En el caso de los productos agrícolas y agroindustriales el establecimiento y/o fortalecimiento de encadenamientos productivos se perfila como indispensable para diversificar y mejorar la calidad de la oferta, que el país puede orientar hacia la satisfacción de la demanda de los mercados internos y externos con la consecuente generación de más y mejores empleos que una acción de tal envergadura puede significar. Contribuyendo de esa manera, a mejorar las condiciones de vida de los participantes del sector y abriendo oportunidades incluyentes.

Para dar respuesta a estos desafíos, el MAG en alianza con el IICA ha diseñado el Programa Cadenas Productivas dentro del Plan de Agricultura Familiar. Este programa está basado en una lógica de intervención productiva, que orienta y privilegia sus acciones y esfuerzos a la creación y fortalecimiento de cadenas de valor específicas. Durante su ejecución, el programa contribuirá a aumentar el nivel de competitividad de cada uno de los productos definidos y priorizados por las estrategias nacionales de desarrollo del Gobierno de El Salvador.

Por tanto, las grandes apuestas de este programa son lograr el mejoramiento del acceso a los mercados formales; la elevación de la productividad por área sembrada; el fortalecimiento de las capacidades de gestión de los negocios y la promoción de la inversión privada.

El Proyecto se enfoca en el fortalecimiento de las capacidades técnicas de los eslabones productivos, acopio y comercialización, además de fortalecer la organización y gestión empresarial de las familias rurales que actúan en las cadenas priorizadas. Con ello se apoyará el encadenamiento que mejore la

---

<sup>1</sup> Resumen tomado de los TDRs

---

participación en los mercados nacionales e internacionales, y aumente la competitividad de los negocios de cada cadena. En adición, se facilitará la gestión crediticia para iniciativas productivas innovadoras y se proveerá de incentivos que potencien la aplicación de las tecnologías aplicadas y aplicables en cada cadena.

Las cadenas seleccionadas incluyen: Granos básicos, Frutas, Hortalizas, Cacao, Lácteos, Café, Miel y Acuicultura.

Este documento presenta los resultados de la caracterización de la cadena productiva de Frijol Rojo a nivel nacional, la formulación de una estrategia y la propuesta de un plan de acción para el desarrollo de la cadena de valor, el cual debe ser consistente con los ejes estratégicos del PAF. A continuación el detalle.

## II. Contexto mundial del frijol<sup>2</sup>

El comercio mundial del frijol es aún menos relevante que el de maíz blanco y, al igual que éste, la mayoría de los países productores lo producen principalmente para el autoconsumo. La producción mundial de frijol, según datos de FAO, fue de 18.7 millones de toneladas en el año 2005.

La producción y comercio de frijol tiene una característica que lo diferencia grandemente del resto de mercado de granos: la variedad de frijol producido y comercializado puede ser muy amplia, aún dentro de un mismo país. Teniendo en cuenta esta singularidad de muchas variedades contabilizadas juntas, los datos mundiales señalan que los países que concentran la producción de frijol son la India (18 por ciento), Brasil (16.5 por ciento), China (8.4 por ciento), Estados Unidos (3 por ciento) y México (6.8 por ciento).

Los rendimientos mundiales actualmente rondan las 0.687 toneladas por hectárea. La tendencia es a la mejora tecnológica. Países como Canadá, Estados Unidos y China llegaron a producir más de una tonelada por hectárea, debido a nuevas tecnologías y a la variedad sembrada.

Respecto al comercio internacional, la demanda es limitada, ya que los países desarrollados no son consumidores importantes, mientras que para los habitantes de países empobrecidos es una fuente barata de proteína. Por el lado de la oferta los principales países son China, Estados Unidos, Argentina y Canadá, con el 54 por ciento del total de exportaciones mundiales.

Estados Unidos se ha convertido en un comprador relevante de frijol rojo por la población centroamericana y mexicana que ha emigrado a ese país.

---

<sup>2</sup> Fuente: Mapeo de las Cadenas Agroalimentarias de Maíz Blanco y Frijol en Centroamérica, IICA – Red SICTA - 2007

### III. Contexto regional del frijol

A diferencia del Maíz Blanco, el contexto del frijol en Centro América adopta un carácter muy particular que está íntimamente asociado a las variedades dominantes en el consumo de la población, por ejemplo en los casos de Guatemala y Costa Rica cuando se habla de frijol, la conexión es con variedades de color negro; en el caso de El Salvador, Honduras y Nicaragua el predominio es de las variedades rojas. Ahora bien en este último caso no se habla de cualquier variedad roja, más bien se trata de aquellas dentro de este grupo que son nativas de la región y que han sido por mucho tiempo parte esencial de la dieta alimenticia.

Debido a que la variedad de frijol rojo que se consume en Centroamérica es muy específica, es difícil abastecer este mercado por medio de importaciones de otras variedades rojas producidas fuera de la región.

De conformidad a la información disponible, la producción de frijol, en sus diversas variedades, en la región Centroamericana se detalla por cada uno de los países en la siguiente tabla:

Producción de frijol en los países de Centroamérica (Miles de QQ).								
Año Agrícola	Belice	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá	Total Región*
2000/01	-	162.36	1,506.55	-	-	3,809.89	85.57	5,564.37
2001/02	-	154.29	1,629.82	-	1,108.08	3,890.31	81.40	6,863.91
2002/03	90.55	126.85	1,797.59	-	1,934.22	4,332.75	79.10	8,361.06
2003/04	129.34	150.83	1,836.65	-	1,538.90	5,067.44	95.10	8,818.27
2004/05	89.59	104.74	2,007.02	-	1,732.50	3,811.28	93.40	7,838.52
2005/06	117.22	101.02	1,506.90	1,844.87	1,390.89	4,661.96	101.80	9,724.66
2006/07	92.82	111.14	1,184.05	1,881.76	1,336.09	3,983.53	73.40	8,662.79
2007/08	96.07	84.37	1,565.99	1,942.02	1,502.94	3,749.86	78.40	9,019.65
2008/09	83.56	78.12	2,095.61	1,996.36	1,473.91	3,886.41	65.10	9,679.07
2009/10	-	89.20	1,762.42	1,930.50	1,553.92	3,979.78	-	9,315.82
2010/11	-	128.30	1,568.48	1,959.44	-	5,397.80	-	9,054.01

Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel.

- : No se dispone de información

\*: La producción total de la región se ha calculado como la suma de la producción de los países cuyos datos son conocidos.

Estos datos, desagregados por cada año agrícola desde 2000 hasta 2011, muestran que en la región los principales productores de frijol son: Nicaragua, Guatemala, El Salvador y Honduras, siendo la producción nicaragüense la que se muestra sostenidamente como la mayor dentro del grupo de países señalados.

Superficie de producción de frijol en los países de Centroamérica (Miles de Mz).								
Año Agrícola	Belice	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá	Total Región**
2000/01	-	44.08	112.90	-	-	319.25	14.00	490.23
2001/02	-	33.34	121.68	-	132.62	330.01	15.92	633.57
2002/03	-	31.59	118.86	-	199.69	357.83	16.95	724.91
2003/04	-	29.81	120.02	-	146.03	414.58	18.32	728.75
2004/05	-	23.38	123.17	-	148.04	332.23	18.56	645.38
2005/06	-	23.38	124.22	312.81	109.12	387.60	17.70	974.83
2006/07	-	20.07	101.16	315.32	110.50	336.39	16.39	899.82
2007/08	-	17.18	116.18	320.32	113.69	332.10	15.79	915.26
2008/09	-	16.17	154.34	328.33	125.91	343.01	16.62	984.38
2009/10	-	24.64	148.81	330.33	148.80	319.57	-	972.16
2010/11	-	32.67	146.44	330.33	-	394.00	-	903.44

Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel.

- : No se dispone de información

\*: Total de la región se ha calculado como la suma de los países cuyos datos son conocidos.

Para los mismos años agrícolas, la tabla precedente muestra la superficie destinada a la producción de frijol, que conforme a los datos y en su orden de relevancia señalan en primer lugar a Nicaragua como el país que más área destina, seguido muy de cerca por Guatemala; en el caso de Honduras y El Salvador se mantienen por debajo de los mencionados y con áreas dedicadas bastante similares. Estos datos no estarían completos sin comprender los índices de productividad por MZ, los cuales se muestran en la siguiente tabla.

Productividad del frijol en los países de Centroamérica (QQ/Mz).								
Año Agrícola	Belice	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá	Total Región*
2000/01	-	3.68	13.34	-	-	11.93	6.11	11.35
2001/02	-	4.63	13.39	-	8.36	11.79	5.11	10.83
2002/03	-	4.02	15.12	-	9.69	12.11	4.67	11.53
2003/04	-	5.06	15.30	-	10.54	12.22	5.19	12.10
2004/05	-	4.48	16.29	-	11.70	11.47	5.03	12.15
2005/06	-	4.32	12.13	5.90	12.75	12.03	5.75	9.98
2006/07	-	5.54	11.71	5.97	12.09	11.84	4.48	9.63
2007/08	-	4.91	13.48	6.06	13.22	11.29	4.97	9.85
2008/09	-	4.83	13.58	6.08	11.71	11.33	3.92	9.83
2009/10	-	3.62	11.84	5.84	10.44	12.45	-	9.58
2010/11	-	3.93	10.71	5.93	-	13.70	-	10.02

Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel.

- : No se dispone de información

\*: Total de la región se ha calculado como la suma de los países cuyos datos son conocidos.

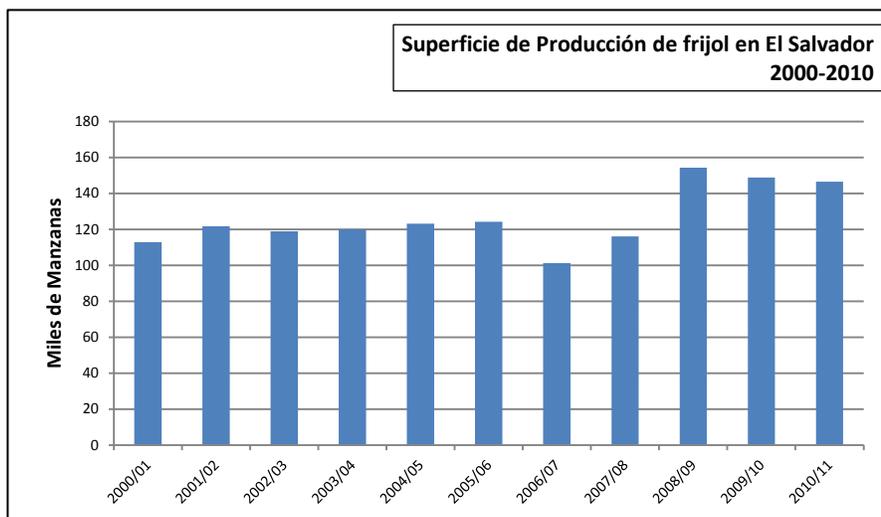
A partir de los datos disponibles, por un lado, se revela que El Salvador es el país de la región que posee el mejor promedio de productividad por MZ cultivada, con una tasa media de 13.36 qq/MZ, calculada sobre los once años en los que hay registro, seguido por Nicaragua con un poco más de 12 qq/MZ para el mismo período. En el caso de Guatemala, a pesar de poseer una mayor área destinada a este rubro, registra la menor productividad con casi 6 qq/MZ, si se valora a partir de los datos mostrados.

## IV. Contexto del frijol en El Salvador

El frijol en el país es el segundo rubro que posee la mayor cantidad de productores, después del Maíz Blanco y además también lo es en lo que concierne al área cultivable, para ilustrarlo se muestran los datos siguientes:

Superficie de producción de frijol en el país.	
Año Agrícola	Superficie de Producción (Mz)
2000/01	112,900.00
2001/02	121,684.00
2002/03	118,862.00
2003/04	120,015.00
2004/05	123,174.76
2005/06	124,221.10
2006/07	101,157.00
2007/08	116,184.29
2008/09	154,343.69
2009/10	148,808.00
2010/11	146,439.00

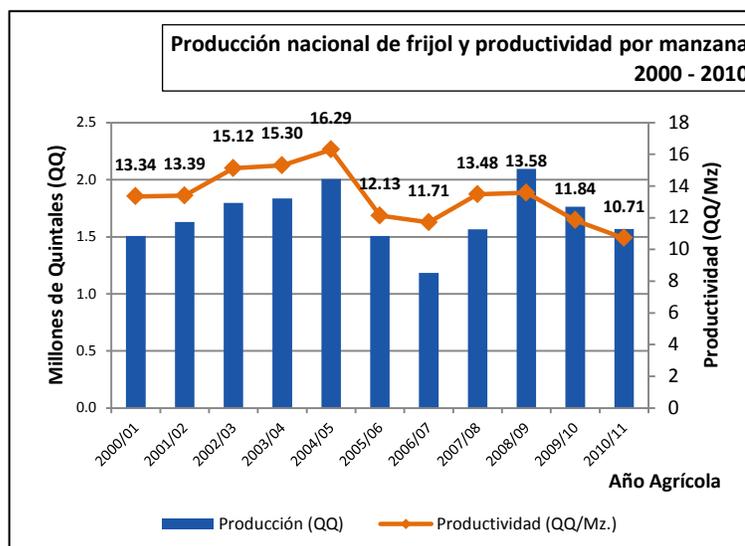
Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel.



Los datos precedentes indican el área en MZ dedicadas a la producción de frijol en El Salvador, mantiene un promedio de 150 mil MZ en los últimos 3 años, período en el cual marca cambios notables con relación a los años previos. Respecto del desempeño productivo se tienen los datos siguientes:

Área de Producción, producción y productividad del frijol en el país.			
Año Agrícola	Superficie de Producción (Mz.)	Producción (QQ)	Productividad (QQ/Mz.)
2000/01	112,900.00	1,506,550.00	13.34
2001/02	121,684.00	1,629,824.00	13.39
2002/03	118,862.00	1,797,590.00	15.12
2003/04	120,015.00	1,836,650.00	15.30
2004/05	123,174.76	2,007,020.22	16.29
2005/06	124,221.10	1,506,898.65	12.13
2006/07	101,157.00	1,184,051.00	11.71
2007/08	116,184.29	1,565,989.96	13.48
2008/09	154,343.69	2,095,613.85	13.58
2009/10	148,808.00	1,762,417.00	11.84
2010/11	146,439.00	1,568,476.00	10.71

Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel.



Para el ciclo 2010/2011 la producción nacional de frijol alcanzó 1.6 millones de qq con lo cual se presenta una reducción del 9.6% con respecto a lo reportado para el ciclo anterior. En los siguientes apartados se describirá como está distribuida el área por departamento y por número de productores.

Número de Productores, explotaciones agrícolas y superficie cosechada de frijol y su ubicación por tamaño en el país en 2006-2007.						
Departamento	Número de Productores	% del Total de Productores	Número de Explotaciones	% del Total de Explotaciones	Superficie Cosechada frijol (Mz)	% del Total de Superficie frijol
Santa Ana	23,624	9.85%	23,459	14.89%	19,647	19.42%
La libertad	21,225	8.96%	21,394	13.58%	13,273	13.12%
Cuscatlán	14,031	8.81%	14,110	8.96%	8,163	8.07%
Ahuachapán	13,749	8.76%	13,941	8.85%	9,299	9.19%
San Vicente	12,757	8.59%	13,170	8.36%	10,560	10.44%
Sonsonate	12,141	8.50%	12,306	7.81%	6,731	6.65%
Cabañas	10,784	7.79%	10,864	6.90%	7,340	7.26%
San Salvador	10,369	6.47%	9,365	5.94%	4,894	4.84%
Chalatenango	8,856	6.15%	8,947	5.68%	5,276	5.22%
Usulután	7,232	5.85%	7,328	4.65%	4,681	4.63%
La Paz	6,930	5.28%	6,774	4.30%	3,553	3.51%
Morazán	6,889	5.21%	6,912	4.39%	3,069	3.03%
San Miguel	6,431	5.14%	6,507	4.13%	3,619	3.58%
La unión	2,464	4.65%	2,468	1.57%	1,051	1.04%
<b>Total País</b>	<b>157,482</b>	<b>100.00%</b>	<b>157,545</b>	<b>100.00%</b>	<b>101,156</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel..

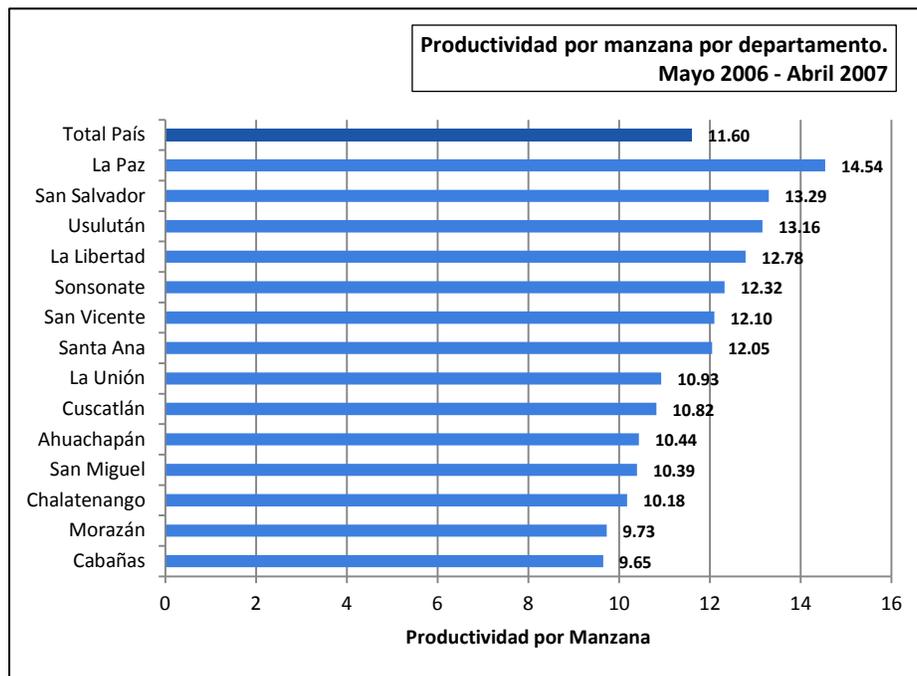
El IV Censo Agropecuario realizado en 2007-2008, con base a lo cual se han tomado los datos mostrados en la tabla, da cuenta que en el país existen 157,482 productores dedicados al cultivo de frijol rojo, los cuales en ese momento contaban con cerca de 158 mil explotaciones. Santa Ana, La libertad, Cuscatlán, Ahuachapán, San Vicente, Sonsonate y Cabañas son los 7 Departamentos que acumulan un 61% del total de productores y un poco más del 69% del área cultivada. La misma información destaca que los que ostentan la mayor superficie dedicada son Santa Ana y La Libertad.

Ahora bien, en lo concerniente a la productividad por área se dispone de los siguientes datos:

Producción de frijol y productividad por manzana por departamento en 2006-2007.			
Departamento	Producción (QQ)	Superficie Cosechada (Mz)	Productividad (QQ/Mz)
Santa Ana	236,663	19,647	12.05
La Libertad	169,641	13,273	12.78
San Vicente	127,728	10,560	12.10
Ahuachapán	97,049	9,299	10.44
Cuscatlán	88,310	8,163	10.82
Sonsonate	82,923	6,731	12.32
Cabañas	70,812	7,340	9.65
San Salvador	65,064	4,894	13.29
Usulután	61,583	4,681	13.16
Chalatenango	53,687	5,276	10.18
La Paz	51,653	3,553	14.54
San Miguel	37,604	3,619	10.39
Morazán	29,850	3,069	9.73
La Unión	11,485	1,051	10.93
<b>Total País</b>	<b>1,184,052</b>	<b>101,156</b>	<b>11.60</b>

Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel..

Para mayor facilidad visual se muestran los indicadores de productividad por departamento en la siguiente gráfica:



Los indicadores muestran que el conjunto de productores del Departamento de La Paz ostentan la mayor productividad con 14.54 qq por MZ cosechada, seguido por los de San Salvador y Usulután con 13 qq/MZ y fracción cada uno. Por el contrario, la menor productividad se registra en Cabañas con 9.65 qq/MZ. Para ese ciclo productivo la productividad promedio fue de 11.6 qq/MZ.

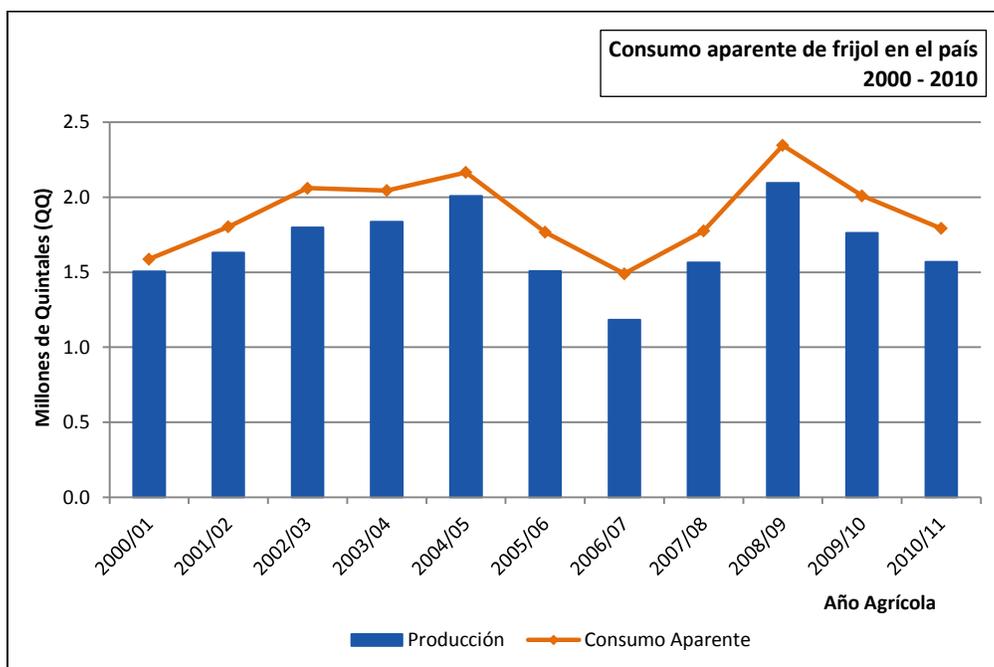
A modo de conclusión, se aborda lo que se conoce como el Consumo Aparente para el frijol en El Salvador, los datos:

Año Agrícola	Producción (QQ)	Importaciones (QQ)	Importaciones (% del Consumo Aparente)	Exportaciones (QQ)	Consumo Aparente (QQ)
2000/01	1,506,550.00	115,529.98	7.28%	34,733.93	1,587,346.05
2001/02	1,629,824.00	194,769.15	10.80%	21,245.96	1,803,347.18
2002/03	1,797,590.00	289,021.89	14.03%	26,640.20	2,059,971.69
2003/04	1,836,650.00	234,530.91	11.47%	26,646.33	2,044,534.58
2004/05	2,007,020.22	188,159.16	8.69%	29,233.35	2,165,946.03
2005/06	1,506,898.65	292,864.10	16.57%	32,859.58	1,766,903.17
2006/07	1,184,051.00	347,421.45	23.32%	41,721.52	1,489,750.92
2007/08	1,565,989.96	254,281.44	14.32%	44,391.16	1,775,880.25
2008/09	2,095,613.85	307,627.51	13.11%	57,434.03	2,345,807.32
2009/10	1,762,417.00	294,004.72	14.63%	46,359.91	2,010,061.81
2010/11	1,568,476.00	258,099.15	14.40%	33,989.78	1,792,585.38

Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel..

En su modo más simple, el consumo aparente es la disponibilidad de frijol que consume la población del país, esto comprende la producción nacional a la cual se suman las importaciones y se restan las exportaciones, lo cual da como resultado la cantidad que se dispone para consumir.

La siguiente gráfica muestra en barras azules la representación de la producción nacional, por encima en color naranja una línea que describe el consumo aparente, que como se dijo es la cantidad de frijol que el país consume calculado para año agrícola.

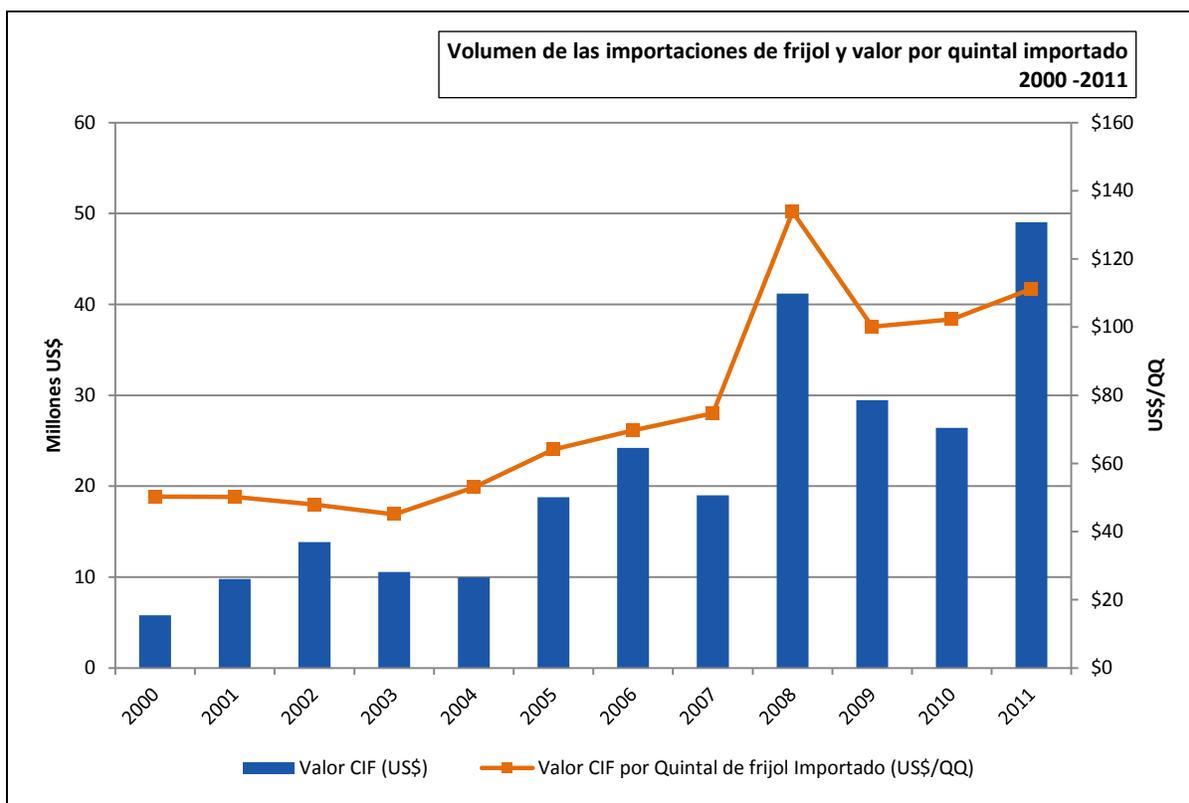


La posición de la línea naranja con una brecha constante por encima de las barras azules, significa que la producción nacional no satisface la demanda interna, esto denota en principio una oportunidad para la producción, dado que por ahora esas brechas han sido superadas mediante las importaciones, principalmente de Honduras y Nicaragua.

Para 2011, las importaciones de frijol ascendieron a casi 441 mil qq, de los cuales 293 mil qq. Es decir 66% tienen origen en la región Centroamericana, las cuales en un 54% provinieron de Honduras, el cual se ha convertido ahora en el principal proveedor de El Salvador, considerando que históricamente el principal había sido Nicaragua.

También 2011 marcó otro hecho relevante, pues debido a una escasez interna que provocó un alza desmedida en el precio de frijol, el Gobierno de la República recurrió a abastecerse de frijol rojo de Etiopía, a fin de frenar la tendencia alcista, lo cual implicó un volumen de más de 93 mil qq.

El comportamiento de las importaciones para el período 2000 a 2011, se ilustra en la siguiente gráfica:



Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel

De acuerdo a las importaciones a lo largo del período de 2000 - 2011, se puede apreciar una tendencia al aumento en el valor de esas importaciones, al igual que los precios pagados por qq, para el último año el valor total ascendió a US\$49 millones, con un precio por qq de US\$111.24, lo cual contrasta con los US\$69.72 pagados en 2006 y con los pagados en 2000, US\$50.26 por qq.

Esta tendencia, complementada por las exportaciones que se verán más adelante, presentan un panorama promisorio para el cultivo del frijol que debe ser aprovechado.

### El Frijol Rojo desde la perspectiva de la Semilla para siembra<sup>3</sup>

El mercado privado de semilla de frijol en Centroamérica es casi inexistente. En primer lugar hay que señalar que no existe un mercado internacional de semilla de frijol rojo, entre otras razones porque hay una gran diversidad de tipos y colores de frijol que se consumen en cada región o país. Por otro lado, se señaló antes que los productores de frijol demandan menos semilla certificada que en el caso del maíz,

<sup>3</sup> Mapeo del mercado de semillas de maíz blanco y frijol en Centroamérica - Proyecto Red SICTA - IICA/COSUDE, 2009

---

ya que, por ser una planta autógama, se facilita la sustitución de semilla certificada por grano comercial, siempre que se cuide su uniformidad.

Otro factor que interviene en las características de este mercado es la preferencia del agricultor por las variedades criollas. Las variedades mejoradas de frijol son resistentes o tolerantes a enfermedades importantes como el virus del Mosaico Dorado. También ofrecen un producto final más homogéneo, bien acogido por procesadores y comerciantes, sobre todo en el escenario de consolidación de cargas. En el caso del grano rojo, el mercado tiene marcadas preferencias por los tamaños más pequeños y los colores rojo claro. Los granos que no presentan estas características reciben descuentos de más de US\$100 por tonelada en el mercado mayorista.

Sería oportuna una evaluación a fondo de la viabilidad económica de estos proyectos. Un factor al respecto es que el diferencial de precios entre la semilla producida por pequeños productores y el mercado del grano (costo de oportunidad), es reducido en algunos meses del año.

Los productores manifiestan irregularidades en el proceso de acopio de su semilla, las cuales no fomentan condiciones para que el pequeño productor obtenga mayores beneficios. De éstas destacan: el precio que le pagan por su semilla, en algunos casos inferior al que ofrecen los intermediarios por el grano; la fluidez en el acopio y los retrasos en el pago de su cosecha.

## V. Caracterización de la Cadena

A continuación se presentan los detalles que describen la dinámica existente entre los diferentes eslabones de la Cadena de Frijol Rojo:



Primeramente conviene indicar que el análisis comprende 5 elementos, 4 de ellos se refieren a los eslabones de la cadena: Proveedores de Insumos, Producción, Procesamiento y Transformación, así como el eslabón de Comercialización, distribución y venta al consumidor final. El quinto elemento está constituido por las Instituciones de apoyo que funcionan alrededor de la cadena.

### 1. Eslabón de Proveedores de Insumos

Compuesto por todos aquellos proveedores de bienes y servicios que se constituyen en los insumos necesarios para la realización de la actividad agrícola, siendo los principales: insumos agrícolas, que incluyen la semilla para siembra, fertilizantes, pesticidas, herbicidas, fungicidas, etc.; maquinaria y equipo, instrumentos financieros y asistencia técnica.

Generalmente los grandes proveedores de insumos dependen de las importaciones para realizar su función comercial, se relacionan con los productores a través de los agroservicios, que son establecimientos independientes diseminados en el país, a fin de proveer los bienes necesarios para la producción según la demanda individualizada que se presenta ante cada ciclo productivo. Salvo las compras de Gobierno para los programas de paquetes agrícolas que se distribuyen cada año, que se negocia directamente con estos grandes proveedores, el resto es atomizado y de trato directo con el productor.

La semilla es uno de los insumos clave. La producción de semilla, en sus diferentes categorías, en la región se encuentra en manos de los institutos nacionales de investigación, en el caso de El Salvador es el CENTA, así como por grupos de productores que hacen producción artesanal. Debido a la baja rentabilidad del cultivo, el uso de semillas certificadas (más cara), es relativamente bajo; se usan, a

menudo, variedades mejoradas por varias generaciones o germoplasma criollo. Por lo antes anotado, producir frijol para semilla no ha sido un buen negocio para las grandes empresas comercializadoras de semillas, de tal manera que no han mostrado interés en esta línea de producción<sup>4</sup>. Sin embargo la última aseveración puede no aplicar para iniciativas de producción más pequeñas, para las cuales este rubro podría constituirse en una oportunidad de negocios.

Los fertilizantes, pesticidas y otros productos químicos necesarios para mejorar la productividad de los suelos, también dependen de grandes proveedores los cuales a su vez utilizan los agroservicios para ofrecer al detalle sus productos, del mismo modo que en el caso de las semillas, el trato tiende a ser individualizado con los productores usuarios.

En cuanto a la maquinaria y equipo, existen diversos oferentes considerando la amplia gama de instrumentos necesarios, así como el tipo de tecnología que el productor utiliza en función de las características de suelo que cultiva, por un lado si se produce por extensión y en superficies planas se opta por la utilización de tracción mecánica, pero por otro, cuando se trata de laderas o superficies irregulares, el productor se ve limitado a la tracción por animales o simplemente manual.

Otros actores relevantes en este eslabón son las Instituciones Financieras, sean estas los bancos del sistema financiero del país, que incluyen a los de corte estatal tal es el caso del Banco de Fomento Agropecuario (BFA), Banco Hipotecario (BH) y al Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL), algunas cifras derivadas de las estadísticas de la Superintendencia del Sistema Financiero revelan lo siguiente:

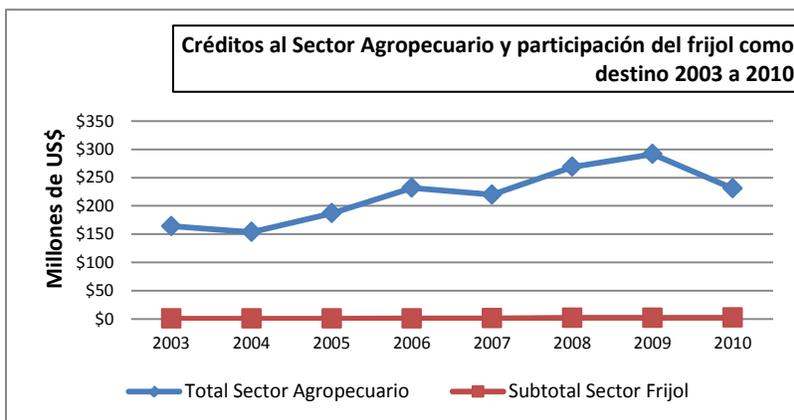
Montos de crédito otorgados para la producción de frijol.			
Año	(Miles de US\$)		Participación Sector Frijol
	Total Sector Agropecuario	Subtotal Sector Frijol	
2003	\$164,236.20	\$848.29	0.52%
2004	\$153,749.80	\$768.47	0.50%
2005	\$186,879.80	\$833.32	0.45%
2006	\$231,933.40	\$993.69	0.43%
2007	\$219,764.80	\$1,325.59	0.60%
2008	\$269,140.00	\$2,110.40	0.78%
2009	\$291,586.10	\$2,067.75	0.71%
2010	\$230,763.33	\$2,297.75	1.00%

Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel.

Los datos muestran que la participación de los créditos orientados a la producción de Frijol ronda el 0.77% respecto del total otorgado al sector agropecuario para los últimos 4 años, lo cual contrasta con la importancia que este rubro representa para la economía del país.

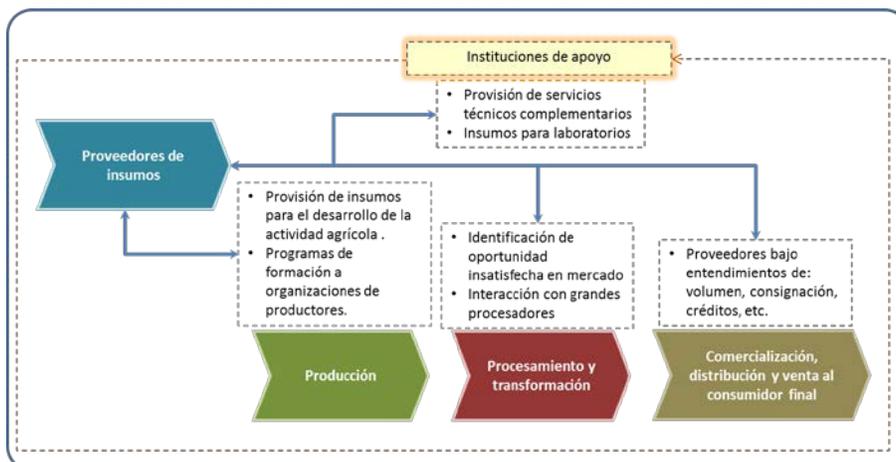
<sup>4</sup> Fuente: Mapeo de las Cadenas Agroalimentarias de Maíz Blanco y Frijol en Centroamérica, IICA – Red SICTA – 2007.

A continuación se grafican los valores de la tabla:



El siguiente esquema muestra las relaciones de este eslabón con los demás actores:

### Relaciones del Eslabón Proveedores de Insumos con otros Eslabones



## 2. Eslabón de la Producción

La producción de frijol en El Salvador, de conformidad al IV Censo Agropecuario realizado entre 2007 – 2008, depende del esfuerzo de más de 157 mil productores a través de 157 mil explotaciones, de las cuales más del 75% son pequeños productores con áreas de hasta 1.42 MZ. (Es decir hasta dos Hectáreas). Del total de los productores dedicados al cultivo del frijol solamente el 27% dedica su cosecha a la venta y un 17% a la producción de semilla para siembra; del volumen total cosechado el 45% es destinado al consumo humano (Autoconsumo).

La actividad agrícola está fundamentada en el uso de semillas mejoradas y en semillas criollas, asimismo en el uso intensivo de agroquímicos especialmente en abono o fertilizante sólidos, así como fungicidas, herbicidas e insecticidas. Por otra parte, cabe hacer notar que hay una muy baja propensión al análisis

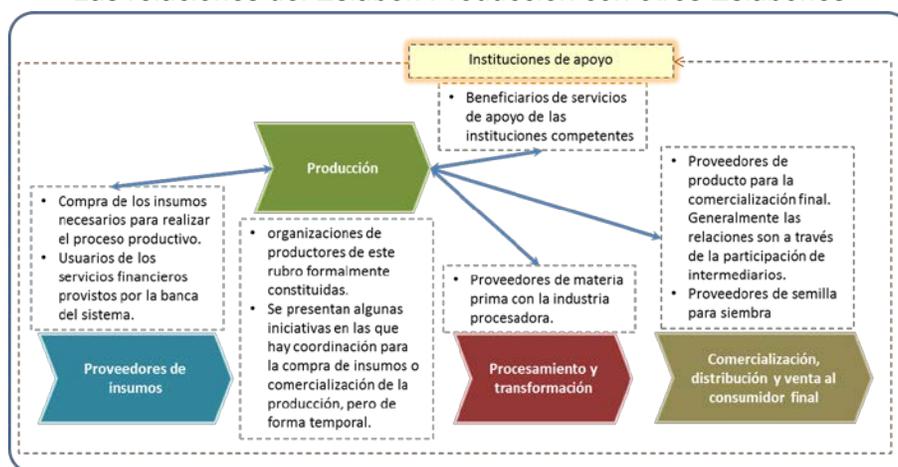
de suelos, uso de riego, manejo integral de plagas y la conservación de suelos, esto último expone la visión de corto plazo que se le da a esta actividad productiva.

Con respecto a la forma en que el productor realiza su actividad, en un 90% es de tipo individual. Cuando se trata de una producción dedicada a la venta, hay una mayor tendencia a buscar mecanismos de coordinación a fin de acceder a los canales comerciales que generalmente son mayoristas o minoristas, que negocian la producción en el lugar de la cosecha.

De la producción total el 52% se destina para la comercialización, para 2007 este volumen se estimó en un poco más de 610 mil qq y en más del 85% es canalizado a través de intermediarios que son o están relacionados a mayoristas y minoristas, a través de los que el producto llega a los mercados de detalle. Esta relación es de carácter informal, al menos desde el productor individual hasta el mayorista.

El 15% restante es orientado a la industria procesadora o bien a las compras institucionales, que adquieren el carácter formal, lo cual implica tratamientos especiales en cuanto a documentación y sometimiento a estándares específicos de calidad.

Las relaciones del Eslabón Producción con otros Eslabones



### 3. Eslabón de Procesamiento y Transformación

En El Salvador, este eslabón está compuesto por empresas procesadoras de alimentos, pupuserías, restaurantes y otros usuarios del frijol producido.

La industria procesadora de alimentos, además de producir derivados del frijol, por ejemplo frijol molido congelado para suplir el mercado nacional, también lo hace hacia el mercado exportador con versiones de frijol procesado, precocido y empacado en material hermético, para 2011 se reportó cerca de US\$7.8 Millones, siendo el principal destino los mercados de Guatemala y los EUA, que ambos concentran para el año citado un 82% del total comercializado.

Por parte de la industria fabricante de pupusas que se congelan y después se destinan a la exportación a los EUA, también son consumidoras de frijol, considerando que una de las variedades de mayor importancia es la versión de quesos con frijoles.

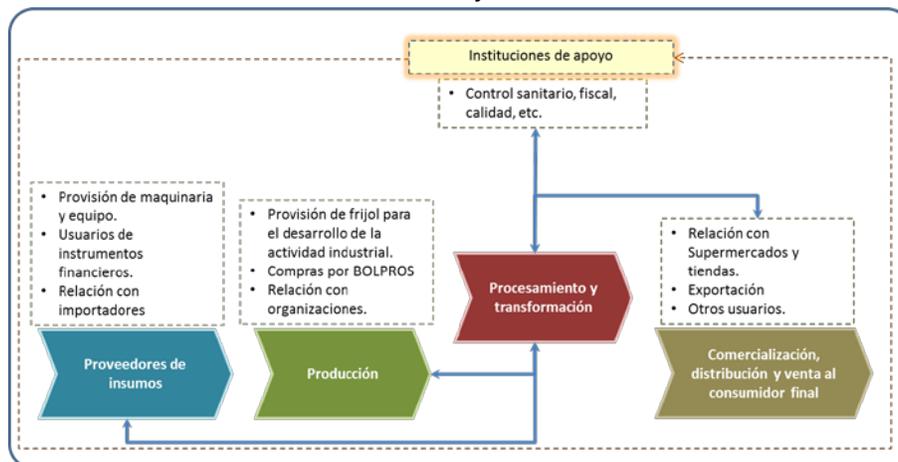
En la actualidad, las compras de la industria en el mercado local se realizan a través de proveedores o intermediarios o mayoristas, sobre todo aquellos que se han formalizado como un requerimiento de los usuarios.

Las compras de frijol por parte de la industria procesadora requiere el cumplimiento de los siguientes parámetros de calidad<sup>5</sup>:

Factores de calidad	% de tolerancias máximas en % masa		
	Primera	Segunda	Tercera
Humedad (1)	13	13	13
Impurezas (1)	0.5	2	3
Tipo contrastante (2)	1	3	5
Aflatoxinas microgramos/Kg Máx.	20	20	20
Grado dañado total (3)	1	3	5
Grano quebrado	0.5	0.75	1.0
Grano partido	0.5	3	5
Infestado	No se acepta		
Otros granos	0.0	0.5	1.0
Dudosamente infestado	Se acepta		
Tiempo cocción (Min Máx.)	90	120	150

(1): En transacciones a granel este factor es un indicador, pudiendo aplicar castigos en el precio. El comprador puede requerir agregar costo de secado para alcanzar el nivel deseado. En el caso de la venta al consumidor esto debe cumplirse.  
 (2): Si el porcentaje de granos es superior al máximo de tolerancia, la clase de frijol se clasificará como “mezclado” indicando variedad prevalectante; sujeta a negociación.  
 (3): Dentro de estas tolerancias máximas no se aceptará más del 1% de grano picado por insectos.

### Relaciones del Eslabón Procesamiento y transformación con otros Eslabones



<sup>5</sup> Se ha tomado de referencia la Norma Oficial de Frijol en Grano de Costa Rica.

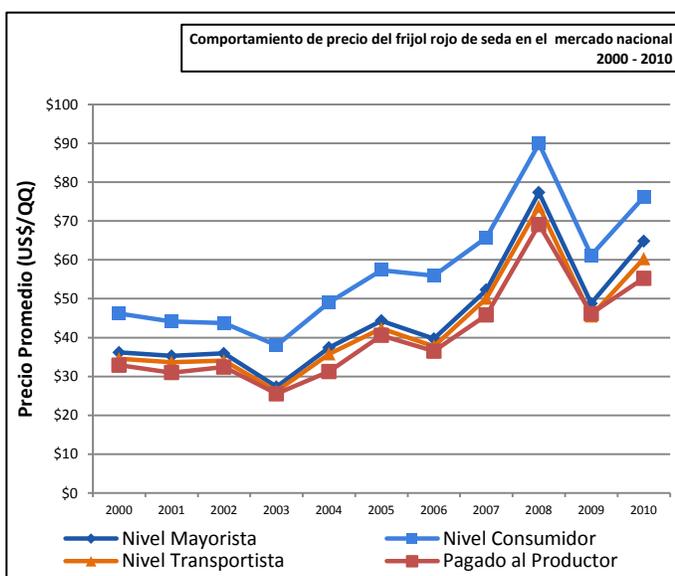
## 4. Eslabón de Comercialización, Distribución y Venta al Consumidor Final

En este eslabón se ubican aquellos actores que se ocupan de la compra del frijol para su posterior comercialización, dentro de estos se cuentan a los intermediarios, mayoristas, minoristas y detallistas; por otra parte también aquí se incluyen a aquellos que realizan las denominadas compras institucionales, tal es el caso de: Programa Mundial de Alimentos (PMA) – Compras para el Progreso (P4P), Ministerio de Educación – Escuelas Saludables (Proyecto), Alba Alimentos, Programa de abastecimiento y reserva estratégica del MAG (Proyecto), Fuerza Armada, BOLPROS, Etc.

El canal informal, establecido entre los productores, intermediarios, mayoristas y minoristas, constituye la principal vía para llevar el frijol hasta las manos del consumidor, como ya se ha mencionado la relación es de carácter informal y generalmente el mayor poder de negociación se encuentra en manos de los intermediarios.

Comportamiento de precio del frijol en el mercado nacional en dólares corrientes.				
Año	Precio Promedio a Nivel de... (US\$/QQ)			
	Mayorista	Consumidor	Transportista	Productor
2000	\$36.18	\$46.18	\$34.55	\$32.89
2001	\$35.29	\$44.14	\$33.66	\$31.00
2002	\$35.95	\$43.73	\$34.04	\$32.41
2003	\$27.36	\$38.01	\$26.19	\$25.55
2004	\$37.40	\$49.08	\$35.81	\$31.29
2005	\$44.33	\$57.33	\$42.34	\$40.57
2006	\$39.70	\$55.92	\$37.77	\$36.52
2007	\$52.26	\$65.75	\$50.13	\$45.79
2008	\$77.33	\$89.92	\$73.77	\$69.11
2009	\$48.79	\$61.17	\$45.57	\$46.15
2010	\$64.80	\$76.17	\$60.33	\$55.26

Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel.



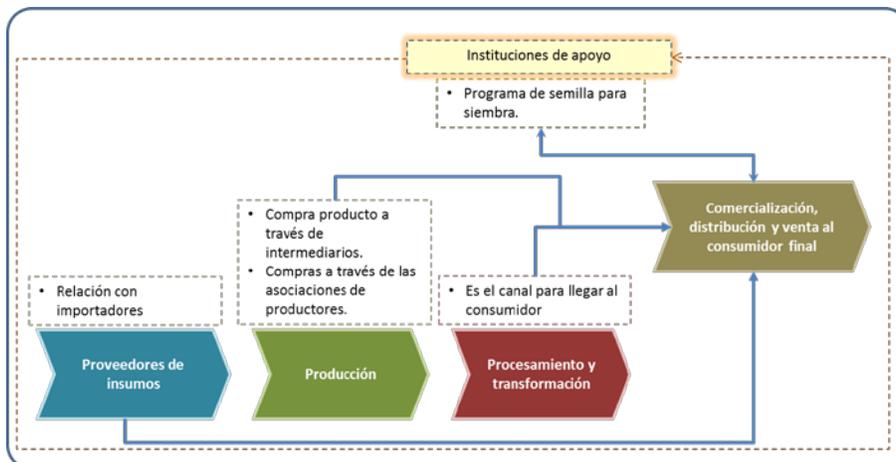
En estos datos, se puede apreciar los márgenes existentes entre los precios que se pagan al productor y los asociados al consumidor que, promediando los últimos cuatro años esta brecha asciende a 36%, lo cual representa la parte del precio que paga el consumidor que se queda en la intermediación. Mas adelante se graficará este flujo para apreciar el tratamiento de precios en los diferentes niveles.

Las compras institucionales, por lo general parten de los precios de mercado a nivel de mayoristas para establecer ordinariamente las adquisiciones del producto. Cuando se trata de entidades públicas, el proceso puede basarse en concursos, licitaciones, cotizaciones, etc., de conformidad al marco legal para el abastecimiento al cual debe apegarse la entidad según su naturaleza, para realizar las denominadas compras gubernamentales.

Otros compradores institucionales, si bien no están sujetos a las reglas antes señaladas, disponen de marcos o procedimientos propios para la adquisición, que en gran parte incluyen los mismos pasos y documentos para formalizar la adquisición.

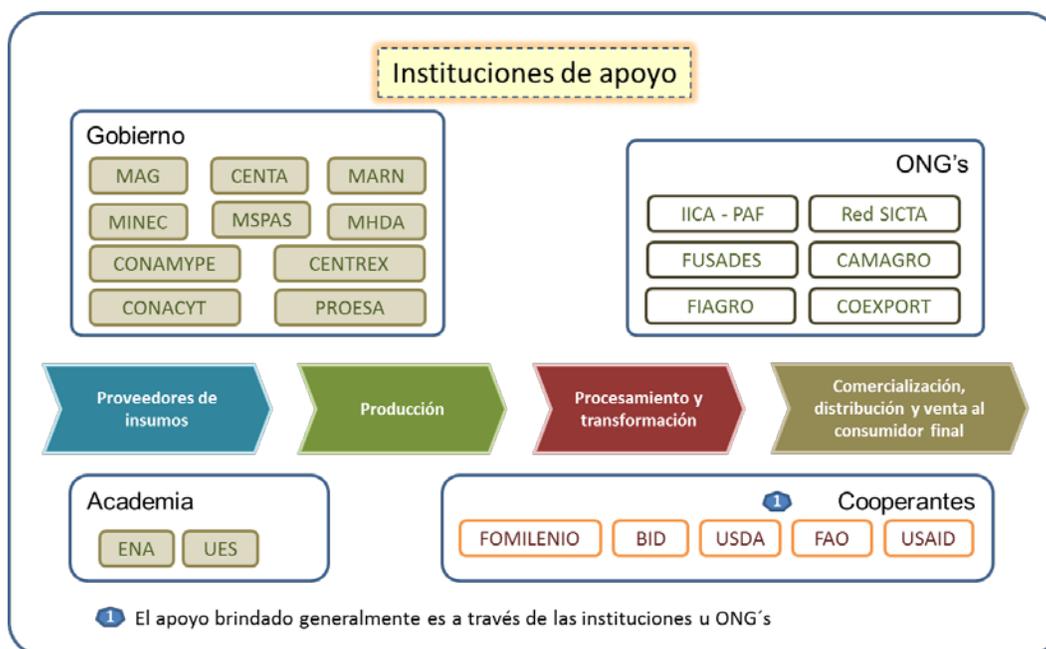
Estos últimos casos son de carácter formal y en consecuencia se basan en la utilización de parámetros de calidad, muy similares a los indicados para el eslabón de procesamiento y transformación.

### Relaciones del Eslabón Comercialización con otros Eslabones



## 5. Las Instituciones de Apoyo

Si bien las Instituciones de apoyo, no constituyen un eslabón en la cadena productiva, su rol es indispensable para el buen funcionamiento de la misma y para procurar su mejora competitiva. En el siguiente esquema se ilustran algunas de las más significativas en el ámbito de la producción de frijol rojo en El Salvador.



---

Por el lado del Gobierno, se pueden mencionar al MAG y CENTA, cómo las instituciones íntimamente ligadas al desarrollo productivo de la cadena, su intervención es más estrecha con relación al eslabón de la producción, dado que corresponde primeramente la seguridad alimentaria y mejoramiento continuo del desempeño productivo a fin de procurar el abastecimiento necesario para cubrir la demanda nacional. En el caso del MINEC, además de la protección para los consumidores, también dispone de programas de apoyo a las cadenas productivas y de instrumentos de apoyo para realizar mejoras en su desempeño, así como también corresponde la Administración de los Tratados Comerciales que ha suscrito el país, especialmente el denominado DR-CAFTA, que es el acuerdo entre los EUA y Centroamérica. El MARN participa en su función de protección de los recursos naturales; la CONACYT, por su rol de generación de la norma asociada a los procesos de producción y la calidad de esta; MSPAS en su función de aseguramiento sanitario de los productos alimenticios comercializados en el país, incluyendo a los granos básicos y sus derivados; el MHDA por su rol en el control aduanero del ingreso de los bienes al país, así como al momento de las exportaciones de los productos; CENTREX que siendo parte del BCR, corresponde administrar el Centro de Trámites de Importación y Exportación, que juntos con el sistema de aduanas son además los generadores de información comercial útil para los análisis estratégicos; la CONAMYPE en su función de apoyo a los esfuerzos de las MIPYMES del país y finalmente PROESA en su función de promover las exportaciones del país, sobre todo en aquellos rubros que implican un valor agregado, entre otras.

Por el lado de las ONG's, naturalmente en primer línea se menciona el rol actual del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) en la ejecución del PAF; la Red SICTA, que es una iniciativa financiada por la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) que ha delegado en el IICA su ejecución y administración, el cual está diseñado para promover la innovación tecnológica con pequeños agricultores de maíz y frijol, en la región centroamericana; las gremiales tales como FUSADES, CAMAGRO y COEXPORT, que cuentan con programas especialmente diseñados para apoyar rubros agrícolas o agroindustriales, tales como FIAGRO, PROINNOVA y AGROCAFTA.

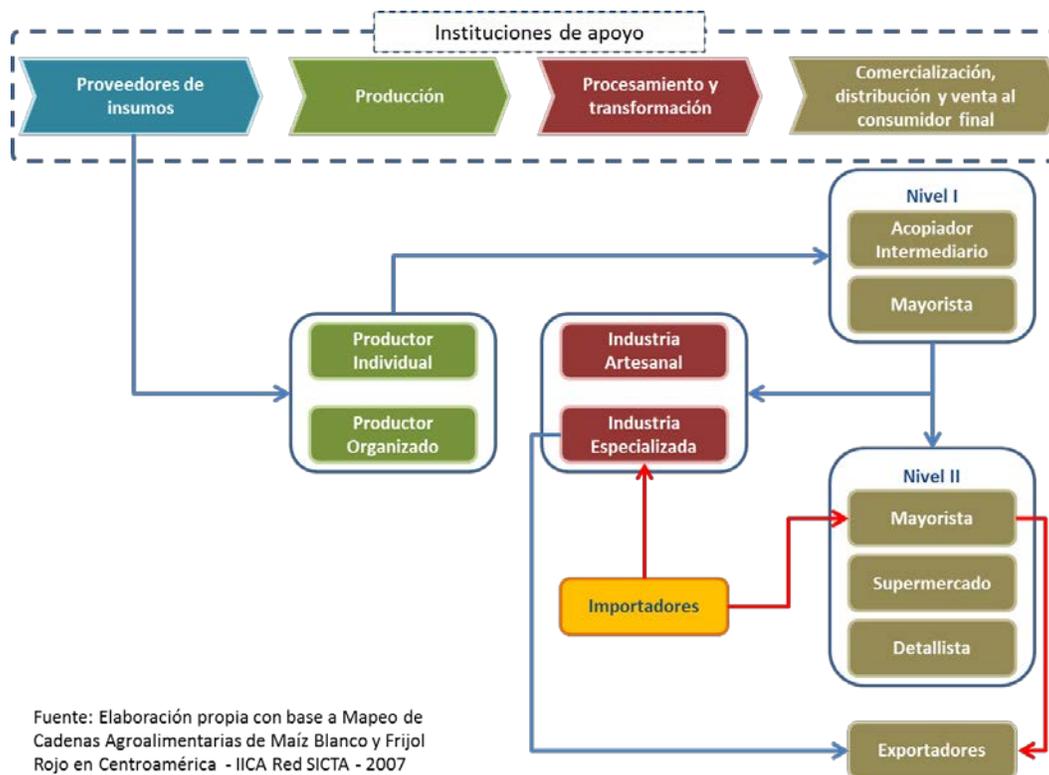
No se puede dejar de mencionar la función de la academia en soporte al desarrollo de las cadenas productivas del país, en este escenario se pueden mencionar a la ENA y la UES, si menoscabo de la contribución de otras entidades de esta categoría que cuentan con programas de formación o carreras en agronomía.

Complementariamente, conviene mencionar el apoyo de las Entidades de Cooperación, que de manera directa o indirecta apoyan esfuerzos que contribuyen al desarrollo del país, aquí se mencionan algunos ejemplos: FOMILENIO, BID, USDA, FAO, USAID, etc.

Si bien existe una gama de instituciones que brindan apoyo, no necesariamente están dedicadas a contribuir en el ámbito de la producción de frijol rojo, salvo algunos casos antes mencionados. En algunos casos se puede sostener que la percepción de los actores de la cadena es que en esta materia los esfuerzos siguen siendo insuficientes.

## 6. Perspectiva de la cadena en su conjunto

En el siguiente esquema se muestra la dinámica de la relación productiva entre los actores de la cadena de Frijol Rojo, indicando como el producto cosechado se moviliza desde la producción hasta su disposición al consumidor.



Como se ha venido señalando, la principal ruta seguida por el producto hacia el mercado es a través de intermediarios y de estos a los mayoristas, que suelen contar con infraestructura para el resguardo del producto a fin de distribuirlo hacia otros actores comerciales. A pesar que existen otras vías, éstas tienden a la formalidad y a requerir estándares de calidad, por tanto el productor que en su mayoría actúa en forma individual, ve en esta ruta desventajas que no le motivan a seguirla. En la medida que los productores tienden a la organización para coordinar la venta de su producto, suelen tener mejor oportunidad para acceder al mercado institucional, sin embargo esta opción es la menos utilizada en la actualidad.

### Márgenes a lo largo de la cadena productiva sobre el precio de venta

Como se sabe el producto desde su cosecha comienza a sufrir cambios en los precios de acuerdo a su paso a lo largo de la intermediación comercial. En el siguiente esquema se muestran los rangos en los que cambia el precio del productor al intermediario y del intermediario al consumidor.



Fuente: Preparados a partir de diversas fuentes - Se adjunta la base de referencia en formato Excel

Si bien los rangos en los márgenes varían, según los datos indicados en el numeral cuatro de este capítulo, del precio que paga el consumidor final del frijol, un promedio del 36% es el monto que se queda en la intermediación, aspecto que resienten los productores que consideran que el precio pagado por el frijol por parte de los intermediarios no compensa el esfuerzo realizado.

## VI. La situación competitiva de la cadena de frijol rojo

A partir de las consultas realizadas a través de los diversos talleres con los productores y mesas con los restantes eslabones de la cadena, los aspectos que afectan competitividad de la cadena son:

- **Alto costo de los insumos agrícolas**

La situación imperante respecto de los precios del petróleo afecta directamente al sector que depende del uso de insumos agrícolas que son elaborados a base de este recurso natural, así como también en los costos de la transportación que es utilizada para los procesos de producción, cosecha y comercialización.

- **Falta de rentabilidad para el productor**

La presión derivada de la tendencia al alza en los costos de producción, a las fallas en la práctica agrícola y las distorsiones derivadas de la intermediación comercial, así como de las importaciones, afectan la rentabilidad esperada por el productor local.

- **Prácticas indebidas e ineficientes**

Se reconoce que dentro de las fallas que debilitan la competitividad de la cadena, están aquellas asociadas a las prácticas agrícolas, entre estas figuran:

- No hay análisis de suelos, lo cual reduce la efectividad del tipo de semilla utilizado si es que no corresponde a las características del suelo.
- Tampoco se realiza una rotación de cultivos, a fin de permitir que el suelo recupere fertilidad.
- Uso inadecuado de los químicos o bien el no apego a las recomendaciones de aplicación.
- Mal manejo de plagas y enfermedades

---

En resumen, estas fallas son el resultado de desconocer las Buenas Prácticas Agrícolas, lo cual es admitido por los mismos productores.

- **Escasa transferencia de tecnología**

A pesar que el sector agrícola ha ido recuperando su relevancia y que se ha mejorado el apoyo institucional al sector, las organizaciones expresan como preocupación la escasa transferencia tecnológica que es provista por parte de las instituciones competentes, lo cual les impide mejorar su productividad y competitividad. Las principales fallas durante la práctica agrícola se derivan precisamente por la falta de capacitación y asistencia técnica.

- **Falta de infraestructura productiva.**

La falta de infraestructura para el cultivo (Equipos para riego, labranza, etc.), cosecha (colección y limpieza del grano) y almacenamiento (Silos, bodegas y equipo de secado) es de momento una razón por la cual el productor se ve obligado a vender su cosecha a bajos precios, pues de no hacerlo se arriesga al deterioro del producto.

- **Falta de adecuado financiamiento para los pequeños agricultores**

El acceso a un adecuado financiamiento se constituye en otra de las preocupaciones de los productores, perciben que en la actualidad no se disponen de instrumentos con tasas y plazos ajustados a sus necesidades. En este apartado se debe incluir los instrumentos de protección ante los desastres naturales, tal es el caso del seguro agrícola.

- **Falta de organización efectiva**

Como se ha indicado, la mayor parte de los productores actúan de manera individual, esto es la causa principal de la poca competitividad existente. La falta de organización impide que los productores mejoren su poder de negociación, asimismo es una limitante para manejar aspectos como los costos de producción y mejorar la canalización de sus productos al mercado.

- **Incidencia de los intermediario en el mercado**

Al tratarse de un mercado mayormente informal, naturalmente es el mejor escenario para la participación de intermediarios que finalmente tienen el poder de negociación para definir los precios de compra, que como se ha dicho antes, contribuyen a la existencia de una brecha entre los precios pagados al productor y los que paga un consumidor final. El productor percibe que esta forma de comercialización no reconoce su esfuerzo dado que la mayor rentabilidad se queda entre los intermediarios.

- **Carencia de una visión empresarial**

Se reconoce que el productor no está preparado para negociar, no dispone de información de mercado para tomar decisiones, no hay un manejo de los costos de producción, desconoce sobre canales de comercialización y acceso a contactos comerciales, todo lo cual reduce su capacidad para

---

avanzar hacia nuevas oportunidades comerciales y en consecuencia termina aceptando los precios del intermediario. Buscar un camino con visión empresarial, será para aquellos que cuentan con áreas de producción significativas o bien por medio de la organización de pequeños los cuales de manera conjunta pueden conseguirlo.

- **Desconfianza desde los potenciales compradores**

Compradores industriales y otros usuarios formales del frijol, suelen desconfiar de los productores locales debido precisamente a la falta de formalidad y volatilidad ante los compromisos de compra. Por otra parte, los incumplimientos en cuanto a las calidades requeridas, tienden a motivar la búsqueda de abastecimiento mediante las importaciones que resultan ser más estables y con mayor certidumbre respecto de la calidad. Los industriales dejan entrever que resultaría mucho mejor adquirir el producto que necesitan en el país, sin embargo conseguirlo depende de un cambio sustancial en la actitud de los productores o sus organizaciones.

## VII. Las oportunidades

De cara a una visión estratégica, es importante comprender que este rubro productivo dispone de oportunidades, muchas de las cuales ni siquiera han sido exploradas. Durante los talleres de consulta se solicitó a los participantes enfocarse en oportunidades para el frijol, sus aportes fueron organizados en el siguiente orden:



A continuación los resultados de la consulta

- **Comercialización Mercado Institucional**

Oportunidades en el mercado nacional institucional, público y privado, que pueden ampliar la gama de posibilidades comerciales para los productores de frijol.

#### **Instituciones Públicas y Privadas**

- Programa Mundial de Alimentos (PMA) – Compras para el Progreso (P4P)
- Ministerio de Educación – Escuelas Saludables (Proyecto)
- Alba Alimentos
- Programa de abastecimiento y reserva estratégica del MAG(Proyecto)
- Fuerza Armada
- BOLPROS
- Instituciones que apoyan seguridad alimentaria (FUSAL - Libras de Amor, etc.)
- Supermercados, restaurantes, pupuserías, etc.

- **Comercialización Industria-Procesamiento**

Oportunidades en el mercado nacional institucional, en este caso la industria procesadora, que a corto o mediano plazo amplía las perspectivas comerciales para los productores de frijol.

#### **Mercado de la industria procesadora**

- Procesadoras (GUMARSAL, Arrocería OMOA, Arrocería San Francisco, etc.)
- Procesadoras de alimentos para instituciones (Centros Penales, Zonas Francas, etc.)
- Alimentos nostálgicos de exportación (Rio Grande, PAHNAS, etc.)

- **Semilla para siembra**

El país ha ido ganando prestigio como productor y proveedor de semilla de frijol para siembra, para lo cual se han desarrollado variedades de excelente calidad. En la actualidad MAG se ocupa de adquirir buena parte de la producción de semilla en el país para sus programas de apoyo. Productores en este rubro dan cuenta de la mejora en la rentabilidad de esta actividad. Este tipo de mercado debe ser pensado con proyección al mercado regional y requiere por supuesto un esfuerzo de mayor proyección estratégica.

- Producción de semillas para el agricultor nacional a través del CENTA

- **Comercialización Mercado Informal**

Dado que este tipo de mercado es el de mayor proporción, implica que sigue siendo un espacio de oportunidad, por supuesto supondría que su aprovechamiento debe optimizarse mejorando la capacidad del productor de cara a la comercialización.

#### **Venta a mercado informal**

- Tiendas de mayoreo en San Salvador
- Agro mercados y ferias
- Restaurantes y pupuserías
- Venta al detalle: granel, sacos o empacado
- Aprovechamiento del desecho para concentrados animales

- **Valor Agregado Mercado Nacional**

Comprende aquellas oportunidades en el mercado nacional para productos derivados del frijol, que en su momento pueden constituirse en iniciativas PYMES conexas a la producción del grano básico. En el Anexo 2, se muestra el desagregado de cada tipo indicado abajo.

#### **Valor agregado mercado nacional**

- Frijol empacado con marca distintiva de la zona de producción
- Desarrollo de productos del frijol: procesado molido, precocidos, prefritos, saborizados, etc.
- Frijol clasificado por color y variedad, con denominación de origen al menos municipal: De Seda, San Andrés, etc.

- **Valor Agregado Mercado Internacional**

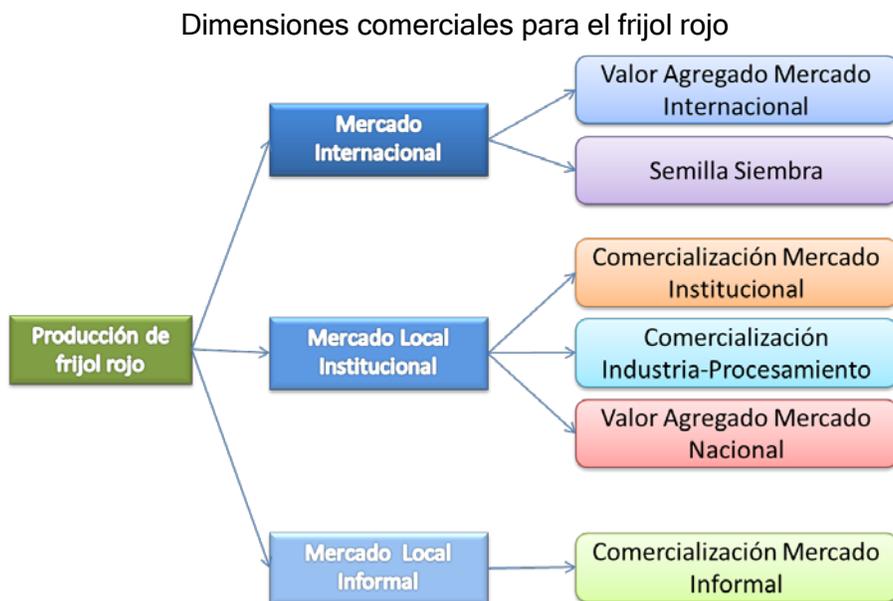
Comprende aquellas oportunidades en el mercado internacional para productos derivados del frijol, que en su momento pueden constituirse en iniciativas PYMES conexas a la producción del grano básico. En el Anexo 2, se muestra el desagregado de cada tipo indicado abajo.

#### **Valor Agregado Mercado Internacional**

- En sacos: Limpio, pulido y listo para empacar.
- Empacado en bolsas de diversos tamaños
- Frijol procesado, empacado y precocado: Amelcochados, con pitos, borrachos, etc.
- Típicos (Alimentos nostálgicos de exportación que incluyen frijol como insumo)
- Desarrollo de nuevos productos a base de frijol.

Como puede apreciarse, desde la misma base productiva existen nociones respecto de oportunidades que pueden ser aprovechadas, a fin de mejorar no solo el desempeño mismo de la cadena, sino también la posibilidad de obtener mayor rentabilidad. Por supuesto con una gama más amplia de posibilidades y el soporte necesario es muy factible desarrollar iniciativas modelo a fin de que los productores se vayan adhiriendo a estas de una manera gradual.

El reto para las instituciones que apoyan el desempeño de la cadena es impulsar las iniciativas que permitan aprovechar las oportunidades en todos los ejes antes detallados. Esto implica desde la perspectiva del mercado las tres dimensiones siguientes:



El mercado internacional debe verse desde dos perspectivas, primero “Valor agregado Mercado Internacional”, se trata de productos derivados del cultivo de frijol rojo con valor agregado, en donde existen aperturas hacia el denominado mercado nostálgico en los EUA compuesto, primero, por los salvadoreños residentes y segundo, por hábitos compartidos en esta gama de productos también incluye al resto de centroamericanos y mexicanos que coexisten a lo largo y ancho de esa gran nación. Para 2011 este mercado representó más de US\$13 millones, de estos 77% tuvo como destino el mercado de los EUA. Cifras nada despreciables considerando que toda la producción está en manos de pequeñas y medianas empresas, además son intensivos en el uso de mano de obra para su elaboración. Cabe mencionar que este valor de exportaciones no es mayor más bien por limitaciones de oferta, no por falta de demanda.

Segundo, el mercado de “Semilla para Siembra”, visto aquí enfocado al mercado regional centroamericano, que si bien es incipiente, poco a poco puede irse convirtiendo en una apuesta complementaria.

El mercado institucional local, que comprende la “Comercialización Mercado Institucional”, “Comercialización Industria-Procesamiento” y “Valor Agregado Mercado Nacional”, también debe

---

configurarse como destinos de gran potencial, sobre todo porque hay experiencias concretas que pueden constituirse en modelos a seguir.

Por supuesto, sigue siendo una oportunidad natural lo que en el esquema se denomina “Comercialización Mercado Informal”, pero visto ahora con una mejor preparación por parte del productor.

Lo importante de este planteamiento, es que el esfuerzo debe orientarse a las tres dimensiones, puesto que estratégicamente le conviene al país fortalecer su capacidad productiva, eso solo se consigue incorporando eficiencia y calidad en la producción, pero los costos de ello solo son factibles cuando se orienta el esfuerzo al mercado formal. Asimismo la necesidad vital de incorporar tecnología, el apego a las BPA y BPM solamente es viable si se dispone de un mercado que admita productos procesados inocuos y con valor agregado. Tanto el enfoque al mercado internacional y el mercado institucional local, fijan sus precios en función de la calidad y en ambos casos inciden en el cambio actitudinal del productor local y su cadena productiva.

---

## VIII. Propuesta Estratégica para el Fomento de la Competitividad de la Cadena Productiva

### 1. Líneas estratégicas

Tomando en consideración las principales fallas enunciadas y la gama de oportunidades existentes para desarrollar la cadena de valor del frijol rojo en El Salvador, a continuación se detallan las líneas estratégicas recomendadas y que son resultantes de los aportes brindados por los actores de la cadena, los cuales fueron complementados con la colaboración del equipo técnico del IICA – PAF, estas son:

#### 1. **Agregar valor al frijol rojo a fin de aprovechar nuevos nichos de mercado**

Comprenderá un conjunto de acciones orientadas a explorar mercados, formulación de estudios de factibilidad, su socialización con los beneficiarios, capacitación en manejo y procesamiento, facilitación al acceso de infraestructura y apoyo en acciones de índole comercial.

#### 2. **Facilitación al desarrollo de relaciones comerciales con el mercado institucional formal (Industria procesadora, Supermercados, PMA, FUSAL, etc.) para el frijol rojo.**

Las acciones que se proponen en esta línea estratégica, se orientan a fortalecer la capacidad de las organizaciones de los productores para construir alianzas estratégicas con el mercado institucional formal, en este caso la industria procesadora y otros compradores no gubernamentales. Parte desde el apoyo para mejorar la infraestructura de post cosecha, la formalización de las organizaciones en su gestión comercial, capacitación en el manejo legal y la promoción comercial.

#### 3. **Apoyo en la gestión comercial con sector gubernamental (MINED, Fuerza Armada, Etc.).**

Las acciones que se proponen en esta línea estratégica se orientan a fortalecer la capacidad de las organizaciones de los productores para construir alianzas estratégicas con el mercado institucional formal, en este caso las compras gubernamentales. Parte desde el apoyo para mejorar la infraestructura de post cosecha, la formalización de las organizaciones en su gestión comercial, capacitación en el manejo legal y la promoción comercial.

#### 4. **Fomentar Programa de siembra de frijol para Semilla Certificada.**

Acciones que permitirán impulsar el desarrollo del mercado de la semilla para siembra, que requiere de acciones orientadas a establecer la factibilidad por zonas geográficas, estudios de mercado, establecimiento de laboratorios y el fortalecimiento de la asistencia técnica específica para esta línea productiva.

#### 5. **Facilitar el Acceso a los instrumentos financieros**

---

Conjunto de acciones orientadas a facilitar la información sobre los instrumentos financieros disponibles, capacitación en la gestión financiera, sobre todo desde la asociatividad, así como la búsqueda de figuras alternativas de financiamiento.

**6. Fortalecer la capacidad de las organizaciones para aprovechar oportunidades comerciales, compras conjuntas de insumos y facilitar gestiones ante las entidades públicas (ASOCIATIVIDAD)**

Visto como el mecanismo por medio del cual los productores asociados a la cadena pueden facilitarse la gestión de recursos, mejorar su poder de negociación, superar fallas que causan ineficiencias, etc. El fortalecimiento de la capacidad de las organizaciones para aprovechar oportunidades es de suma importancia.

Las acciones van encaminadas a facilitar los procesos que permitan la organización de los productores o bien el fortalecimiento de las organizaciones existentes. Muchos de los clamores que son expuestos por ellos en las consultas, son manejables solamente por la vía de la organización. También se procura la generación de información vital para la toma de decisiones de estas organizaciones, dado que se trata que mejoren su calidad de gestión empresarial.

**7. Mejoramiento de las condiciones de producción a fin de incrementar la productividad**

Acciones que contribuyen en la ampliación de la capacidad institucional para la asistencia técnica sea a través de las ECAS o de los CAS, a fin de coadyuvar al aumento de la productividad principalmente en zonas geográficas con gran potencial que luego sirvan de referencia para el resto de actores participantes.

**8. Establecer convenios de apoyo para inserción de los jóvenes en la actividad agrícola**

Se trata del fomento de la participación de los jóvenes en esta actividad productiva, considerando que es la vía no solo para mejorar la productividad sino la conexión con la innovación en la actividad agrícola, así como la posibilidad de introducir tecnología de información y comunicación (TIC), que da paso a un salto significativo en el desempeño de la cadena de valor.

A continuación el detalle de las actividades, las instituciones a involucrar, horizonte temporal y estimación de costos, todo lo cual se denomina el Plan de Acción.

## 2. Plan de Acción

Ver notas aclaratorias al pie del cuadro final.

No.	Línea Estratégica	Acción	Responsable	Plazo	Costo Estimado	Comentarios	
1	Agregar valor al frijol rojo a fin de aprovechar nuevos nichos de mercado	1.1	Investigaciones de mercado (Estudio de factibilidad) aplicada a productos derivados del frijol rojo	IICA-PAF CP, MAG, MINEC EP - CONAMYPE, Universidades	Corto	\$ 25,000.00	Estudio de factibilidad de los/las productos que se procesaran al mercado. Se trata de un estimado considerando el análisis de 8 derivados / nichos / muestra de mercado.
		1.2	Socialización de los resultados de los estudios con organizaciones de productores de Frijol Rojo, con interés en el desarrollo de las oportunidades identificadas	IICA-PAF CP, MAG, MINEC EP - CONAMYPE	Corto	\$ 3,000.00	Se realizara con socios/as - apoyo tecnico
		1.3	Formación a los interesados en procesar derivados del Frijol Rojo en lo concerniente a Buenas Prácticas de Manufactura en alimentos, así como la capacitación en el manejo de equipo de procesamiento.	IICA-PAF CP, CENTA, INSAFORP, UES, UEES, UJMD, Etc.	Mediano	\$ 21,000.00	Esta línea estratégica está enfocada a las diferentes formas de frijol procesado identificados en las oportunidades. Monto estimado dividido en 3 regiones, a su vez en tres localidades y con participación de 20 por taller de 24 horas de duración.
		1.4	Visitas guiadas a proyectos de procesamiento de Frijol Rojo o derivados que resulten ser buenas prácticas de referencia (Locales o Regionales)	IICA-PAF-CP / MAG	Corto	\$ 10,000.00	Un país con experiencia es Honduras
		1.5	Evaluación de necesidades de infraestructura y equipamiento para procesos seleccionados	IICA-PAF CP, MAG, MINEC CP - CONAMYPE, Universidades	Mediano	\$ 10,000.00	Este monto puede dividirse entre líneas de producción específicas.
		1.6	Acompañamiento para formulación de Planes de Negocio (Tomar de referencia modelo de trabajo de FIAGRO)	IICA-PAF CP, MAG, MINEC - CONAMYPE, FIAGRO, PROINNOVA, FONDEPRO, Etc.	Mediano	\$ 21,000.00	Se trata de un monto tope, a fin de que sean los productores que lo gestionen con sus proyectos. Se estiman hasta \$3 mil por cada Plan. Los planes de negocio tiene que ser de forma participativa con los asociados/das
		1.7	Acompañamiento para el financiamiento de los Planes de Negocio resultantes de la intervención.	IICA-PAF CP, MAG, BANDESAL, BFA, BH, Bancos del sistema	Mediano	\$ 3,000.00	
		1.8	Gestión de permiso de libre-venta para productos derivados de la intervención.	IICA-PAF CP, MSPAS	Mediano	\$ 1,000.00	
		1.9	Apoyo en el desarrollo de la identidad comercial de los productos generados en el proceso en cuanto a: marca, códigos de barra, datos de nutrición, arte de etiquetas, soluciones para empaquetado, etc.	IICA-PAF CP, MINEC CP - CONAMYPE, PROINNOVA, FONDEPRO, U Mónica H., UJMD, UDB, Etc.	Largo	\$ 16,000.00	Valor estimado para cubrir hasta 8 iniciativas.
		1.10	Promoción comercial de los productos generados por los beneficiarios del programa, mediante ferias, ruedas de negocio, visitas a clientes potenciales y plan de promoción en medios.	IICA-PAF CP, MAG, FONDEPRO, FOMILENIO, USAID, BID, Etc.	Largo	\$ 20,000.00	Se esperaría que las entidades mencionadas dispongan el fondo a la orden de las iniciativas que presenten proyectos (El esquema sería 80/20)
		1.11	Promoción comercial internacional para aquellos derivados diseñados para este mercado: Prospección de mercados, participación en ferias, visitas a puntos de venta, etc.	IICA-PAF CP, MAG, FONDEPRO, PROESA EXPORTA, FOMILENIO, USDA, USAID, BID, Etc.	Largo	\$ 40,000.00	Se esperaría que las entidades mencionadas dispongan el fondo a la orden de las iniciativas que presenten proyectos (El esquema sería 80/20)
<b>Total estimación</b>					<b>\$ 170,000.00</b>		

No.	Línea Estratégica	Acción	Responsable	Plazo	Costo Estimado	Comentarios	
2	Facilitación al desarrollo de relaciones comerciales con el mercado institucional formal (Industria procesadora, Supermercados, PMA, FUSAL, Etc.) para el frijol rojo a granel, así como también a presentaciones empacadas	2.1	Facilitar un mecanismo para la adquisición de equipamiento, a fin de brindar un adecuado manejo al grano cosechado y su empacado para su comercialización formal	IICA-PAF, MAG	Corto	\$ 175,000.00	Valor estimado para 3 zonas considerando un conjunto por cada una: Selladoras, empacadoras, secadoras, medidores de humedad, clasificadoras, básculas, etc. Estimación sujeta de revisión.
		2.2	Socializar con los beneficiarios el marco legal aplicable para compra-venta. Brindando la orientación pertinente para atender los requerimientos exigidos.	IICA-PAF-CP, MAG, CONAMYPE	Corto	\$ 2,000.00	
		2.3	Desarrollar una guía accesible por diversos medios en donde se aborde lo concerniente a los estándares de calidad exigidos por el mercado formal institucional.	IICA-PAF-CP, MAG, CONAMYPE	Corto	\$ 2,000.00	Se define en coordinación con el sector privado y grupos asociativos. Conlleva al establecimiento de normas de calidad, capacitación, AT comercial y gestión empresarial
		2.4	Capacitación a los agricultores para su formalización (Legalización para fines comerciales)	IICA-PAF-CP, MAG, CONAMYPE	Mediano	\$ 5,000.00	
		2.5	Promoción comercial de los productos generados por los beneficiarios del programa, mediante ferias, ruedas de negocio, visitas a clientes	IICA-PAF-CP, MAG, CONAMYPE	Mediano	\$ 15,000.00	Ej.: Establecer plan piloto de ferias locales, en coordinación con las Municipalidades (1 feria mensual, en 10 municipios)
		<b>Total estimación</b>					<b>\$ 199,000.00</b>
3	Apoyo en la gestión comercial con sector gubernamental (MINED, Fuerza Armada, Etc.).	3.1	Socializar con los beneficiarios el marco legal aplicable. Brindando la orientación pertinente para atender los requerimientos exigidos.	IICA-PAF-CP, MAG, CONAMYPE	Corto	\$ 1,000.00	
		3.2	Desarrollar una guía accesible por diversos medios en donde se aborde lo concerniente a los estándares de calidad exigidos por las entidades públicas.	IICA-PAF-CP, MAG, CONAMYPE	Corto	\$ 2,000.00	
		3.3	Capacitación a los agricultores para su formalización (Legalización para fines comerciales)	IICA-PAF-CP, MAG, CONAMYPE	Mediano	\$ 5,000.00	
		3.4	Promoción comercial de los productos generados por los beneficiarios del programa, mediante ferias, ruedas de negocio, visitas a clientes potenciales	IICA-PAF-CP, MAG, CONAMYPE	Mediano	\$ 10,000.00	
		<b>Total estimación</b>					<b>\$ 18,000.00</b>
4	Fomentar Programa de siembra de frijol para semilla Certificada.	4.1	Formulación de propuesta técnica en donde se incluyan : Establecer convenios con Asociaciones Agropecuarias y estudios de factibilidad en las zonas potenciales para las siembras, entre otros.	IICA-PAF, MAG	Mediano	\$ 20,000.00	
		4.2	Fortalecimientos de Bancos de Germoplasma de variedades y semillas criollas para la descentralización de Servicios,	MAG-CENTA	Largo	\$ 300,000.00	Estimación sujeta a revisión, resulta de la consulta con mesas técnicas.
		4.3	Implantar y Fortalecer Programas de Asistencia Técnica para la Producción de Semillas.	IICA-PAF, MAG, CENTA	Corto	\$ 500,000.00	El valor está sujeto a revisión, se deriva de las consultas realizadas en las mesas técnicas.
		<b>Total estimación</b>					<b>\$ 820,000.00</b>

No.	Línea Estratégica	Acción	Responsable	Plazo	Costo Estimado	Comentarios
5	Facilitar el Acceso a los instrumentos financieros	5.1 Inventario actualizado de líneas e instrumentos de financiamiento disponibles, así como detalle de las condiciones y requisitos. Socialización del inventario de instrumentos financieros con organizaciones de productores, así como la difusión en medios que le son accesibles a la población beneficiaria a nivel nacional	IICA-PAF CP, BANDESAL, BFA, BH, Bancos del sistema	Corto	\$ 1,000.00	Disponer de líneas de financiamiento adecuadas y oportunas que permitan una ágil gestión.
		5.2	IICA-PAF CP, BANDESAL, BFA, BH, Bancos del sistema	Corto	\$ 3,000.00	
		5.3 Capacitar a pequeños y medianos agricultores en gestión financiera: en una forma práctica y adaptada a su situación para evaluar su capacidad de endeudamiento, preparar condiciones de garantía, preparar su plan financiero, etc.	IICA-PAF CP, BANDESAL, BFA, BH, Bancos del sistema.	Corto	\$ 21,500.00	El programa debe ser descentralizado, es decir en la región, municipio o localidad en donde se encuentra concentrada la producción. Se puede ejecutar en coordinación con estructuras que ya existen. Ej. ECA's, CEFES, entre otras.
		5.4 Acompañamiento en la gestión asociativa para acceder a recursos financieros con bancos estatales	IICA-PAF CP, BANDESAL, BFA, BH.	Corto	\$ 1,000.00	
		5.5 Definición de mecanismos alternativos para el financiamiento de la producción de Granos Básicos: Crédito a los productores en forma de insumos; modalidad de financiamiento estatal por medio de grupos solidarios, etc.	IICA-PAF CP, BANDESAL, BFA, BH.	Mediano	\$ 12,000.00	Se necesita servicios de Consultoría.
		<b>Total estimación</b>				
6	Fortalecer la capacidad de las organizaciones para aprovechar oportunidades comerciales y a la vez las compras conjuntas de insumos (ASOCIATIVIDAD)	6.1 Facilitar los procesos que permitan organizar a los productores que a la fecha trabajan de manera individual o bien promover la integración de éstos a organizaciones formalmente constituidas	IICA-PAF-CP, MAG DAA, CONAMYPE	Corto	\$ 36,000.00	Se estiman visitas de sensibilización: 20 eventos por 3 zonas un ciclo por año, costo por visita \$200
		6.2 Coordinación con instituciones que rigen y fomentan la asociatividad para apoyar los procesos de gobernabilidad de las organizaciones de productores actualmente vigentes.	IICA-PAF-CP / MAG INSAFOCOOP/CONAMYPE	Mediano	\$ 5,000.00	Financiar sesiones de trabajo, transporte y local para sostener las sesiones en las localidades en donde se desarrolle la intervención.
		6.3 Levantamiento de información sobre canales de comercialización Institucionales, mayoristas, minoristas, detallistas, etc. Clasificados por Departamento, Municipios o centros de mayoreo.	IICA-PAF CP, MAG	Corto	\$ 2,000.00	
		6.4 Diseño y ejecución de un plan de fortalecimiento de capacidad de gestión empresarial: liderazgo, jurídica, financiera, administrativa, ventas, control interno.	IICA-PAF CP, MAG DAA, CONAMYPE, UES, UEES, UJMD, UNIVO, UNICAES, Etc.	Mediano	\$ 15,000.00	Comprende el pago de costos de transportación, viáticos, materiales didácticos, etc., necesarios para brindar el acompañamiento indicado. Con el desarrollo de los CDP se esta fomentando la organización de las y los productores
		6.5 Intercambio de experiencias exitosas relacionadas con la asociatividad a nivel nacional o internacional, que sirvan de referencia al trabajo asociativo.	IICA-PAF-CP / MAG	Corto	\$ 21,000.00	Se estiman 3 visitas, dedicando una por zona, a experiencias por ejemplo Honduras; Cada grupo de 20 participantes estimando Transporte, alojamiento y alimentación por 3 días
		6.6 Potenciar los Centro de Acopio y Servicios (CAS) para garantizar una mayor cobertura de recepción de producto cosechado	IICA - PAF CP	Mediano	\$ 800,000.00	El éxito dependerá del nivel de organización y capacitación de las y los productores; brindando la información oportuna de los precios de insumos y de los productos. Monto sujeto de revisión.
		6.7 Crear una plataforma de intercambio de información de mercado (Internacional, nacional y por zonas de producción) a fin de facilitar a los productores mejorar su poder de negociación.	IICA - PAF CP, MAG, DGSVA, BCR, MINEC	Corto	\$ 30,000.00	Fondo destinado a establecer la plataforma informática, medio de despliegue virtual (WEB y otros), su alojamiento y actualización. No se incluyen los costos del Recurso Humano. Sujeto de revisión.
		6.8 Levantamiento del volumen de producción a ofertar en el área de influencia de cada uno de los CAS	IICA-PAF-CP	Corto	\$ 1,000.00	Sufragar costos operativos necesarios. Esta acción es determinante para considerar comercialización conjunta
		6.9 Realizar talleres de capacitación con los líderes de las organizaciones de productores para prepararlos hacia la negociación comercial.	IICA - PAF CP	Mediano	\$ 15,000.00	Comprende el pago de costos de transportación, viáticos, materiales didácticos, etc., necesarios para brindar el acompañamiento indicado.
		6.10 Promoción comercial de los productos generados por los beneficiarios del programa, mediante ferias, ruedas de negocio, visitas a clientes potenciales y plan de promoción en medios.	IICA-PAF CP, MAG, FONDEPRO, FOMILENIO, USAID, BID, Etc.	Largo	\$ 20,000.00	Ferías, ruedas de negocios, vista a clientes potenciales, centros de comercialización
<b>Total estimación</b>					<b>\$ 945,000.00</b>	

No.	Línea Estratégica	Acción	Responsable	Plazo	Costo Estimado	Comentarios	
7	Mejoramiento de las condiciones de producción a fin de incrementar la productividad	7.1	Facilitación de asistencia técnica para incremento de productividad mediante capacitaciones en manejo agronomico a través de las ECAS	IICA-PAF-CP, MAG, CENTA, Patrocinio de proveedores de insumos	Corto	\$ 12,000.00	Fondo para cubrir costos de transporte, material didactico, insumos necesarios para desarrollar la capacitación.
		7.2	Ampliar cobertura de asistencia técnica	IICA-PAF-CP, MAG, CENTA, Patrocinio de proveedores de insumos	Mediano	\$ 10,000.00	Fondo para cubrir costos de transporte, material didactico, insumos necesarios para desarrollar la capacitación.
		7.3	Montaje de parcelas demostrativas	IICA-PAF-CP, MAG, CENTA, Patrocinio de proveedores de insumos	Corto	\$ 10,000.00	Incentivo a productores beneficiarios del PAF. Apoyo es en especie para cubrir costos de establecimiento de la parcela demostrativa.
		7.4	Provisión de insumos por méritos obtenidos (aplicación de tecnología, BPA.)	IICA-PAF-CP, MAG, CENTA, Patrocinio de proveedores de insumos	Mediano	\$ 25,000.00	Incentivo a productores beneficiarios del PAF. Apoyo es en especie.
		7.5	Giras locales e internacionales de intercambio de experiencias	IICA-PAF-CP, MAG, CENTA, Patrocinio de proveedores de insumos	Corto	\$ 21,000.00	Son 3 misiones regionales
		7.6	Impulsar la descentralización práctica de los servicios de laboratorio de suelos, a fin de ponerlos al alcance de los productores en su localidad	IICA-PAF-CP, MAG, CENTA	Mediano	\$ 6,000.00	Es probable que los servicios ya esten disponibles, en dicho caso las señales apuntan a falta de una adecuada comunicación. El fondo sirve para apoyar gestiones de acercamiento de los servicios a las zonas de intervención.
		<b>Total estimación</b>					<b>\$ 84,000.00</b>
8	Establecer convenios de apoyo para inserción de los jovenes en la actividad agrícola	8.1	Capacitación en manejo de cultivo de frijol	IICA-PAF-CP / MAG	Mediano	\$ 12,000.00	Fondo para cubrir costos de transporte, material didactico, insumos necesarios para desarrollar la capacitación.
		8.2	Incentivos a jovenes por logros alcanzados	IICA-PAF-CP / MAG	Mediano	\$ 10,000.00	Incentivo a productores beneficiarios del PAF. Apoyo es en especie.
		<b>Total estimación</b>					<b>\$ 22,000.00</b>
<b>Total general</b>					<b>\$ 2,296,500.00</b>		

**Nota 1:**

la columna con encabezado "**Responsable**", hace referencia a las instituciones que deben articular esfuerzos a fin de materializar las acciones descritas. En casi todas las acciones se indica la participación del IICA-PAF-CP como la primer institución responsable, esto debe interpretarse que la entidad deberá asumir la Rectoría en la articulación institucional, a fin de que las entidades co-responsables actúen bajo una agenda común. Es este caso la entidad rectora corresponde convocar y monotrear que los avances se consistentes con el plan estratégico global. Solamente hay una acción que por su naturaleza técnica corresponde l responsabilidad de la actividad, en todo caso se debe interpretar que la consecución de los resultados será producto de la sinergia desarrollada por las intituciones en su conjunto.

**Nota 2:**

la columna con encabezado "**Plazo**", hace referencia a al momento indicado para realizar la acción, esto es "Corto" equivale a un plazo de 6 meses o menos; Mediano equivale a un plazo de mas de 6 meses hasta 12 meses y largo para plazo mayor a 12 meses.

A continuación el cuadro resumen de las estimaciones por línea estratégica.

## Hoja de resumen

No.	Línea Estratégica	Costo Estimado
1	Agregar valor al frijol rojo a fin de aprovechar nuevos nichos de mercado	\$ 170,000.00
2	Facilitación al desarrollo de relaciones comerciales con el mercado institucional formal (Industria procesadora, Supermercados, PMA, FUSAL, Etc.) para el frijol rojo a granel, así como también a presentaciones empacadas	\$ 199,000.00
3	Apoyo en la gestión comercial con sector gubernamental (MINED, Fuerza Armada, Etc.).	\$ 18,000.00
4	Fomentar Programa de siembra de frijol para semilla Certificada.	\$ 820,000.00
5	Facilitar el Acceso a los instrumentos financieros	\$ 38,500.00
6	Fortalecer la capacidad de las organizaciones para aprovechar oportunidades comerciales y a la vez las compras conjuntas de insumos (ASOCIATIVIDAD)	\$ 945,000.00
7	Mejoramiento de las condiciones de producción a fin de incrementar la productividad	\$ 84,000.00
8	Establecer convenios de apoyo para insercion de los jovenes en la actividad agrícola	\$ 22,000.00
<b>Total general</b>		<b>\$ 2,296,500.00</b>

---

## Anexos

Anexo 1: Proceso Metodológico

Anexo 2: Desagregado de oportunidades comerciales

Anexo 3: Desagregado de propuestas derivadas de las consultas

Anexo 4: Presentación PowerPoint, de los principales resultados de la consultoría

Anexo 5: Copia Magnética del informe y sus anexos

## **Anexo 1**

### **Proceso Metodológico**

Referirse a documento adjunto “Caracterización de las Cadenas Productivas de Frijol Rojo y Maíz Blanco en El Salvador”, que comprende:

- Sistematización del Proceso
- Guías de Discusión
- Listado de Participantes

## **Anexo 2**

### **Desagregado de Oportunidades Comerciales**

---

## Valor Agregado Oportunidades derivadas de las Consultas

### Valor Agregado Mercado Nacional

- 1. Empacado en bolsa para que le permita al comprador escoger en base a su gusto**
- 2. Procesado**
  - Frijoles amelcochados
  - Harina de frijol
  - Frijoles molidos con queso
  - Frijoles cocidos en olla de barro y en leña
  - Frijoles con costilla de cerdo o cuero de cerdo.
  - Frijoles con champiñones
  - Frijoles con pitos
  - Frijol borracho enlatado
  - Ensalada de frijol
  - Sopa de frijoles enlatada con pito y hueso de tunco
  - Desarrollar producto innovador de sopa instantánea de frijol (deshidratados). Similar a la Maruchan
  - Ticucos
  - Frijol de ejote para Mercado nacional, empacado para supermercados
  - Frijol de ejote para exportación: fresco o cocido
  - Producción de frijol enlatado para ventas al mercado institucional Ej. Ejercito, PNC, mercado local.
- 3. Industrias procesadoras (Maller, Naturas, Diana)**
- 4. Frijol empacado en estado fresco**
- 5. Oportunidad de venta de variedades de frijol**
  - De seda
  - San Andrés
  - Chilipuca

### Valor Agregado Mercado Internacional

- 1. Empacado en bolsa para que le permita al comprador escoger en base a su gusto**
- 2. Procesado**
  - Frijoles amelcochados
  - Frijoles con pitos
  - Frijol de ejote para exportación: fresco o cocido

## **Anexo 3**

### **Desagregado de Propuestas Derivadas de las Consultas**

## Propuestas Derivadas de las Consultas



### Asociadas con el Mercado

1. Centro de acopio para frijol, donde se pueda nivelar el precio con el de mercado, compra de insumos más baratos; asesoría; etc.
2. Fortalecer o ampliar los convenios de comercialización directa de frijol con el Instituciones del Gobierno (MINED, Fuerza Armado, Centros Penales, etc.)
3. Apoyo técnico en información de mercados a los productores / Asesoría empresarial para conocer a fondo la comercialización
4. Dar valor agregado al producto: empacado en diferentes presentaciones, procesado para preparación de alimentos típicos, etc.
5. Crear puntos de comercialización locales donde los productores vendan directamente al consumidor

### Política Pública

1. El estado tiene que incidir en la regulación de precios del frijol Nota: se sugiere que el estado promueva la participación de los productores en la fijación del precio.
2. Regular las importaciones
3. Implementación de Seguro Agrícola
4. Control en el precio de insumos
5. Se sugiere que el estado cree políticas que los cultivos de cañas no dañen los sistemas de producción de alimentos, Ej.: cercas, fumigaciones aéreas (riegos de herbicidas), protección de fuentes hídricas por la contaminación de agua mieles de los ingenios.
6. El Gobierno debe de crear políticas que permitan involucrar a jóvenes en la producción de alimentos
7. Que el gobierno facilite el acceso a las tierras ociosas para la producción de frijol.
8. La no politización de las ayudas a los productores
9. Mejor distribución de Paquetes Agrícolas a productores y en forma oportuna
10. Se sugiere que el PAF – CP, se convierta en política de estado

### **Financiamiento**

1. Reorientar al BFA para que brinde efectivamente créditos a los productores agrícolas
2. Obtener créditos para trabajar la tierra y compra de terrenos.
3. Promover el acceso a Créditos con plazos largos y bajas tasas de interés Nota: (se agrega preferencial)
4. Crédito a productores en forma de insumos
5. Establecer mecanismos viables para proporcionar apoyo financiero para los productores de frijol
  - Instruir a la Banca de Desarrollo como actor importante para que brinde crédito oportunamente
  - Se sugiere la incorporación de la modalidad de financiamiento estatal por medio de grupos solidarios
  - Buscar una opción de refinanciamiento para productor endeudado con la banca

### **Infraestructura**

1. Construcción de centros de distribución de insumos a bajo costo para los productores por zonas productivas
2. Proporcionar los medios para la fabricación artesanal de equipo y maquinaria como secadoras del producto para contrarrestar el daño o pérdida por el cambio climático.
3. Creación de banco germoplasma a nivel de zonas para la semilla de frijol (selección de los mejores materiales bajo temperaturas adecuadas)
4. Construcción de Centros de acopio para la producción de semilla de frijol
5. Contar con una Infraestructura para el almacenamiento del frijol.
6. Adquisición de maquinaria apropiada para la cosecha  
Nota. Se sugiere que sea para la generación de valor agregado al producto, (no de cosecha)

### **Condiciones de Producción**

1. Fortalecer las técnicas para cuidar y mejorar la calidad de los suelos.
2. Implementar sistemas de riego en aéreas de alto rendimiento productivo.  
Nota: se sugiere reactivar por medio de dar incentivos a las organizaciones que tienen los sistema de riego en zonas de alto rendimiento productivo
3. Capacitación para la producción de semilla artesanal de frijol.
4. Introducir tecnología y técnicas para el secado del frijol
5. Profundizar las investigaciones sobre el uso de insumos con base orgánica.
6. Implementar las parcelas demostrativas.
7. Promover otras variedades de frijol con los productores de la zona.
8. Intercambio de experiencias para compartir conocimientos entre productores

9. Promover u organizar Ferias de Intercambio de semillas entre agricultores.
10. Incentivar el cultivo de frijol negro
11. Implementar metodología de selección de semilla.
12. Rescatar el germoplasma de semilla criolla de frijol
13. Apoyar integralmente el cultivo del Frijol para incrementar la producción
14. Motivación a productores por medio de asistencia técnica e incentivos
15. Fomentar la asociatividad para la compra de insumos a bajos costos.
16. Mantener de forma permanente las escuelas de campo en las comunidades, con participación directa de jóvenes en los programas de incidencia de desarrollo  
Nota: se sugiere que se convierta en política de estado
17. Seguridad en el campo para evitar la delincuencia
18. Proporcionar asistencia técnica para procesar y empacar el fríjol
19. Que el GOES apoye a los productores en los análisis de suelo
20. Que se de asesoramiento al productor en el manejo de cultivo.
21. Promoción de la Asociatividad de productores para comercializar
22. Implementación de capacitaciones para la creación de insumos orgánico
23. Capacitar al productor en la selección de semilla de siembra de forma continua
24. Capacitación a productores en gestión empresarial

#### **Propuestas adicionales derivadas de los otros eslabones**

1. Carnetizar a los productores como un respaldo para obtener algunos beneficios sin necesidad de estar asociados
2. Estar con respaldo financiero, legal, estar inscritos como contribuyentes, entre otras cosas, que representen la formalidad de la actividad/ negocio que se representa, que facilite ingresar al mercado formal
3. (Facilitar) Financiamiento a productores asociados para cubrir gastos de almacenamiento, transporte y entrega a comprador
4. Reactivación de plantas abandonadas, identificar y capacitar recurso humano para este fin
5. Dar asesoría con enfoque de cadena, donde el productor esta consiente que la actividad que realiza representa un negocio y “solicite” la asesoría en términos de profesionalizarse de cara a acceder a mejores mercados;
6. Acompañamiento a los productores en el proceso de asociatividad para obtener mejores precios de mercado, esto es desarrollo de capacidades comercializadoras

7. Control de la asistencia técnica en cuanto a la calidad de esta, la temática, el campesino deberá tener capacidad de evaluar al técnico
8. Promover la “confianza” entre los actores de la cadena productiva mediante la implantación de mecanismos de transparencia, control y evaluación del desempeño
9. Exención de impuestos (IVA) a los insumos
10. Creación de Incentivos (SUB-SIDIO para insumos y maquinaria
11. Evaluar el ingreso de productos transgénicos, algunos de los cuales ya están ingresando al país. Establecer una mesa técnica de discusión. Buscar mecanismos de difusión para desmitificar este tema. Retomar los informes de evaluación generados por los GMO’s generados por el CENTA. Propiciar una introducción responsable de dichas tecnologías. Poner el tema sobre la mesa
12. Compras organizadas (bloque) y plan de compras futuras para garantizar un abastecimiento oportuno de semillas e insumos
13. Concentración territorial de unidades de parcelas donde se puedan replicar BPA y prácticas de manejo agronómico que conduzcan al incremento de la productividad
14. Necesario el fortalecimiento de las capacidades técnicas del personal extensionista, especialmente en el manejo de nuevas variedades
15. Descentralizar los servicios de entidades vinculadas al fomento asociativo. Acercar los servicios al productor. Modernización del Dirección de Asociaciones Agropecuarias (DAA-MAG
16. Hacer conciencia en los productores con estándares de calidad exigidos en el mercado

## **Anexo 4**

### **Presentación de los Principales Resultados de la Consultoría**

## **Anexo 5**

**Copia Magnética del Informe Final y sus Anexos**



*¡Juntos  
podemos!*

[www.mag.gob.sv](http://www.mag.gob.sv)

Ministerio de Agricultura y Ganadería  
República de El Salvador, C.A.

Final 1a. Avenida Norte, 13 Calle Poniente  
y Ave. Manuel Gallardo. Santa Tecla,  
Departamento de La Libertad.