

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PLAN EXPORTADOR QUE PERMITA EL FORTALECIMIENTO DE LAS VENTAS EN EL EXTERIOR DE LA MICROEMPRESA “ARTESANÍAS EL SOL”, UBICADA EN EL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:**

ACOSTA ARGUETA, CLAUDIA IDALIA	AA05110
MANZANO MELARA, ÓSCAR ALEXANDER	MM05285
MARTÍNEZ MARTÍNEZ, WALTER ERNESTO	MM10267

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**  
**LICENCIADO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MARZO 2019**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR**

**CENTROAMÉRICA**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**Rector** : MSC. Roger Armando Arias Alvarado

**Secretario General** : Lic. Cristóbal Hernán Ríos Benítez

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**Decano** : MSC. Nixon Rogelio Hernández Vásquez

**Vice Decano** : Lic. Mario Wilfredo Crespín Elías

**Secretaria** : Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo

**Director General de  
Procesos de Graduación** : Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez

## **TRIBUNAL CALIFICADOR**

Lic.: Esaú Artiga Mejía

Lic. Mario Ernesto Orellana Martínez

Lic. Ricardo Antonio Rebollo Martínez (Docente Asesor)

**MARZO 2019**

**SAN SALVADOR**

**EL SALVADOR**

**CENTROAMÉRICA**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco en primer lugar a Dios Todopoderoso, por ser guía y soporte en mi vida, por acompañarme en cada paso y en la culminación exitosa de un proyecto más, agradezco a mi madre Marta Elizabeth Argueta de Acosta quien con su amor y apoyo incondicional ha estado presente en cada etapa, a mi hermana Karina de Anaya y a mi cuñado Rubén Anaya por sus palabras de aliento, a mis sobrinas Alexia Jimena y Keysi Mariana quienes me inspiran cada día a ser un ejemplo para ellas. Finalmente agradezco a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron a lo largo de mi carrera y en especial mención a mi padre que en paz descansa José Francisco Acosta Martínez, quien me amó y apoyó en todas las formas posibles.

***Claudia Idalia Acosta Argueta***

Infinitamente agradecido con Dios por haberme dado fuerzas en medio de flaquezas, sabiduría, paciencia y fortaleza para luchar por mis objetivos profesionales; a mis padres por darme la vida y apoyo a lo largo de mi carrera; con una dedicatoria especial a la memoria de mi padre, además, a mis compañeros de equipo de investigación, al docente asesor por el apoyo y tiempo. Y a todos aquellos quienes me brindaron su apoyo moral y profesional a lo largo de este camino.

***Óscar Alexander Manzano Melara***

Agradezco a Dios quién me dio la fe, fortaleza, sabiduría y esperanza en mis estudios y permitir que cumpliera uno de mis más grandes sueños el culminar la universidad con éxito. Y dedico este triunfo a mi madre Paulina Concepción Martínez García y a mi padre German Roque Martínez Martínez, quienes han sido mi mano derecha en todos estos años, por el apoyo incondicional en todo momento, por ser las personas que más amo y que me han formado de buenos valores siendo ejemplo de responsabilidad, esfuerzos, porque han fomentado en mí, el deseo de superación y de triunfo en la vida. Agradezco también a mi asesor Lic. Ricardo Antonio Rebollo Martínez por brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, así como también haberme tenido paciencia y guiarme durante todo el desarrollo del trabajo de graduación.

***Walter Ernesto Martínez Martínez***

## ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>I</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>III</b>
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE PLAN EXPORTADOR Y FORTALECIMIENTO DE LAS VENTAS.....</b>	<b>1</b>
<b>A. MARCO HISTÓRICO .....</b>	<b>1</b>
1. Las artesanías a nivel mundial.....	1
2. Reseña histórica sobre el origen de las artesanías en El Salvador .....	2
3. Legado Fernando Llorc.....	3
4. Antecedentes del Departamento de Chalatenango .....	4
5. Generalidades de la microempresa “Artesanías El Sol” .....	6
6. Exportaciones de artesanías de madera .....	9
7. Industria Artesanal .....	12
a. Definición de artesanía .....	12
b. Tipos de Artesanías.....	13
c. Clasificación Económica de las Artesanías.....	14
d. Artesanías de madera, materiales, herramientas y accesorios. ....	15
e. Proceso de Elaboración de Artesanías de Madera .....	17
i. Carpintería .....	17
ii. Diseño y Dibujo.....	18
iii. Tinte y Pintura.....	18
iv. Completado .....	19
v. Barniz .....	19
<b>B. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>19</b>
1. Las organizaciones y su clasificación.....	19
2. Planeación en las organizaciones .....	22
a. Generalidades sobre la planeación.....	22
b. Tipos de planes .....	23
3. Plan de exportación .....	26
a. Exportación, definición y generalidades.....	26
b. Ventas de exportación, mercadeo de exportación .....	28

4.	Mercado y comercio exterior .....	30
5.	Definición y elementos de un plan exportador.....	31
a.	Definición.....	31
b.	Elementos del plan exportador .....	33
c.	Pasos para desarrollar un plan de exportación.....	35
d.	Estrategias y Tácticas.....	36
e.	Análisis FODA .....	38
f.	Método de combinación de factores .....	40
g.	Logística de Exportación .....	42
i.	Proceso de compras de mercadería. ....	43
ii.	Inventarios .....	43
iii.	Tratado de Libre Comercio (TLC).....	44
iv.	Términos Internacionales de Comercio INCOTERMS 2010 .....	48
C.	MARCO LEGAL.....	50
1.	Constitución de la República de El Salvador. ....	51
2.	Ley de Reactivación de las Exportaciones .....	52
3.	Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa.....	53
4.	Ley especial para sancionar infracciones aduaneras .....	53
5.	Ley del Seguro Social y Reglamentos del Régimen General de Salud y Riesgos Profesionales.....	55
6.	Ley de Impuestos Sobre la Renta Persona Natural.....	56
7.	Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones.....	56
8.	Tratados de Libre Comercio (TLC) firmados por El Salvador .....	57
D.	MARCO INSTITUCIONAL .....	59
1.	Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX).....	59
2.	Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT) .....	59
3.	Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA).....	59
4.	Ministerio de Relaciones Exteriores .....	60
5.	Centro de Trámites de Exportación. (CENTREX).....	61
6.	Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.....	62

7. Ministerio de Economía.....	62
8. Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE).....	62
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA MICROEMPRESA ARTESANÍAS EL SOL	
SOBRE SU POTENCIAL EXPORTADOR Y MERCADO OBJETIVO QUE PERMITA	
EL FORTALECIMIENTO DE LAS VENTAS. ....	
A. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	64
B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	65
1. Objetivo General.....	65
2. Objetivos Específicos.....	65
C. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	66
1. Métodos.....	66
a. Científico.....	66
b. Análisis.....	66
c. Síntesis.....	66
d. Deductivo.....	67
2. Tipo de Investigación.....	67
3. Diseño de la Investigación.....	67
4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información.....	67
a. Técnicas.....	67
i. Entrevista.....	67
ii. Encuesta.....	68
iii. Observación Directa.....	68
b. Instrumentos.....	68
i. Guía de Entrevista.....	68
ii. Cuestionario.....	69
iii. Lista de Cotejo.....	69
5. Fuentes de Información.....	69
a. Fuentes Primarias.....	69
b. Fuentes Secundarias.....	70
6. Ámbito de la Investigación.....	70
7. Unidades de Análisis.....	71
8. Determinación del universo y la muestra.....	71

a.	Universo .....	71
b.	Muestra .....	72
9.	Tabulación, Análisis e Interpretación de Datos.....	73
a.	Entrevista dirigida a propietaria de microempresa “Artesanías El sol”. ...	73
b.	Entrevista dirigida a los propietarios de talleres de artesanías.....	73
c.	Lista de cotejo utilizada en la sala de ventas y talleres. ....	74
d.	Entrevista dirigida a expertos en el proceso de exportación. ....	74
e.	Encuesta dirigida a la población objetivo. ....	74
D.	DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO .....	75
1.	Análisis de la capacidad exportadora .....	75
2.	Descripción actual del producto exportable. ....	80
3.	Análisis del Mercado Meta .....	82
a.	Características y segmentación del Mercado Meta.....	82
b.	Barreras arancelarias y no arancelarias de acceso al mercado .....	84
c.	Prospección de mercado .....	86
E.	ALCANCES Y LIMITACIONES.....	88
1.	Alcances de la Investigación .....	88
2.	Limitaciones de la Investigación.....	89
F.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	90
1.	Conclusiones .....	90
2.	Recomendaciones .....	91
CAPÍTULO III. PROPUESTA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA		
MICROEMPRESA ARTESANÍAS EL SOL QUE PERMITA EL FORTALECIMIENTO		
DE LAS VENTAS. ....		
	92	
A.	OBJETIVOS .....	92
1.	Objetivo General .....	92
2.	Objetivos Específicos.....	92
B.	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	92
C.	FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL .....	93
1.	Misión, visión y valores .....	93
2.	Estructura organizacional.....	95
3.	Perfiles de los puestos de trabajo .....	96

4.	Costos de sueldos y salarios.....	101
D.	ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN AL MERCADO META.....	102
1.	Producto .....	102
a.	Características del Producto.....	102
b.	Calidad del Producto .....	103
c.	Diseño del Producto .....	104
d.	Marca y slogan .....	106
e.	Etiqueta .....	107
f.	Envase y embalaje .....	108
2.	Precio.....	109
a.	Determinación de precio de exportación con base a costos .....	109
i.	Costo de Adquisición .....	109
ii.	Costos de Operación y Logística.....	110
iii.	Utilidad Deseada.....	111
3.	Promoción y Publicidad.....	113
a.	Publicidad.....	113
b.	Promoción de ventas .....	119
c.	Hoja técnica del producto .....	119
4.	Canales de distribución.....	121
5.	Logística Internacional .....	124
a.	Requisitos administrativos para exportar, registro de marca y documentación.....	124
b.	Logística de exportación.....	125
i.	Planificación Administrativa.....	127
ii.	Abastecimiento.....	128
iii.	Proceso de compras de mercadería.....	129
iv.	Seguimiento de la producción de los talleres .....	130
v.	Almacenamiento .....	131
vi.	Operaciones de almacenaje.....	131
vii.	Transporte .....	132
viii.	Empaque y embalaje.....	132
E.	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN .....	134



1. Actividades y costos de Implementación .....	134
a. Registro de Marca “Artesanías El Sol” .....	134
b. Contratación de personal.....	135
c. Programa de capacitaciones .....	137
d. Contratación de proveedores.....	137
e. Publicidad y promoción.....	138
2. Principales recursos.....	139
a. Recursos Humanos .....	139
b. Recursos Materiales .....	139
c. Recursos Financieros .....	140
3. Presupuesto General .....	140
4. Proyección de Ventas .....	141
a. Pronóstico de ventas locales. Método: combinación de factores. ....	142
b. Pronóstico de ventas al exterior. Método: combinación de factores. ....	144
5. Cronograma de Actividades .....	144

**GLOSARIO**

**BIBLIOGRAFÍA**

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Exportaciones según Clasificación Industrial Internacional Uniforme.....	10
Tabla 2. Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y El Salvador.....	11
Tabla 3. Partida del Sistema Arancelario, clasificación de Artesanías de Madera en El Salvador.....	15
Tabla 4. Materiales, herramientas e implementos requeridos en el proceso de producción de artesanías de madera.....	16
Tabla 5. Clasificación de las Empresas según MINEC-DIGESTYC.....	21
Tabla 6. Simbología flujo para la elaboración de un plan de exportación.....	34
Tabla 7. INCOTERMS según Tipo de Medio de Transporte.....	49
Tabla 8. Tabla de retención del Impuesto sobre la Renta.....	56
Tabla 9. El Salvador, Tratados de Libre Comercio.....	58
Tabla 10. Inmigrantes en Estados Unidos según su país de origen Año 2017.....	72
Tabla 11. Matriz FODA de la microempresa Artesanías El Sol.....	76
Tabla 12. Comparación de precios de artesanías de madera de la microempresa “Artesanías el Sol” con el mercado exterior.....	82
Tabla 13. Consulta de Aranceles aplicados por Estados Unidos de América a las importaciones según su partida arancelaria.....	85
Tabla 14. Perfil de Puesto: Gerente General.....	97
Tabla 15. Perfil de Puesto: Asistente Administrativo.....	98
Tabla 16. Perfil de Puesto: Vendedor.....	99
Tabla 17. Perfil de Puesto: Contador.....	100
Tabla 18. Costo de sueldos y salarios “Artesanías El Sol”.....	101
Tabla 19. Aportaciones Patronales “Artesanías El Sol”.....	102
Tabla 20. Diseños de productos a exportar.....	105
Tabla 21. Cálculo de precios de exportación: Artesanías para el hogar.....	112

Tabla 22. Cálculo de precios de exportación: Artesanías para la oficina.....	113
Tabla 23. Simbología del flujograma básico de exportación.....	127
Tabla 24. Contenido del etiquetado en los productos.....	134
Tabla 25. Costo de la actividad: “Registro de Marca” .....	135
Tabla 26. Costo de la actividad “Contratación de personal. Salarios, vacaciones y aguinaldo”.....	136
Tabla 27. Costo de la actividad “Contratación de personal. Cotizaciones patronales anuales”.....	136
Tabla 28. Costo de la actividad “Contratación de personal. Compra de mobiliario y equipo de oficina”.....	136
Tabla 29. Costo de la actividad “Programa de capacitaciones”.....	137
Tabla 30. Costo de la actividad: “Contratación de proveedores”.....	138
Tabla 31. Costo de la actividad: “Publicidad y promoción”.....	139
Tabla 32. Presupuesto anual 2019.....	140
Tabla 33. Ventas locales y al exterior períodos 2015 a 2018.....	141
Tabla 34. Cronograma de Actividades 2019.....	145

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logo actual de la microempresa Artesanías El Sol.....	6
Figura 2. Exhibición de Artesanías en Madera.....	7
Figura 3. Cruz de Madera en proceso de elaboración.....	7
Figura 4. Organigrama actual de la microempresa “Artesanías El Sol”.....	8
Figura 5. Artesanías en madera con temas religiosos.....	13
Figura 6. Artesanías seriadas.....	13
Figura 7. Artesanías contemporáneas.....	14
Figura 8. Tipología de las Organizaciones.....	20
Figura 9. Flujo para la elaboración de un Plan de Exportación.....	34
Figura 10. Propuesta de Organigrama para Artesanías El Sol.....	95
Figura 11. Logo, marca y slogan de la microempresa “Artesanías El Sol”.....	107
Figura 12. Propuesta de Etiqueta.....	108
Figura 13. Hoja Volante.....	114
Figura 14. Sitio Web, Misión, Visión Valores.....	115
Figura 15. Sitio Web, Catálogo de Productos.....	116
Figura 16. Sitio Web, Información de Contacto.....	116
Figura 17. Página oficial en Facebook de Artesanías El Sol.....	117
Figura 18. Canal en YouTube de Artesanías El Sol.....	118
Figura 19. Cuenta de Artesanías El Sol en Pinterest.....	118
Figura 20. Hoja técnica del producto.....	120
Figura 21. Canal de Distribución para “Artesanías El Sol”.....	121
Figura 22. Canal de distribución de la mercadería.....	125
Figura 23. Flujograma básico de exportación.....	126

Figura 24. Flujograma del proceso de compras. ....	130
Figura 25. Modelo de empaque de artesanías con etiquetas.....	132
Figura 26. Modelo de cajas y medidas a utilizar para el envío de la mercadería.....	133
Figura 27. Modelo de láminas de cartón utilizadas en el embalaje.....	133

### **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Crecimiento de la oferta nacional y de la demanda internacional para los productos exportados por El Salvador en 2017.....	12
Gráfico 2. Principales destinos de las exportaciones de El Salvador.....	83
Gráfico 3. Ventas locales y al exterior periodos 2015 a 2018.....	141

### **ÍNDICE DE MAPAS**

Mapa 1. Mapa de El Salvador con alusión a la ubicación geográfica del Departamento de Chalatenango.....	4
Mapa 2. División municipal del Departamento de Chalatenango y su Escudo.....	5

## ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo I- 1. Programa de Ferias y Misiones del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA)
- Anexo II- 1. Guía de entrevista dirigida a la propietaria de la microempresa “Artesanías el Sol” ubicada en el Departamento de Chalatenango.
- Anexo II- 2. Guía de entrevista dirigida a los propietarios de los talleres de artesanías de madera en la Palma, Chalatenango.
- Anexo II- 3. Guía de entrevista dirigida a instituciones públicas y privadas involucradas en el proceso de exportación.
- Anexo II- 4. Cuestionario dirigido a población objetivo de “Artesanías el Sol, (salvadoreños residiendo en el exterior).
- Anexo II- 5. Lista de cotejo utilizada en sala de ventas de “Artesanías el Sol en Chalatenango y talleres de elaboración de artesanías en el Municipio de La Palma.
- Anexo II- 6. Resultados de la entrevista realizada a la propietaria de la microempresa “Artesanías el Sol”.
- Anexo II- 7. Resultados de las entrevistas realizadas a los propietarios de los talleres de artesanías en La Palma, Chalatenango.
- Anexo II- 8. Resultados de la evaluación realizada por observación directa a través del instrumento lista de cotejo.
- Anexo II- 9. Resultados de las entrevistas realizadas a las instituciones públicas y privadas involucradas en el proceso de exportación.
- Anexo II- 10. Tabulación, análisis e interpretación de la encuesta dirigida a los salvadoreños residiendo en el exterior.
- Anexo III- 1. Pasos para cotizar envío de mercadería en DHL
- Anexo III- 2. Requisitos administrativos para exportar, registro de marca y documentación.
- Anexo III- 3. Programas de financiamiento BANDESAL para emprendedores de la micro, pequeña y mediana empresa.
- Anexo III- 4. Banco mundial, proyecciones de crecimiento económico

## SIGLAS

ADPIC:	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio
AGCS:	Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
ALADI:	Asociación Latinoamericana de Integración
AMA:	Asociación Americana de Mercadeo.
ANEP:	Asociación Nacional de la Empresa Privada.
BANDESAL:	Banco de Desarrollo de El Salvador
BCR:	Banco Central de Reserva.
CEPA:	Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma
CENTREX:	Centro de Trámites de Exportación.
CIEX:	Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones.
CIU:	Clasificación Industrial Internacional Uniforme.
COEXPORT:	Corporación de Exportadores de El Salvador.
CONAMYPE:	Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.
CUCI:	Clasificación Uniforme del Comercio Internacional.
CCI:	Centro de Comercio Internacional.
CCP:	Clasificación Central de Productos.
CCIES:	Cámara de Comercio e Industria de El Salvador
CDMYPE:	Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas.
CGCE:	Clasificación por Grandes Categorías Económicas.
FONDEPRO:	Fondo de Desarrollo Productivo
FUSADES:	Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social.
GATT:	Acuerdos Regionales Comerciales.
INCOTERMS:	Términos Internacionales de Comercio.
INSAFORP:	Instituto Salvadoreño de Formación Profesional
MINEC:	Ministerio de Economía
MYPE:	Micro y Pequeña Empresa.
ONG:	Organizaciones no Gubernamentales.
OMC:	Organización Mundial del Comercio.
PROESA:	Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador.

SGP: Sistema Generalizado de Preferencias (Autorización de Certificados de Origen)

SISEX: Sistema Integrado de Comercio Exterior

TLC: Tratado de Libre Comercio.

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura.



## RESUMEN

El Departamento de Chalatenango es característico por sus artesanías al estilo palmeño implementado en los años 70 por el artista ícono salvadoreño Fernando Llort, estilo reconocido a nivel nacional e internacional, se caracteriza, por el uso de vibrantes colores, su enfoque en la vida cotidiana y el descubrimiento de la semilla de copinol como materia prima. “Artesanías El Sol” es una microempresa ubicada en la Ciudad de Chalatenango dedicada a la comercialización de artesanías de madera características de este estilo, su propietaria a través de CDMYPE Cayaguanca y con el apoyo de Proyección Social de la Universidad de El Salvador, solicitan medidas claves para incrementar las ventas de artesanías y posicionamiento en el mercado exterior, para continuar siendo un apoyo al desarrollo socioeconómico de la región.

Es por ello que surge la necesidad de desarrollar un diagnóstico de la situación actual de la microempresa “Artesanías El Sol” sobre su potencial exportador y mercado objetivo, con el propósito de obtener insumos para la elaboración de un plan exportador que permita el fortalecimiento de las ventas al exterior.

Actualmente la entidad no cuenta con plan de exportación, por lo que se realizó una investigación de tipo descriptivo, de esta forma se explica el problema en estudio, sus componentes y hasta su posible solución, con la información recolectada a través del diagnóstico situacional realizado a la microempresa, a los fabricantes de las artesanías de madera y al mercado objetivo para conocer la demanda del producto.

“Artesanías El Sol” ofrece productos con alto potencial de exportación y con aceptación en el mercado objetivo (Estados Unidos de América), las exigencias del mercado internacional con respecto a la calidad de las piezas deberán de mantenerse o superarse. Para mejorar dichos estándares se deberán implementar controles que se reflejen en cada una de las piezas de artesanías fabricadas en los talleres.

De acuerdo a los datos de la investigación, el lugar idóneo para exportar es el Centro de Los Ángeles, California, en Estados Unidos de América. La microempresa no cuenta

actualmente con un establecimiento, o distribuidor en esta Ciudad que le permita llegar a la población objetivo de manera directa. Se deberá obtener contactos comerciales con distribuidores ya establecidos en dicho país, que le permita hacer llegar las piezas de artesanías de madera salvadoreñas al consumidor final de manera directa. Utilizando las oportunidades de negocio que ofrece PROESA Y COEXPORT.

Por tanto, en el presente documento se propone la elaboración e implementación de un plan exportador que permita el fortalecimiento de las ventas en el exterior mediante estrategias específicas de penetración al mercado meta, así como la contratación de personal idóneo que facilite el proceso de exportación.

## INTRODUCCIÓN

La industria artesanal juega un papel importante en el desarrollo económico local y como país. La promoción de nuevas formas de comercialización, el desarrollo de redes comerciales y el fomento de la participación en ferias y exposiciones pueden mejorar los ingresos para el sector.

El presente documento se describe el Plan Exportador de Artesanías de madera hacia la Ciudad de Los Ángeles, California en Estados Unidos de América, con el objetivo de fortalecer las ventas en el mercado exterior de la microempresa “Artesanías El Sol” en el Departamento de Chalatenango. Además, generando a nivel local un impulso al desarrollo socioeconómico e incrementar las fuentes de ingresos para las familias de los artesanos. El trabajo de investigación se estructura en tres capítulos:

Capítulo primero, muestra un marco teórico de referencia amplio en el cual, abarca datos históricos del Departamento de Chalatenango y sus Municipios, la evolución a lo largo del tiempo y del apoyo que han brindado las diferentes instituciones al sector artesanal, un marco conceptual que sustenta todo lo relacionado al plan de exportación y su base legal.

Capítulo segundo, Inicia con un recorrido por los aspectos básicos de la metodología utilizada para desarrollar dicho estudio, como es tipo de investigación, la definición de variables, los instrumentos para recopilar la información primaria, la población objetivo, la muestra, y el tratamiento de la información recopilada, que servirá para su análisis. También, cuenta con de un diagnóstico de la microempresa Artesanías el Sol, para conocer el potencial real y ofertar al mercado objetivo.

Capítulo tercero, Se presenta la propuesta de un plan exportador que fortalezca las ventas en el mercado exterior, facilitará la comercialización sistemática y ordenada del producto artesanal, por otra parte, se hace la selección del producto potencial con lo que se ingresará a competir en el mercado meta, los gustos y preferencias de los consumidores utilizando la información de la encuesta. Además, una logística eficaz y eficiente, el mercado meta, mezcla de marketing, propuesta de plan de implementación, estrategias del plan, programa de actividades, presupuesto y proyecciones de venta.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA SOBRE PLAN EXPORTADOR Y FORTALECIMIENTO DE LAS VENTAS.**

### **A. MARCO HISTÓRICO**

#### **1. Las artesanías a nivel mundial**

Cada país tiene una o varias artesanías que lo identifican a través de ellas se mantienen vivos el arte popular y la cultura. Cada vez que una persona visita un país diferente no solo se asombra con sus lugares turísticos, su gastronomía, sus costumbres y tradiciones, sino también con sus artesanías. Todo pueblo o territorio posee un producto artesanal emblemático y cargado de belleza que refleja su cultura.

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura (UNESCO) "la artesanía es, una expresión artística cuyos cimientos descansan en las tradiciones de una comunidad. Su base es la transmisión del conocimiento, muchas veces en forma oral (A través de generaciones), que conecta con el patrimonio inmaterial. La artesanía contemporánea también forma parte de la industria creativa: dada la apertura de la sociedad a adquirir objetos de valor simbólico, la artesanía ha logrado adaptarse a nuevas formas, creando innovadores productos que reflejan a cabalidad la creatividad y el patrimonio cultural de sus creadores.

Según la definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI "La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" (Manila, 1997), los productos artesanales son los producidos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser

utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente”.<sup>1</sup>

## **2. Reseña histórica sobre el origen de las artesanías en El Salvador**

“Una de las artes más representativas en El Salvador son las artesanías, éstas han sido impulsadoras del turismo y consideradas como parte del patrimonio cultural, entre las que existen diversos tipos y se producen en diversos pueblos dedicados a este oficio. Se trabaja con materias muy diversas desde arcilla, madera, mimbre, hojalata, chatarra, entre otros. Las artesanías son una manifestación artística que se ha llegado a convertir en producto de exportación, así como también es un producto de mucha demanda para el consumo interno del país, en productos como hamacas, muebles, réplicas de vasija entre otras”.<sup>2</sup>

### **Historia de las artesanías en El Salvador a la llegada de los españoles.**

“En la época Prehispánica, los primeros productos artesanales en El Salvador fueron principalmente de carácter religioso o de uso doméstico. La variedad de artesanías era de tipo: lítica (relativo a la industria de la piedra), cerámica, alfarería, platería, cestería, tejeduría, pintura, carpintería, jícaras labradas, instrumentos musicales, artefactos para la guerra (arcos, flechas, lanzas, arrojadores de dardos, etc.), curtiembre, instrumentos de caza y de labranza, madera, etc. Con la llegada de los españoles, los artesanos sufren una fuerte influencia extranjera y transformación cultural”.<sup>3</sup>

“Desde la llegada de los españoles, los habitantes ya habían desarrollado en gran medida sus habilidades artesanales a tal grado que no abandonó sus oficios a pesar de

---

<sup>1</sup> UNESCO, (05 junio 2018). Artesanías y Diseño:

<http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>

<sup>2</sup> Torres Parada Pablo y Argueta Ramírez, Nelson, “Propuesta sobre la Factibilidad Financiera del comercio Electrónico como Canal de Exportación hacia Estados Unidos de América para las pequeñas empresas productoras de Artesanías de El Salvador” Caso Práctico: ECOBAMBU, Artesanías y Diseños”, Trabajo de Graduación Universidad Francisco Gavidía, septiembre 2009. Pág. 1.

<sup>3</sup> Escobar García, Ileana. “Desarrollo empresarial y Competitividad del Sector Productor de Muebles Artesanales de Madera”, Trabajo de Graduación Universidad de El Salvador, enero 2010. pág. 13.

las imposiciones de los conquistadores. El momento del descubrimiento y conquista de América fue de vital importancia dentro de las historias de las artesanías, pues se dio un intercambio cultural tanto de costumbres como de productos”.<sup>4</sup>

“Las artesanías salvadoreñas, con la llegada de los españoles, tuvieron que ser diseñadas con base al estilo de vida de éstos, así como los procesos de elaboración sufrieron cambios; es decir se tuvo que producir tomando en cuenta la cultura y tradiciones de los españoles y fue de esta manera como se inició el tallado en madera, la alfarería, la cohetería, la explotación de añil, hidráulicos, la producción de hierro, la platería, los textiles, esta gran variedad de productos eran primeramente de uso litúrgico suntuario y doméstico. Se introdujeron nuevas herramientas como: El torno del alfarero, los moldes de madera y cerámica, entre otros”.<sup>5</sup>

### **3. Legado Fernando Llort**

Según artículo elaborado por el sitio web “elsalvador.com” denominado: Fernando Llort, el artesano que inspiró en La Palma, a inicios de la década de 1970, un salvadoreño que acababa de viajar por Europa y Estados Unidos estudiando arte y teología vio algo en La Palma, Chalatenango, que cambiaría su vida y la historia de El Salvador. Todo empezó cuando el tipo de piel clara, alto, delgado y con facha de hippie vio a un niño afanado raspando una semilla de copinol en el árido suelo, se la pidió y se dio cuenta que tenía entre las yemas de sus dedos un paisaje en miniatura. Ahí supo que Dios le estaba dando la oportunidad de comenzar desde algo pequeño hacia algo grande.

“Al siguiente día, aquel hombre le devolvió la semilla al niño. Esta regresó transformada en una obra de arte. Manuel Guillén Aguilar tenía unos 9 años en aquella época y su mundo quedó maravillado. Fernando Llort, el salvadoreño con facha de extranjero de 23 años, le preguntó si le interesaba aprender algunas cosas sobre dibujo.

---

<sup>4</sup> Ramos Hernández María Rut, “Plan de Comunicación que Contribuya a posicionar al Mercado Municipal de Artesanías (Ex Cuartel), como la primera opción en venta de artesanías en El Salvador”, Trabajo de Graduación Universidad Dr. José Matías Delgado, abril 2008. Pág. 11

<sup>5</sup> Escobar García, Ileana. “Desarrollo empresarial y Competitividad del Sector Productor de Muebles Artesanales de Madera”, Trabajo de Graduación Universidad de El Salvador, enero 2010. pág. 14

Más de 40 años han pasado desde aquel encuentro entre Manuel y Fernando. El primero pasó de ser discípulo a maestro en artesanía; el segundo es una especie de artista ecléctico (Rasgos tomados de varias fuentes) que fusionó lo universal con lo local hasta llegar a convertirse en una voz del arte popular que no deja atrás las raíces indígenas que tiene El Salvador.

La idea de trabajar la semilla de copinol no me la enseñó nadie. A mí se me ocurrió rasparla en el suelo. Así como Fernando Llorc se sorprendió de lo que yo estaba haciendo, así mismo me sorprendí yo cuando él volvió con aquella semilla. Él regresó con algo hecho, bien bonito. Después agarré el lápiz y empecé a dibujar casitas, pájaros. Así comenzó la historia, dice Manuel, oriundo de La Palma.

La semilla que dio origen a toda la historia fue hurtada. Pero, a falta de ella, existe todo un trabajo comunitario, social, religioso, reivindicativo y desenfadadamente expresivo que aún existe. Hay cientos de hombres y mujeres que lograron hacer de las enseñanzas de Fernando Llorc un legado que pervive hasta la fecha”.<sup>6</sup>

#### 4. Antecedentes del Departamento de Chalatenango

“Obtuvo el título de Villa en el año de 1847 y fue elevado al título de Departamento por Decreto Legislativo del 14 de febrero de 1855, en una ley sancionada por el Presidente Coronel José María San Martín. Su cabecera lleva por nombre Chalatenango, durante su

**Mapa 1. Mapa de El Salvador con alusión a la ubicación geográfica del Departamento de Chalatenango**



Fuente: [www.wikipedia.com.org](http://www.wikipedia.com.org)

fundación constó de los distritos o partidos de Chalatenango y Tejutla, creados desde

---

<sup>6</sup> El Diario de Hoy (junio 2018). Entrevista Fernando Llorc se publicó 5 octubre 2013:

<http://www.elsalvador.com/entretenimiento/115474/fernando-llorc-el-artesano-que-inspiro-enlapalma/>

1786 y de Dulce Nombre de María erigido por ley del 15 de julio de 1919. Actualmente el Departamento está subdividido en 33 municipios”.<sup>7</sup>

“Desde el norte hasta el sur, en apartados Cantones y Municipios, los habitantes de este norteño Departamento se han agrupado en pequeñas cooperativas y apoyados por ONG’s, entre otras instituciones y proyectos, han diversificado sus productos y mejorado sus diseños. La Palma es de hecho, considerada uno de los mayores centros artesanal del país, el trabajo de su gente ha sostenido por años la economía de ese Municipio”.<sup>8</sup>

**Mapa 2. División municipal del Departamento de Chalatenango y su Escudo**



Fuente: [www.chalatenangosv.com](http://www.chalatenangosv.com)

Según datos del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), a través de su primer Inventario Nacional de Bosque en El Salvador, “el 37% del país está cubierto de superficie forestal lo que equivale a 799 mil 209 hectáreas de superficie de bosque, incluyendo cafetales bajo sombra. El Departamento con mayor superficie de bosque es Chalatenango con 76,200.44 hectáreas que equivalen al 12.20% de bosque del país.”<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Wikipedia (junio 2018). Departamento de Chalatenango El Salvador, C.A.:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento\\_de\\_Chalatenango](https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_Chalatenango)

<sup>8</sup> [http://magazine.elsalvador.com/mg/nota\\_3\\_imagenes.asp?idArt=7892457&idCat=19976](http://magazine.elsalvador.com/mg/nota_3_imagenes.asp?idArt=7892457&idCat=19976)

<sup>9</sup> Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (marzo-2019). Primer Inventario de bosque en El Salvador:

<http://www.marn.gob.sv/el-marn-presenta-el-primer-inventario-nacional-de-bosque-de-el-salvador/>



“El estudio determinó que El Salvador tiene seis tipos de bosques, algunos más predominantes que otros”<sup>10</sup>, estos son: bosques secundarios (21.99%), cafetal bajo sombra (8.29%), bosque perennifolio maduro (2.99%), bosque salado/mangle (1.89%), bosque caducifolio maduro (1.73%), bosque de coníferas (1.01%), este último es el más escaso de todos, lo comprenden unas 21,318 hectáreas y tiene árboles como pino, cipreses, abetos, entre otros en forma de cono, característicos de la zona norte del país.

## 5. Generalidades de la microempresa “Artesanías El Sol”

En la Ciudad de Chalatenango, se localiza la Microempresa “Artesanías El Sol”, su propietaria y actual Gerente es Marisol Ramírez, su actividad económica es la comercialización de artesanías hechas con madera. Fundada hace diecisiete años, de los cuales los primeros trece operaba en sociedad con

una Cooperativa de artesanos bajo la marca “El Renacer Chalateco”. Desde hace cinco años, la microempresa incursionó con la marca “Artesanías El Sol” iniciando operaciones el 1º de septiembre de 2014. Según los artesanos residentes en el Municipio de la Palma con los que trabaja, “Artesanías El Sol” representa una fuente de empleo digno y un medio para contribuir al desarrollo regional para aproximadamente 34 personas entre artesanos y artesanas, en su mayoría mujeres.

Figura 1. Logo actual de la microempresa Artesanías El Sol



Fuente: [www.elsolartesanias.com](http://www.elsolartesanias.com)

### Misión

Ser una Asociación de artesanas de Chalatenango que diseña, produce y comercializa artesanías para el mercado nacional e internacional, trabaja con unidad, creatividad y calidad en armonía con el medio ambiente, a fin de contribuir al bienestar económico y social de sus asociadas.

---

<sup>10</sup> La Prensa Gráfica, Periódico de El Salvador (marzo 2019). Cuanto Bosque hay en El Salvador y Tipos: <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/Estudio-define-cuanto-bosque-hay-en-El-Salvador-y-los-seis-tipos-existent-20181018-0053.html>.

## Visión

Artesanías El Sol es una empresa de desarrollo económico y social reconocida nacional e internacional, es rentable y líder en el departamento de Chalatenango en diseño, producción y comercialización de artesanías, comprometidos con la creatividad y calidad de nuestros productos elaborados a mano

## Las artesanías y su materia prima

Las artesanías en El Salvador poseen características muy interesantes y particulares: la mano de obra artesanal especialmente en las zonas rurales, una variedad de objetos artesanales de distintos usos y una demanda interna y externa que sostiene esta producción.

De acuerdo a la entrevista con artesanos y pintores del Municipio de La Palma en el Departamento de Chalatenango, la materia prima elegida para elaborar sus productos es el pino blanco, plywood de pino, semillas de pacún, semillas de copinol, morro, estopa de coco y arena de mar para crear relieves en los cuadros.

Actualmente, Artesanía El Sol se clasifica, según el Código de Comercio de El Salvador, como microempresa; Está conformada por 3 empleados: Un Gerente General, Marisol Ramírez (la propietaria), un Contador y un Vendedor.

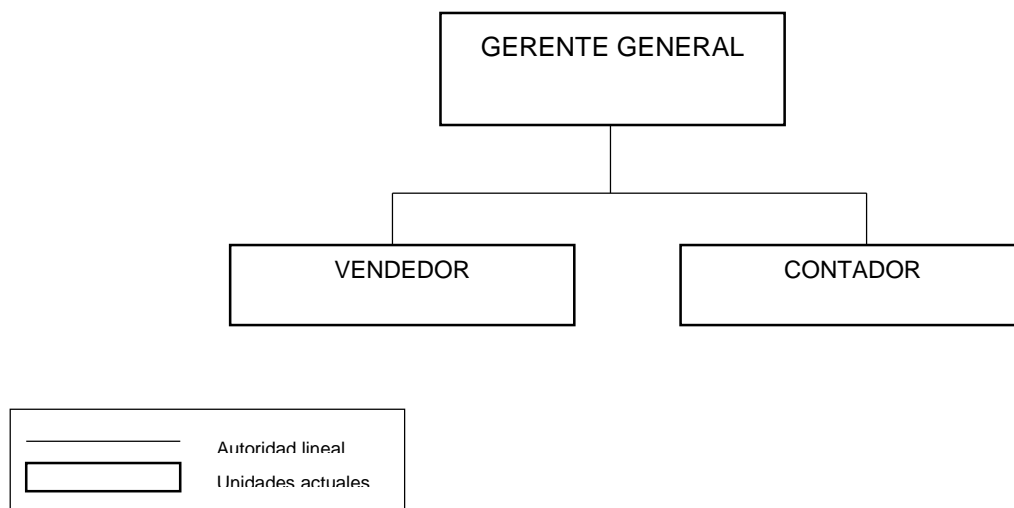
Figura 2. Exhibición de Artesanías en Madera



Figura 3. Cruz de Madera en proceso de elaboración



**Figura 4. Organigrama actual de la microempresa “Artesanías El Sol”**



Fuente: Elaboración del equipo de investigación.

Entre las principales funciones que realizan actualmente cada uno de ellos podemos mencionar:

Gerente General:

- a. Planear las actividades y estrategias que la empresa debe desarrollar y encaminarla al cumplimiento de los objetivos y metas.
- b. Organizar al personal, delegar actividades y garantizar que tengan los insumos y herramientas necesarios para ejecutar dichas labores.
- c. Dirigir y motivar al personal en dirección de los objetivos.
- d. Contratar todas las actividades que desarrollen los subordinados para garantizar su cumplimiento y efectividad.
- e. Establecer nuevas relaciones con clientes potenciales nacionales y extranjeros.
- f. Realizar requerimiento y mantener seguimiento con los proveedores de productos.
- g. Realizar trámites relacionados a la exportación de mercadería.

Contador General:

- a. Llevar registros mensualmente en los libros generales de Compras y Ventas mediante facturas emitidas y recibidas.
- b. Verificar y registrar las facturas recibidas por parte de los proveedores
- c. Manejo de Caja Chica y elaboración de cheques
- d. Levantamiento y control de inventario
- e. Conciliaciones bancarias
- f. Toda actividad que le sea designada por el Gerente General.

Vendedor:

- a. Conocer las características, materiales y usos de cada uno de los productos que se ofrecen en el local.
- b. Asesorar a los potenciales compradores
- c. Promover el producto
- d. Mantener limpia y ordenada la sala de ventas
- e. Captar nuevos clientes
- f. Recibir los pagos y emitir facturas por las ventas realizadas.
- g. Reportar las ventas diarias

Según Marisol Ramírez, propietaria de “Artesanías El Sol”, sus ventas oscilan entre \$24,200.00 y los \$33,500.00 dólares de los Estados Unidos de América al año.

Actualmente trabaja con cuatro talleres de la Palma, externos a la empresa, quienes le fabrican las artesanías con base a los pedidos que realiza.

## **6. Exportaciones de artesanías de madera**

De acuerdo al Censo Nacional 2007 se producen aproximadamente unas 8,778 docenas de artesanías de madera por un valor aproximado de US\$ 201.829 anualmente.

En el año 2017 “Las exportaciones salvadoreñas crecieron a una tasa de 3.7% en enero, en comparación con el mismo mes de 2016, lo que dejó al país con US \$14.8 millones

adicionales en ventas al exterior, informó el Banco Central de Reserva; este desempeño favorable es consistente con el indicador publicado por la Organización Mundial del Comercio (OMC), que establece un comportamiento positivo del comercio internacional para el primer trimestre de 2017.

Estados Unidos, el principal socio comercial de El Salvador, aumentó sus compras al país. En el primer mes de 2017, esta nación norteamericana demandó US \$201.5 millones de El Salvador, US \$8.7 millones adicionales en comparación a enero de 2016, lo que representó un crecimiento de 4.7%”.<sup>11</sup>

**Tabla 1. Exportaciones según Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU Rev-2).  
Período mensual acumulado a diciembre, valores expresados en Millones.**

CONCEPTO	2017		2016	
	VALOR	VOLUMEN	VALOR	VOLUMEN
<b>EXPORTACIONES (TOTAL)</b>	<b>5,760.0</b>	<b>3,204.3</b>	<b>5,419.6</b>	<b>2,950.0</b>
<b>01. Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca</b>	188.3	71.1	172.6	67.7
<b>02. Explotación de Minas y Canteras</b>	0.6	3.2	0.9	3.4
<b>03. Industria Manufacturera</b>	<b>5,556.1</b>	<b>3,106.1</b>	<b>5,228.6</b>	<b>2,858.0</b>
20. Prendas de Vestir	699.9	37.1	611.6	29.5
21. Cuero y sus productos	44.9	4.9	49.9	5.4
<b>22. Madera y sus productos (Rubro al que pertenece Artesanías El Sol)</b>	<b>40.4</b>	<b>13.5</b>	<b>45.9</b>	<b>13.5</b>

Fuente: BCR - Departamento del Sector Externo con datos suministrados por la DGA con tratamiento según metodología de Balanza de Pagos

La industria manufacturera se mantiene como el principal sector exportador de la economía, contribuyendo con 96.6% del total exportado, equivalentes a US\$ 5,556.1 millones (2017); en este sector sobresalen los textiles y las prendas de vestir. El sector de maderas y sus productos registraron un valor de \$ 40.4 millones de dólares”.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Comunicado de Prensa No. 10/2017. Banco Central de Reserva de El Salvador. “Exportaciones salvadoreñas crecen 3.7% en enero 2017”.

<sup>12</sup> Estadísticas de Comercio Exterior. Enero diciembre 2017. Banco Central de Reserva de El Salvador. [http://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com\\_wrapper&view=wrapper&Itemid=447](http://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=447).

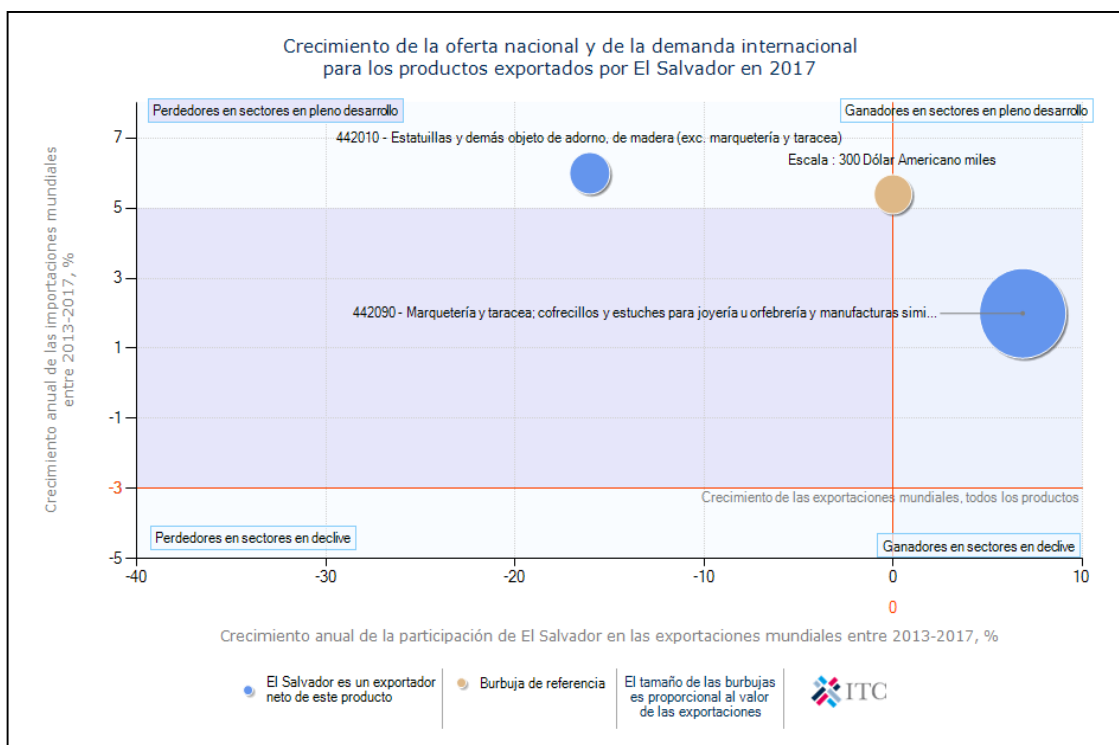
**Tabla 2. Comercio bilateral entre Estados Unidos de América y El Salvador. Producto: 4420 Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares. Unidad: Dólar Americano (millones).**

Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde El Salvador			El Salvador exporta hacia el mundo			Estados Unidos de América importa desde el mundo		
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
4419	Artículos de mesa o de cocina, de madera (excepto. artículos de amoblado o de ornamentación, artículos. .	17	54	9	32	24	0	237.447	254.000	268.007
4420	Marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares <b>(Rubro al que pertenece Artesanías El Sol)</b>	382	16	61	1.905	1.705	1.849	697.582	723.322	724.352
4421	Manufacturas de madera, n.c.o.p.	67	64	53	464	378	230	1.332.572	1.337.317	1.501.593

Fuente: Centro de Comercio Internacional (CCI). Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.

De acuerdo a la tabla anterior el mercado de Estados Unidos demandó de \$724.352 millones en mercadería del código 4420 en el año 2017, mientras El Salvador exportó \$61.0 millones con una reducción significativa con respecto al año 2015 en el que se facturo \$382.0 millones.

**Gráfico 1. Crecimiento de la oferta nacional y de la demanda internacional para los productos exportados por El Salvador en 2017.**



Fuentes: Cálculos del Centro de Comercio Internacional (CCI) basados en estadísticas de US Census Bureau desde año 2013 a 2017. Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE hasta enero de 2017.

## 7. Industria Artesanal

### a. Definición de artesanía

Se denomina artesanía “tanto al trabajo como a las creaciones realizadas por los artesanos, (persona que realiza trabajos manuales). Es un tipo de arte, en el que se trabaja fundamentalmente con las manos, moldeando diversos objetos con fines comerciales o meramente artísticos o creativos. Una de las características fundamentales de este trabajo es que se desarrolla con la mínima ayuda de máquinas o

de procesos automatizados. Esto convierte a cada obra artesanal en un objeto único e incomparable, lo que le da un carácter sumamente especial”.<sup>13</sup>

Para el equipo de investigación las artesanías, son productos representativos de la cultura de un pueblo elaborados a mano con poca o mínima ayuda de herramientas mecánicas y/o especializadas.

Como se mencionó anteriormente de acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y la Cultura (UNESCO). La artesanía es una expresión artística cuyos cimientos descansan en las tradiciones de una comunidad.

Una **Empresa de la Actividad Artesanal** “Es la unidad económico-social, con fines de lucro, integrada por personas naturales, jurídicas, o ambas, dedicadas principalmente a la producción y comercialización de artesanía”.<sup>14</sup>

#### b. Tipos de Artesanías

**“Artesanía tradicional popular:** una de sus características principales es la repetición de productos, técnicas y materiales empleados, estos productos suelen tener fuertes raíces locales (Diseños, legado Fernando Llor) y son portadores de señales de identidad, aunque suelen tener escasa innovación.

**Artesanía convencional o seriada:** se trata de producción en series pequeñas, introduciendo un cierto grado de mecanización, especialmente en los procesos auxiliares y acabados, compiten por diseño y creatividad.

**Figura 5. Artesanías en madera con temas religiosos**



**Figura 6. Artesanías seriadas**




---

<sup>13</sup> Pérez Porto, Julián y Gardey, Ana. Publicado: 2011. Actualizado: 2014 Definiciones: Definición de artesanía.

<sup>14</sup> Ibid, Definición de Empresa de la Actividad Artesanal.



**Artesanía contemporánea o de vanguardia:** en este tipo de artesanía tiene importancia la autoría personal, se preocupa por los aspectos funcionales, es un diseño más exclusivo, le preocupan también los aspectos simbólicos y de expresión personal. Sus creadores no se consideran artesanos sino artistas o diseñadores, por su naturaleza tiene amplias posibilidades de conectar con las tendencias de consumo”.<sup>15</sup>

**Figura 7. Artesanías contemporáneas**



### **c. Clasificación Económica de las Artesanías**

“La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) es una clasificación por tipos de actividad económica y no una clasificación de bienes y servicios. La actividad realizada por una unidad es el tipo de producción a que se dedica, y ésta será la característica con arreglo a la cual se la agrupará con otras unidades para formar industrias.

La CIIU tiene por finalidad establecer una clasificación uniforme de las actividades económicas productivas. Su propósito principal es ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión y presentación de estadísticas de acuerdo con esas actividades”.<sup>16</sup>

En el año 2002 el Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR) dio un paso más dentro de ese proceso de modernización al adoptar Clasificaciones Internacionales para ser aplicadas en primera instancia al comercio exterior del país, las cuales son elaboradas y difundidas internacionalmente por las Naciones Unidas.

---

<sup>15</sup> Basado en la definición adoptada por 44 países participantes en el Simposio sobre la artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y codificación aduanera, de la UNESCO y el CCI celebrado en Manila (Filipinas) en octubre de 1997.

<sup>16</sup> Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) pag.86

Rev. 3, Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) Rev.3 y la Clasificación Central de Productos (CCP) Rev. 1. Para el caso de la CUCI y la CCP actualmente existen las versiones 3.1 y 1.1, respectivamente, realizadas en el 2002”.<sup>17</sup>

“El propósito de la CUCI, Rev. 3 es ofrecer una clasificación de todos los productos que son objeto del comercio exterior de mercaderías, es decir, de todos los bienes que incrementan o reducen los recursos materiales de un país como resultado de su ingreso”.<sup>18</sup>

**Tabla 3. Partida del Sistema Arancelario, clasificación de Artesanías de Madera en El Salvador**

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
4420-10	Marquetería y taracea (incrustación); cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el capítulo 94

Fuente: Ficha 09 - Artesanías de Madera. Publicado por el Ministerio de Economía año 2015. Pág. 2

#### **d. Artesanías de madera, materiales, herramientas y accesorios.**

“La madera puede ser trabajada para obtener múltiples formas, pero, para ello requiere la aplicación de procedimientos que den una mayor eficiencia en el proceso de producción de la madera.

La artesanía en madera requiere la aplicación de diversas técnicas, con las cuales se logran obtener una gran diversidad de formas que nos permitirán obtener objetos como: cruces de madera, joyeros, mapas (figuras), aves (figuras), entre otros productos.

---

<sup>17</sup> Adopción de las clasificaciones internacionales de comercio exterior. Banco Central de Reserva de El Salvador Año 2002.

<sup>18</sup> Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI-2004). Pag.1

Como sabemos existen maderas duras y suaves, lo cual no significa que unas sean más sencillas que otras de ser talladas. Existen maderas duras que resultan muy sencillas de ser talladas y otras blandas que resultan ampliamente complicadas para poder aplicarle las técnicas de tallado. La dureza se define por el grado de porosidad que presenta la fibra, esta manera es como se da cuenta si una madera es dura cuando es muy compacta y suave cuando la fibra es porosa”.<sup>19</sup>

De acuerdo a la entrevista con artesanos y pintores del Municipio de La Palma en el Departamento de Chalatenango, la materia prima elegida para elaborar sus productos es el pino blanco (por fácil manipulación), plywood de pino, semillas de pacún, semillas de copinol y arena de mar para crear relieves en los cuadros.

Para la elaboración de este tipo de artesanías es necesaria la utilización de herramientas, materiales e implementos que faciliten el tallado de la madera, mejoren el aspecto, la textura y la presentación de las piezas finales, entre ellas podemos mencionar:

**Tabla 4. Materiales, herramientas e implementos requeridos en el proceso de producción de artesanías de madera.**

Materiales e insumos	Herramientas	Accesorios
<b>Madera</b>	Sierra cortadora	Guantes
<b>Pinturas</b>	Motor eléctrico de 1.5 HP	Botas
<b>Barnices</b>	Canteadora	Mascarillas
<b>Aceites</b>	Lijadora	
<b>Pinceles</b>	Martillo	
<b>Brochas</b>	Cepillos	
<b>Lijas</b>	Garlopas	
<b>Bisagras</b>	Mesas y bancos	
	Prensas, etc.	

Fuente: Elaborado por el Equipo de Investigación, adaptación del documento: “El proceso de la artesanía en la Ciudad de La Palma, Departamento de Chalatenango” mayo 2009.

---

<sup>19</sup> Chacón, David. “El proceso de la artesanía en la Ciudad de La Palma, Departamento de Chalatenango”, Centro Cultural Salvadoreño Americano, Centro Educativo de Cómputo, mayo 2009.

### e. Proceso de Elaboración de Artesanías de Madera

Las artesanías elaboradas en madera son uno de los íconos emblemáticos que caracterizan al Departamento de Chalatenango como lugar turístico; los talleres que las fabrican se encuentran ubicados principalmente en el municipio de La Palma.

Con base a entrevistas realizadas con los propietarios de estos talleres, se enlistan a continuación las etapas por las que pasa la materia prima para su transformación en artesanías.

#### i. Carpintería

Esta es la primera etapa del proceso productivo de artesanías; inicialmente se escoge la madera, se clasifica en madera verde, madera seca y madera madura, esta última es la que se separa para su transformación.



Una vez preparada, la madera es cortada en trozos, tomando las medidas exactas del producto final que se elaborará. Después de ser cortada se les da forma y se acoplan las piezas dependiendo del tipo de artesanía que se pretenda elaborar ya sean letras, cruces, cuadros, cofres, etc. Finalmente, las piezas se cortan y liján hasta que tenga una superficie donde se

pueda dibujar y hacer el diseño deseado.

## ii. Diseño y Dibujo

La sección de diseño y dibujo es la segunda fase de producción, donde se elabora el diseño que llevara plasmada la pieza final, este puede ser un paisaje, un dibujo simétrico o figuras religiosas, entre otros. El diseño se dibuja en la pieza a mano utilizando, rapidograf, tinta china o un lápiz, cuando el diseño se encuentra dibujado en la pieza de madera, está terminado y listo para seguir el proceso; en esta sección es donde se desarrollan los nuevos diseños que se ofrecerán a los clientes.



## iii. Tinte y Pintura



Cuando las piezas ya tienen una forma definida y un diseño dibujado en su superficie pasan a la siguiente fase que es el tinte; todas las piezas pasan por esta sección para aplicarle un tinte que brinde protección a la madera. Hay tintes de muchos colores y a cada producto se le aplica de forma manual con un pincel.



La sección de pintura es la cuarta fase en el proceso de producción de artesanías, y es aquí donde se pintan todos los detalles del diseño dibujado en la pieza, también es un proceso que se hace a mano con pincel utilizando pinturas a base de agua de diferentes colores, procurando que la pieza final lleve un excelente matiz en su diseño. Es un proceso sumamente minucioso y delicado para un mejor acabado.

#### iv. Completado

Es aquí donde son llevadas las piezas finales ya con color para ultimar detalles, acá se delinear los rostros de las personas, se completan los techos de las casas, puertas, ventanas, es decir todos aquellos detalles que realcen y den vida al diseño.



Este proceso se hace a mano usando un rapidograf con tinta china, una vez finalizada esta fase, las piezas están prácticamente terminadas y pueden ser llevadas a su fase final.

#### v. Barniz



En esta fase se aplica barniz a todos los productos, es un proceso elaborado a mano con pinceles o brochas, una vez las piezas son barnizadas deben dejarse secar, para finalmente ser llevadas a la venta.

Cabe mencionar que el barnizado aparte de pulir y dar un brillo excelente a cada pieza, sirve como una protección al producto generándole durabilidad.

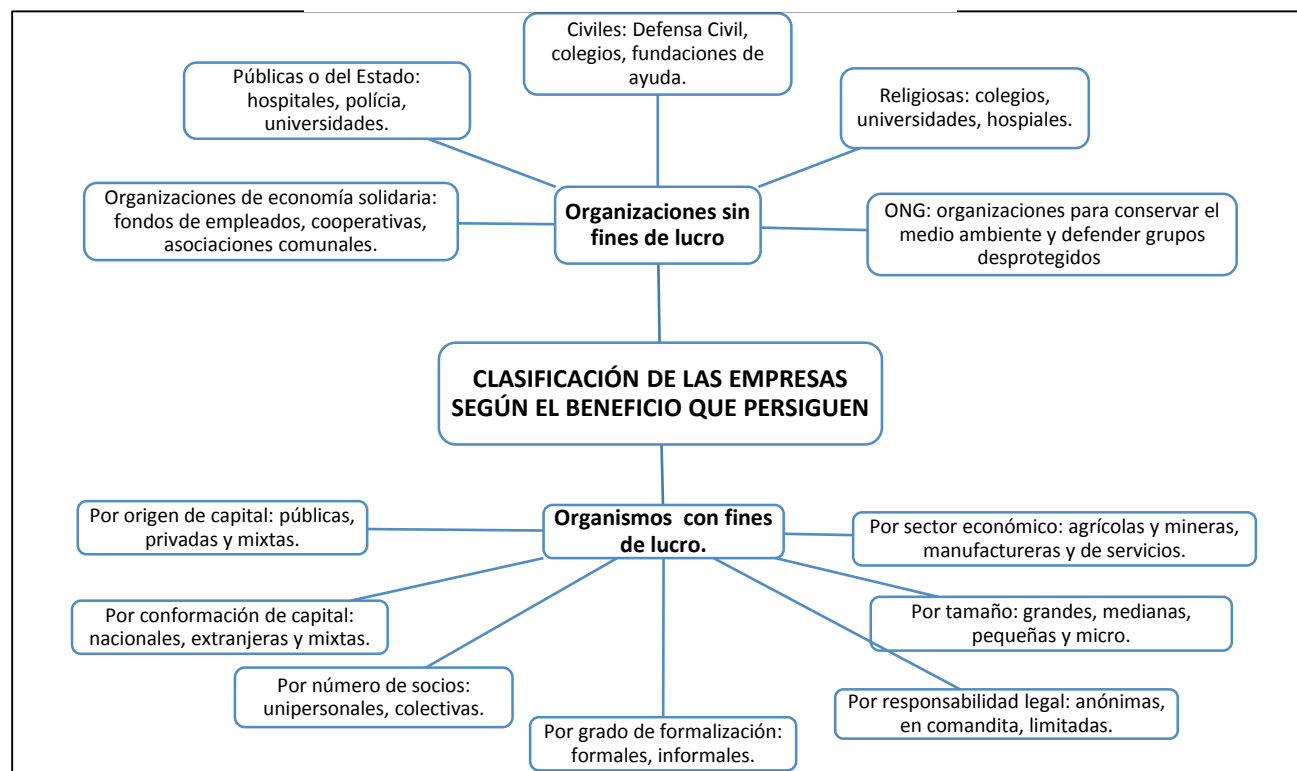
## B. MARCO CONCEPTUAL

### 1. Las organizaciones y su clasificación

“Las organizaciones son diferentes y diversificadas entre sí, no existen dos organizaciones iguales; cada una tiene sus propias características, objetivos propios, situación financiera particular, identidad cultural propia, tecnología y recursos específicos, potencial y capacidades humanas específicos, principios y política institucional única, clientes y proveedores específicos, etc.

Aunque cada empresa tiene sus particularidades, desde el punto de vista del estudio económico administrativo, las organizaciones se suelen clasificar en los dos grupos que se desarrollan a continuación:

**Figura 8. Tipología de las Organizaciones**



Fuente: Bernal, César y Sierra, Hernán. "Proceso Administrativo para las Organizaciones del Siglo XXI".

Organizaciones sin fines de lucro, son aquellas que se caracterizan por no tener como objetivo el beneficio económico por la realización de sus actividades, es decir, no persiguen rentabilidad por el desarrollo de sus funciones, ya que su función básica es la de producir o generar impacto social en sus usuarios.

Las organizaciones con fines de lucro, son aquellas empresas creadas con el criterio de generar rentabilidad económica por sus actividades mediante la producción de bienes o la prestación de servicios".<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Bernal Torres, César Augusto y Sierra Arango, Hernán Darío. "Proceso Administrativo para las Organizaciones del Siglo XXI" Pearson Prentice Hall, Primera Edición, Año 2008.

Según el Código de Comercio de El Salvador, en su Art. 553 menciona que, “la empresa mercantil está constituida por un conjunto coordinado de trabajo, elementos materiales y de otros valores con el objeto de ofrecer al público con propósito de lucro y de manera sistemática bienes o servicios”.

El Ministerio de Economía junto a la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) clasifica a las empresas salvadoreñas de la siguiente manera:

**Tabla 5. Clasificación de las empresas según MINEC-DIGESTYC**

Clasificación	Personal Ocupado	Ingresos Brutos Anuales
<b>Microempresa</b>	Hasta 10 empleados	Hasta \$100,000.00
<b>Pequeña Empresa</b>	De 11 a 50 empleados	Desde \$100,001.00 hasta \$1,000,000.00
<b>Mediana Empresa</b>	De 51 a 100 empleados	Desde \$1,000,001.00 hasta \$7.0 millones
<b>Gran Empresa</b>	Más de 100 empleados	Más de \$7.0 millones

Fuente: Directorio de Unidades Económicas 2011-2012, MINEC - DIGESTYC

Por el número de empleados que la empresa posee, se puede clasificar a “Artesanías El Sol” como una Microempresa, ya que actualmente cuenta con un número menor a 10 personas empleadas en las operaciones directas de la organización. Así mismo, por el valor de sus activos, “Artesanías El Sol” se clasifica como Microempresa, con un monto de \$11,200.00 en activos, no sobre pasa el límite establecido según MINEC-DIGESTYC.

Según el Art. 3, de La Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (Ley-MYPE) define la clasificación de la MYPE de la siguiente manera:

“Microempresa, persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y hasta 10 trabajadores”.

Como se mencionó anteriormente la empresa “Artesanías El Sol” factura entre \$25,000.00 y \$35,000.00 dólares anuales en ventas, por tanto por su nivel de ventas brutas anuales también se clasifica como una Microempresa.



## 2. Planeación en las organizaciones

La administración en las empresas juega un papel de vital importancia para el uso racional de los recursos que estas poseen, mediante el proceso administrativo entendido como el proceso de: Planeación, Organización, Dirección y Control.

### a. Generalidades sobre la planeación

“Un Plan, muestra los lineamientos generales, prioridades derivadas de estos y la asignación de recursos tanto de las prioridades, como de las estrategias de acción y del conjunto de instrumentos, a los que se va a recurrir para lograr los objetivos y metas propuestas. El plan engloba programas y proyectos”.<sup>21</sup>

¿En qué consiste realmente la planeación de acuerdo con los estudiosos de la Administración?

Según Harold Koontz y Heinz Weihrich, en su obra “Administración: una perspectiva global, la planeación es un proceso que implica la selección de misiones y objetivos y de las acciones para cumplirlos, y que requiere la toma de decisiones, es decir, optar entre diferentes cursos futuros de acción.

Para Stephen Robbins y Mary Coulter, en su obra “Administración”, la planeación “consiste en definir las metas de la organización, establecer una estrategia general para alcanzarlas y trazar planes exhaustivos para integrar y coordinar el trabajo de la organización. Así, la planeación se ocupa tanto de los fines como de los medios para lograr resultados en la organización en un tiempo futuro.

Richard Daft, define la planeación, en su obra “Administración”, como el medio a través del cual se definen las metas y los medios para lograrlas y se especifican la asignación

---

<sup>21</sup> Egg, Ezequiel Ander. Introducción a la planificación estratégica - 1ª ed. - Buenos Aires: Lumen, 2007.

de recursos, los programas, las actividades y otras acciones necesarias. Es decir, la planeación determina los objetivos futuros y los medios para lograrlos.

En la obra “Administración: un enfoque basado en competencias”, Don Hellriegel, Susan Jackson y Jhon Slocum, definen la planeación estratégica como el proceso de diagnosticar el entorno externo e interno de una organización; establecer una misión y una visión, definir objetivos globales, crear, elegir y seguir estrategias generales, y asignar los recursos necesarios para alcanzar dichos objetivos”.<sup>22</sup>

### **b. Tipos de planes**

La planeación implica la selección de misiones y objetivos y de las acciones para cumplirlos, y requiere de la toma de decisiones, es decir, de optar entre diferentes cursos futuros de acción.

#### **“Los planes se clasifican en:**

##### **Misión o propósitos.**

En la misión o propósitos (términos que suelen usarse indistintamente), se identifican la función o tarea básicas de una empresa o institución o de una parte de ésta. Todo establecimiento sea del tipo que sea, tiene o al menos debe tener, un propósito o misión.

##### **Objetivos o metas.**

Los objetivos o metas, son los fines que se persiguen por medio de una actividad de una u otra índole. Representan no sólo el punto terminal de la planeación, sino también el fin que se persigue mediante la organización, la integración de personal, la dirección y el control.

##### **Estrategias**

En el ejército se ha empleado tradicionalmente el término "estrategias" para designar los grandes planes resultantes de la deducción de las probables acciones u omisiones del enemigo. Pero a pesar de que el término "estrategia" sigue teniendo implicaciones

---

<sup>22</sup> Hellriegel, Don, Jackson, Susan y Slocum, Jhon. “Administración: un enfoque basado en competencias, Thompson, México, 2002.

competitivas, los administradores lo usan cada vez más para referirse a extensas áreas de la operación de una empresa. Estrategia se define como: la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento.

### **Políticas.**

Las políticas también forman parte de los planes en el sentido de que consisten en enunciados o criterios generales que orientan o encauzan el pensamiento en la toma de decisiones.

En las políticas se define un área dentro de la cual habrá de tomarse una decisión y se garantiza que esta sea consistente con y contribuya a un objetivo.

### **Procedimientos.**

Los procedimientos son planes por medio de los cuales se establece un método para el manejo de actividades futuras. Consiste en secuencias cronológicas de las acciones requeridas. Son guías de acción, en las que se detalla la manera exacta en que deben realizarse ciertas actividades.

### **Reglas**

En las reglas se exponen acciones y omisiones específicas, no sujetas a la discrecionalidad de cada persona. Son por lo general el tipo de plan más simple. La esencia de una regla es reflejar una decisión administrativa en cuanto a la obligada realización u omisión de una acción.

### **Programas.**

Los programas son un conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos necesarios para llevar a cabo un curso de acción dado; habitualmente se apoyan de presupuestos.

### **Presupuesto.**

Un presupuesto es una formulación de resultados esperados expresada en términos numéricos. Podría llamársele un programa “en cifras”. De hecho, el presupuesto financiero operacional se le denomina a menudo “plan de utilidades”. Un presupuesto puede expresarse en términos financieros, en términos de hora-hombre, unidades de

productos u horas-máquina o en cualesquiera otros términos numéricamente medibles”.<sup>23</sup>

De acuerdo al autor Harold Koontz, (Consultor Administrativo 1909-1984) Estrategia, se define como: programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica.

Alfred D. Chandler Jr., (Consultor de negocios 1918-2007). Conceptualiza, estrategia, es la determinación de los objetivos a largo plazo y la elección de las acciones y la asignación de los recursos necesarios para conseguirlos.

Para el equipo de investigación estrategia es: la que une las partes de identificar que hacer y cómo llevar a cabo el plan. La estrategia cuando se aplica a una entidad empresarial está conformada por las directrices estratégicas (la definición del negocio, la visión, la misión, la disciplina, los valores organizacionales), los objetivos estratégicos (con sus indicadores y metas). Por tanto, la estrategia empresarial contesta la pregunta ¿En qué soy diferente a los competidores?

Cada compañía debe encontrar el plan de juego más adecuado para sobrevivir y crecer a largo plazo, considerando su situación específica, sus oportunidades, sus objetivos y sus recursos. Éste es el enfoque de la planeación estratégica; es decir, el proceso de desarrollar y mantener una concordancia estratégica entre las metas y las capacidades de la organización, y sus oportunidades de mercadeo cambiantes.

La planeación, para el equipo de investigación se define así: debe ser creada a partir de lo que la empresa desea lograr, un objetivo común por el cual se debe organizar la entidad y sus recursos tanto humanos, como financieros, para ir cumpliendo metas a

---

<sup>23</sup> Koontz, Harold y Heinz Wehrich. Administración; Una perspectiva global y empresarial 14ª edición. Mc Gran – Hill, México 2012. Pág. 108 -113.

corto plazo previamente establecidas, además de considerar y realizar los ajustes que sean necesarios.

La planeación estratégica constituye la base para el resto de la planeación en la empresa. Las compañías suelen elaborar planes anuales, de largo alcance y estratégicos. Los planes anuales y de largo alcance conciernen a los negocios actuales de la compañía y a la forma de tenerlos en marcha. En cambio, el plan estratégico implica adaptar la empresa para obtener ventajas de las oportunidades que haya en su entorno cambiante.

Todas las empresas que hacen uso de las diferentes herramientas de planificación tienen una ventaja competitiva, ya que, estar preparados para el futuro y tener las metas claras es una de las principales fortalezas de una organización.

### **3. Plan de exportación**

#### **a. Exportación, definición y generalidades**

La Exportación puede definirse como:

De acuerdo a la Organización Mundial de Comercio (2005), OMC, la exportación consiste en la obtención de beneficios por la venta de productos y servicios a otros países. En general, según puntos de vista económicos, las exportaciones generan ingresos para el país vendedor, por lo que son fuente de riqueza. Además, la exportación es una forma de incursionar en los mercados internacionales, siendo una de las maneras más usuales para varias compañías.

Exportación es “la salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior”.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Dueñas Olmedo, Karla María. “Guía de exportación de artesanías de madera hacia Los Ángeles, California”. Trabajo de graduación, Universidad Dr. José Matías Delgado. Agosto 2011.

Para el equipo de investigación la exportación se define como: La salida de una mercancía de un territorio aduanero a otro en forma definitiva, regido por leyes, tratados y normativas de países que comercian entre sí.

Otra definición de exportación por parte del equipo de investigación es: proceso mediante el cual una empresa envía sus productos fuera del territorio nacional para su comercialización, basándose en convenios o acuerdos firmados entre países que comercian entre sí.

“Un **exportador**, es aquella persona que en su nombre exporta mercadería, es decir, que produce una salida del territorio aduanero, Esta operación puede ser efectuada directamente por él o por un tercero”.<sup>25</sup>

Las exportaciones se clasifican de la siguiente manera:

**“Exportación directa:**

Se determina cuando la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, la cual puede deberse a varias causas entre las que destacan: Contracción del mercado interno, el empresario se da cuenta de la importancia de ciertos mercados; considera importantes riesgos comerciales a través de la exportación.

**Exportación indirecta:**

Es utilizada por aquellas empresas que no tienen mucha experiencia o bien están en el inicio de realizar transacciones en los mercados internacionales, el uso por un exportador de otro exportador como intermedio. De esta forma, hay una oportunidad de introducirse en los mercados internacionales, por medio de algún distribuidor o intermediario, lo que

---

<sup>25</sup> Ministerio de Hacienda de El Salvador (junio 2018). Definiciones Aduaneras:

[http://www7.mh.gob.sv/pmh/es/Temas/Manual\\_Unico\\_de\\_Operaciones\\_Aduaneras/Definiciones.html#APMHAP740](http://www7.mh.gob.sv/pmh/es/Temas/Manual_Unico_de_Operaciones_Aduaneras/Definiciones.html#APMHAP740)

en si constituye una ventaja competitiva, al emplear facilidades de la informática y las telecomunicaciones en la detección de negocios”.<sup>26</sup>

### **b. Ventas de exportación, mercadeo de exportación**

“Es importante diferenciar, inicialmente, las definiciones de mercadeo y de ventas, el mercadeo no son ventas. Tal vez por ser una de las partes más visibles del mercadeo, las ventas, así como la propaganda, se confunden con el significado de mercadeo.

Las ventas y la propaganda forman parte de lo que se conoce como mercadeo, el cual fue definido por Kotler (2000) como un proceso social y de gestión por el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y quieren a través de la creación, oferta y cambio de productos y valores con otros. Se trata de un proceso que tiene como objetivo satisfacer las necesidades de las partes a través de los cambios. Una persona compra ropa porque necesita de esta y el vendedor necesita del recurso económico para viabilizar su negocio, por citar un proceso de cambio simple.

Para el equipo de investigación ventas es: la transacción realizada entre empresas-consumidores, la cual consiste en una salida de inventario (o la prestación de un servicio) para satisfacer las necesidades de los consumidores a cambio de una retribución económica que cubra los costos y gastos generados en su producción e incremente las utilidades de la empresa.

La Asociación Americana de Mercadeo (AMA), organización creada para los especialistas en mercadeo, trae una definición gerencial para el mercadeo, diciendo que estos valores son ofrecidos por la parte vendedora principalmente a través de la configuración (el acto de "diseñar" el objeto: el producto, el embalaje, la marca, los servicios ofrecidos), de la valoración (estableciendo el cambio que tengamos para el objeto: el precio), de la simbolización (asociación a determinados significados a través

---

<sup>26</sup> Guía. Plan de negocio para la exportación, México, Octava edición 2000. Bancomext.

de la comunicación) y finalmente a través de la facilitación (alterando la accesibilidad del objeto: el punto de venta o canales de distribución). Son las llamadas variables controlables del mercadeo: el producto, el precio, la comunicación y la distribución.

Dentro de los esfuerzos de comunicación que una empresa puede establecer, la literatura básica de mercadeo clasifica las ventas personales como una de las herramientas de comunicación disponibles, junto de otras como la propaganda, mercadeo directo, relaciones públicas y promoción de ventas, es decir, las ventas personales son una de las formas de la empresa que tiene para llevar su mensaje a los grupos de consumidores anhelados por esta.

Otro punto conceptual importante es que la literatura especializada en los canales de distribución clasifica las ventas personales como un formato de canal de distribución, es decir, estos son los agentes responsables de llevar los productos de los fabricantes a los clientes, haciéndolos disponibles. Por ejemplo, Coughlan clasifica a los vendedores de fabricantes como un canal de distribución directo basado en el fabricante. Ya en el caso de los representantes de venta, estos clasifican como agentes de venta, que pueden ser basados en fabricantes, a los vendedores orientados a la venta detallista o al por menor.

La venta personal es definida por Weitz como un proceso de comunicación personal en la que un vendedor identifica y satisface las necesidades de un comprador para el beneficio a largo plazo de ambas partes. Según Czinkota, la venta personal es la comunicación verbal directa concebida para explicar cómo los bienes, servicios o ideas de una persona o empresa sirven a las necesidades de uno o más clientes potenciales.

Para Rogers, la venta personal es el lado acentuado del mercadeo; porque es cuando los representantes de la empresa están frente a frente con los potenciales compradores. La fuerza de ventas funciona como un puente entre la empresa y los clientes”.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Antúñez Gordillo, Luis. “La Gestión Profesional de Ventas”, IT Campus Academy, 1ra. Edición, noviembre 2014.



Para comprender mejor las exportaciones, es importante distinguir entre las ventas de exportación y el mercadeo de exportación.

“Las ventas de exportación no requieren la adaptación del producto, el precio o el material promocional para satisfacer las necesidades de los mercados globales. El único elemento de la mezcla de mercadeo que difiere es la plaza (o distribución); es decir, el país donde se vende el producto. Esta estrategia de ventas puede funcionar para algunos productos o servicios; es viable para productos únicos con poca o ninguna competencia internacional.

El mercadeo de exportación capta al cliente en el contexto del entorno de mercado total. El experto en este tema no toma solo el producto nacional tal cual es y lo vende a clientes internacionales. Para el experto en mercadeo de exportación, el producto ofrecido en el mercado nacional representa un punto de partida. El producto se modifica según sea necesario para satisfacer las preferencias de los mercados meta internacionales, por ejemplo, se fijan precios adecuados para la estrategia de mercadeo, los costos incurridos en la preparación, transporte y financiamiento de las exportaciones deben tomarse en cuenta; se ajustan las estrategias y los planes de comunicación y distribución para adecuarlos al mercado”.<sup>28</sup>

#### **4. Mercado y comercio exterior**

Un **mercado**, “se compone de la demanda colectiva de un producto o servicio que satisfacen o que pueden satisfacer los productores, esto quiere decir que para que exista un mercado debe existir demanda.

El mercado “está constituido por personas o negocios que tienen poder adquisitivo, disposición y autoridad para comprar”.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Keegan, Warren J. y Green Mark C. “Marketing Internacional”, Pearson, Quinta Edición, Año 2009.

<sup>29</sup> Herbert F. Holtje, “Mercadotecnia”, McGraw-Hill, 1982.

Dentro de este ámbito es importante definir algunos conceptos relacionados al comercio de bienes y servicios:

El **comercio** en sí, “Es una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o para transformarlo. En general, esta operación mercantil implica la entrega de una cosa para recibir, en contraprestación, otra de valor semejante. El medio de intercambio en el comercio suele ser el dinero”.<sup>30</sup>

Ahora el **comercio internacional** comprende el intercambio de productos, bienes y servicios que entre sí realizan los países, regiones o bloques económicos del mundo, ya sea mediante organismos oficiales o a través de particulares.

Según el libro, “La Importancia del Comercio Internacional en Latinoamérica”, **Comercio Internacional** es el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera, que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) y entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

## 5. Definición y elementos de un plan exportador.

### a. Definición

“El plan de exportación, es una herramienta donde se plasman ideas y actividades que se pretenden llevar a cabo para alcanzar fines propuestos, donde un plan va acompañado de metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y

---

<sup>30</sup> Pérez Porto, Julián y Merino, María. Publicado: 2008. Actualizado: 2012. Definiciones: Concepto de comercio.

espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar con éxito lo requerido”.<sup>31</sup>

“El plan de exportación es la guía o documento que le muestra al empresario hacia dónde debe dirigir su esfuerzo exportador, y cómo competir con sus productos y servicios en el mercado internacional a fin de lograr el éxito (exportaciones seguras, en incremento y rentables). Es uno de los documentos más complejos de la planeación estratégica, puesto que la empresa forma parte activa en los factores del entorno internacional, que antes se consideraban lejanos y con reducida relevancia para ella. En las exportaciones, la empresa se inserta en el ámbito exterior, lo cual supone una mayor capacidad de toma de decisiones acertadas, más información, mejor capacitación del personal, entre muchas otras exigencias”.<sup>32</sup>

“El plan de exportación es una herramienta que facilita al empresario poder prever riesgos, identificar oportunidades y establecer estrategias. De igual forma, facilita al empresario la toma de decisiones basada en información”.<sup>33</sup>

Para el equipo de investigación, plan de exportación es un instrumento donde se detallan las estrategias que se deberán desarrollar para la exportación de un bien o servicio en un mercado específico, definiendo actividades, medios y recursos que en conjunto contribuirán al cumplimiento de los objetivos y metas establecidas, sirve de guía a los empresarios para prever riesgos, identificar oportunidades, y tomar decisiones.

---

<sup>31</sup> González Ramírez, Fátima dolores. Plan de exportación de nuez de marañón hacia Canadá. Trabajo de Graduación. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de El Salvador. Enero 2016.

<sup>32</sup> Alejandro Eugenio Lerma Kirchner, Enrique Márquez Castro, comercio y marketing internacional, cuarta edición Pág. 539 año 2010

<sup>33</sup> Guía práctica plan de exportación, promoción comoexport 2012. Pág.

## b. Elementos del plan exportador

“Las empresas comienzan a exportar como respuesta a nuevas oportunidades de negocios internacionales. Sin embargo, al momento de intentar aprovechar la misma, se debe de enfrentar con retos y requerimientos que no se sabe afrontar por no estar preparados. Es entonces donde se comienza a preguntar: ¿Qué puedo hacer para exportar exitosamente? es ahí donde es importante saber los elementos que constituyen un plan de exportación, ya que la investigación de mercados por sí sola no garantiza el éxito, tampoco la alta demanda o la calidad que pueda tener un producto o servicio, por lo tanto, es importante considerar dichos elementos que permite fácilmente incursionar en el mercado internacional”.<sup>34</sup>

Para Alejandro E. Lerma Kirchner, (Desarrollo de Nuevos Productos, Una Visión Integral, año 2010) los elementos que se necesita para preparar un buen plan de exportación son:

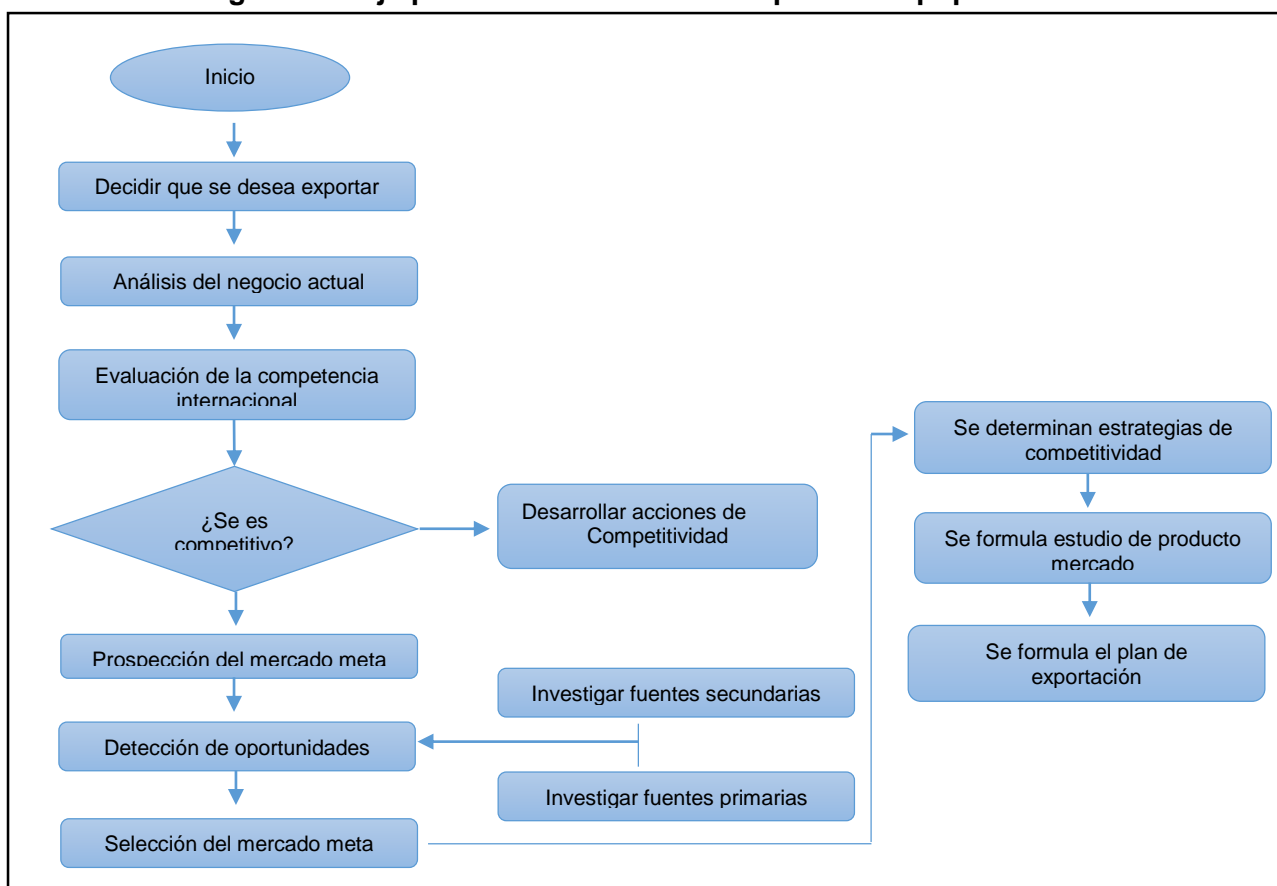
- i. Definición de lo que la empresa desea en la exportación por medio de la visión y objetivos que se pretende lograr.
- ii. Metodología que se utilizará para desarrollar el plan y para llevar a cabo la investigación respectiva.
- iii. Análisis de los elementos de la mezcla de mercadeo (Producto, Precio, Plaza y Promoción), agregando procesos, personal y medio físico para exportación de producto o servicios) enfocados al esfuerzo exportado. No debemos olvidar que el plan de exportación esencialmente es un plan de mercadeo preparado para el mercado extranjero.
- iv. Información interna en cuanto a las potencialidades de la organización para lanzarse a la conquista del mercado exterior.
- v. Información sobre los mercados y el entorno, las regulaciones aplicables a los procesos de exportación – importación, y la logística requerida y aplicable.

En la figura siguiente se describe detalladamente los elementos del plan de exportación:

---





<sup>34</sup> Díaz Bautista, Xiomara Liseth. Plan de Exportación de zapote al mercado italiano. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de El Salvador, marzo 2016.

**Figura 9. Flujo para la elaboración de un plan de exportación.**



Fuente: Alejandro E. Lerma Kirchner, Comercio y Marketing Internacional (Cuarta Edición) pág. 558

**Tabla 6. Simbología flujo para la elaboración de un plan de exportación**

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio/ Final	Representa el inicio y el final de un Flujograma.
	Línea de Flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación o cálculo de valores numéricos.
	Decisión	Nos permite analizar una situación con base a los valores verdadero y falso.

Fuente: Elaboración del equipo de Investigación

### c. Pasos para desarrollar un plan de exportación.

A continuación, se enlistan una serie de pasos que son recomendados para que la elaboración de un plan de exportación sea exitosa

- i. “Decidir que se desea exportar”: Si algo se exportará es porque ya ha habido un proceso previo de investigación y deliberación dentro de la organización.
- ii. Análisis del negocio actual: Lo que implica la elaboración de un resumen detallado de todos los aspectos relevantes de sus operaciones actuales  
Detección de oportunidades comerciales en el mercado internacional.
- iii. Evaluación de la competitividad internacional: Consiste en el análisis comparativo entre las fortalezas y debilidades de la empresa (principalmente en lo que se refiere a los productos o servicios) frente a los competidores en cada mercado meta. Un análisis de competitividad general se puede hacer a diferentes escalas. Puede ser por país o mediante indicadores de comercio.  
Los estudios de competitividad a base de indicadores de comercio necesitan considerar el índice de ventaja competitiva, el índice de participación, el índice de especialización y el índice de desempeño. Si se determina que el negocio no es competitivo. Es preciso utilizar la información sobre la situación del negocio para desarrollar esas capacidades de competencia a nivel internacional.  
Si, por el contrario, se decide que la organización es competitiva, el proceso debe continuar al paso siguiente:
- iv. Prospección de mercado meta: Encontrar un mercado meta que parezca atractivo está en función de la información general de los diversos mercados. Identifique aquellos que pudiesen ser promisorios para sus exportaciones; después haga investigación de información más detallada y proceda a evaluar concienzudamente el potencial real que le ofrece cada uno de los posibles mercados meta identificada.
- v. Detección de oportunidades: Una vez determinados, investigue a fondo cada mercado meta, en fuentes secundarias disponibles en su localidad, después en fuentes primarias. visite las localidades, ciudades o regiones a las que desea

- exportar, haga contacto y platique con los compradores potenciales e intermediarios, para ello apóyese de la estructura de las consejerías comerciales.
- vi. Determinar una estrategia competitiva: Con base en la información recabada en los pasos previos y, haciendo uso del ingenio y astucia, usted podrá identificar y determinar las acciones para mejorar el funcionamiento de su compañía en los nuevos mercados, y así incrementar el éxito de su esfuerzo exportador.
  - vii. Formular un estudio producto-mercado: En el cual se presente el producto a una muestra representativa del mercado, para saber cómo es en la práctica su percepción. Pueden hacerse grupos foco u otras técnicas de investigación para conocer la forma en que su producto será recibido en el mercado meta.
  - viii. Realizar un plan de exportación: Que identifique y describa uno o varios proyectos específicos de exportación que sean prometedores. Para obtener la información interna de la empresa, quien trabaje en el desarrollo del plan de exportación deberá recurrir a las fuentes de información internas, como son la observación y el análisis de sus operaciones, la consulta de registros de costos, información sobre la capacidad teórica y real de producción, los ciclos de venta en el mercado interno, etcétera.<sup>35</sup>

#### **d. Estrategias y Tácticas**

“Las estrategias se definen como orientaciones generales a las acciones de la organización que incluyen la asignación de recursos de diverso tipo, en tanto que las tácticas, comprendidas dentro de las estrategias, son orientaciones específicas que obviamente abarcan la asignación de recursos:

Dentro del plan de exportación interactúan una infinidad de variables, aspectos, situaciones y elementos que se deben tomar en cuenta al realizar tácticas y estrategias.

---

<sup>35</sup> Fuente: Alejandro E. Lerma Kirchner, Comercio y Marketing Internacional (Cuarta Edición) pág. 559-560. 2010.

Dado que el plan de exportación es un tipo especial de plan de mercadeo, para el diseño de estrategias debe considerarse la mezcla de mercadeo, el cual implica estrategias para:

- i. Producto enfocado hacia el mercado exterior.
- ii. Precio de exportación incluyendo las cotizaciones internacionales.
- iii. Mercado o plaza que incluye tanto a los clientes como a los canales de distribución y a cada uno de los competidores.
- iv. Promoción internacional, que comprende la participación en ferias, misiones comerciales, ruedas de negocios, ventas internacionales, uso de bases de datos para la promoción por correo electrónico, envío de muestras, inserción de página web en internet, etc., tanto con apoyo gubernamental como en forma independiente.

Dentro de las más importantes estrategias que deberá contener el plan de exportación, están:

- i. Estrategias de posición y posicionamiento frente a la competencia internacional.
- ii. Estrategias para el mercado meta, servicio de ventas, y la relación con el cliente la cual incluye los esfuerzos para comunicarse con el consumidor antes, durante y después de realizar una venta.
- iii. Estrategias para el producto (estandarización o adaptación), envase, embalaje.
- iv. Estrategias para la organización de la empresa para la exportación.
- v. Estrategias referentes a la promoción.
- vi. Estrategias para la distribución; analice si le es conveniente la distribución directa o bien hacerlo mediante terceros, agentes y distribuidores, identifique a los posibles candidatos y evalúe sus cualidades y capacidades.
- vii. Estrategias sobre logística; en la actualidad la logística es un proceso de gerencia de los movimientos esenciales de la empresa. Las tácticas de logística se pueden enunciar en un conglomerado de acciones que comprenden:
  - Transporte. Asegurarse de que los productos lleguen a tiempo, sin alteraciones y que la llegada a su destino no esté comprometida o influida por otros factores.



- Inventarios. Consiste en conocer el número de unidades vendibles y ventas de un producto, así como las utilidades generadas en un tiempo determinado.
  - Seguros.
  - Tramitación aduanera.
  - Formas internacionales de pago, especialmente la carta de crédito.
- viii. Estrategias relativas a la negociación con clientes, gobiernos y otros actores, en fin, todos los campos en los que se pueda crear un valor agregado o un atractivo para que el cliente prefiera su producto o servicio”.<sup>36</sup>

#### **e. Análisis FODA**

“FODA es un acrónimo que se usa para describir las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas particulares que son factores estratégicos para una empresa específica. El análisis FODA no sólo debe permitir la identificación de las competencias distintivas de una corporación, es decir, las capacidades y los recursos específicos con que una empresa cuenta y la mejor manera de utilizarlos, sino también identificar las oportunidades que la empresa no es capaz de aprovechar actualmente debido a la falta de recursos adecuados. Con el paso del tiempo, el análisis FODA ha probado ser la técnica analítica más perdurable que se utiliza en la administración estratégica.”<sup>37</sup>

“El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un

---

<sup>36</sup> Lerma Kichner, Alejandro y Marquéz Castro, Enrique. “Comercio y Marketing Internacional” CENGAGE Learning, Cuarta Edición Año 2010.

<sup>37</sup> Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David, “Administración Estratégica y Política de Negocios, Conceptos y Casos, Pearson Prentice Hall, Décima Edición, 2007.

equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.

### **¿Cómo identificar las fortalezas y debilidades?**

Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con atributos psicológicos y su evidencia de competencias. Otro aspecto identificado como una fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización, como un logro que brinda la organización y una situación favorable en el medio social. Una debilidad de una organización se define como un factor considerado vulnerable en cuanto a su organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, colocándola en una situación considerada débil. Para Porter, las fortalezas y oportunidades son, en su conjunto, las capacidades, es decir, el estudio tanto de los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones o empresas competidoras (productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación e ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, etc.)

### **Identificar oportunidades y amenazas.**

Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones.

Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales. Las oportunidades y amenazas no sólo pueden influir en la actividad del estado de una organización; ya que establecen la necesidad de emprender acciones de carácter estratégico, pero lo importante de este análisis es

evaluar sus fortalezas y debilidades, las oportunidades y las amenazas y llegar a conclusiones.”<sup>38</sup>

“El resultado del diagnóstico externo (identificación y análisis de las oportunidades y amenazas del entorno general, del entorno industrial o sectorial y del entorno competitivo) y del diagnóstico interno (fortalezas y debilidades de los diferentes recursos y capacidades de las áreas o dependencias: directivos, técnicos o de producción, financieros, comerciales, de potencial humano) se construye con lo que usualmente se conoce como matriz DOFA, es decir, matriz de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas”.<sup>39</sup>

#### **f. Método de combinación de factores**

“En este método se combinan diversos factores que inciden en el pronóstico de las ventas. Dichos factores están relacionados con las fuerzas económicas; las influencias de la administración; las ventas del último ejercicio que fueron impactadas por el crecimiento o el retroceso, por los cambios en los productos o en el mercado, por eventos que ocurren alguna vez y muy rara vez se repiten.

La relación a utilizar es  $S = (Sp \pm F) \times E \times A$

$F = (\pm a, \pm c, \pm g)$

En donde: S, venta proyectada;

Sp, ventas del último ejercicio;

F, variación de Sp debido a factores específicos de venta:

---

<sup>38</sup> Ponce Talancón, H. “La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales” en Contribuciones a la Economía, septiembre 2006. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>

<sup>39</sup> Bernal Torres, César A., Sierra Arango, Hernán Darío, “Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI”, Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 1era. Edición, 2008.

- 1)  $\pm a$ : factores de ajuste,
- 2)  $\pm c$ : factores de cambio,
- 3)  $\pm g$ : factores corrientes de crecimiento;

E, % de relación de  $(Sp \pm F)$  debido a condiciones económicas en general;

A, % de relación de  $(Sp \pm F) \times E$  debido a la acción administrativa.

Los factores de ajuste (a) de diversas clases que afectaron las ventas del último periodo. Ejemplos incendios, retrasos en recibir la materia prima, huelgas, un comprador desconocido, etc.

Tales factores se suman o restan, dependiendo de la situación real que haya existido en el periodo anterior; es decir, se suma un hecho pasado inconveniente que se espera no ocurra en el siguiente año, ejemplo un incendio; y se resta un hecho que favoreció al ejercicio pasado, pero que se estima que definitivamente no se presentará el próximo año, ejemplo un comprador desconocido.

Los factores de cambio (c) en el producto y en el mercado, ejemplos mejor calidad del producto, modificación de los canales de distribución, etc.

Los factores corrientes de crecimiento (g) del negocio por la dinámica acumulada de los esfuerzos de venta o por el potencial inductivo derivado del crecimiento de la industria a que pertenece el negocio. Se deben considerar los porcentajes de crecimiento que existan para el presente ejercicio<sup>40</sup>.

### **“Crecimiento esperado para El Salvador, economía**

La tendencia registrada por la actividad económica en el presente año y la evolución de los indicadores de corto plazo, unido a la buena dinámica de crecimiento económico de

---

<sup>40</sup> Rodríguez Zanteliz, Roberto E. Catedrático Universidad El Salvador, Facultad de Economía, Técnicas Presupuestarias, guía No. 3, 2017. Pág. 3.

los principales socios comerciales de El Salvador, permiten confirmar la proyección de crecimiento del PIB real de 2.6% para el año 2018 y 2019.

El Dr. Cabrera indicó que Estados Unidos, principal comprador de bienes y servicios salvadoreños, mantiene una economía sólida en términos de crecimiento económico y empleo, lo cual genera efectos económicos favorables en El Salvador<sup>41</sup>.

#### **g. Logística de Exportación**

“La logística comprende al conjunto de acciones y trámites necesarios para hacer llegar a mercancía al cliente y lograr que se efectúe el pago correspondiente. También abarca el transporte o flete, la entrega de la mercancía en el lugar convenido, con el correspondiente manejo de las mercancías, la tramitación aduanera y documentación requerida, la obtención del seguro, la gestión de crédito, cuando aplique, y la cobranza respectiva (formas internacionales de pago), con lo que se concluye el ciclo comercial exportador.

La mercancía a exportar, normalmente requiere ser estibada en una forma especial para, evitar que se dañe por la serie de maniobras por las que tiene que pasar desde el lugar de origen hasta el de destino. En el ámbito de las exportaciones, la logística es algo más compleja debido a la necesidad de que la mercancía salga de un país e ingrese a otro, para lo que se requiere el conocimiento y la colaboración de las autoridades aduaneras de ambos países. Los procesos de exportación frecuentemente requieren, además, varios tipos de transporte<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> Banco Central de Reserva de El Salvador (diciembre-2018). BCR, Confirma proyección de crecimiento económico:[https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=1272:bcr-confirma-proyecci%C3%B3n-de-crecimiento-econ%C3%B3mico-de-26-para-2018-y-2019&Itemid=168](https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1272:bcr-confirma-proyecci%C3%B3n-de-crecimiento-econ%C3%B3mico-de-26-para-2018-y-2019&Itemid=168)

<sup>42</sup> Lerma Kirchner, Alejandro E., Comercio y Marketing Internacional (Cuarta Edición). Pág. 517. Año 2010.

### **i. Proceso de compras de mercadería.**

El producto constituye el objeto de la exportación, pero éste no se exporta solo, va contenido dentro de una serie de facilidades que lo hacen accesible y deseable por parte del introductor, comercializador y consumidor, por lo que, en sentido amplio, el producto incluye además del objeto, al envase y embalaje.

El análisis de las características del producto es estratégico para evaluar su perfil de competitividad dentro del altamente competitivo mercado internacional.

Es esencial que al momento de realizar un proceso de compras se tomen en cuenta las siguientes preguntas: ¿Qué comprar? ¿Cuándo comprar? ¿Cómo será la forma de pago? ¿Qué cantidad y de qué tipo?, Por lo que será necesario tomar en cuenta lo siguiente:

- Investigar los mercados (Tendencias de artesanías de madera).
- Negociar precios, calidad, fechas y modalidad de entrega, así como fechas y formas de pago.
- Realizar contratos y órdenes de compra (Especificaciones técnicas: tipo de artesanía, medida, diseño, colores, etc.).
- Registrar pedidos y elaborar cronograma de entrega.
- Administrar la devolución de productos defectuosos, o de distinta calidad de la solicitada o cantidades erróneas (Es esencial la comunicación constante con los talleres).
- Administrar las normas de embalaje.
- Formular y presentar estadísticas relacionadas con esta etapa.

### **ii. Inventarios**

Se deberá conocer las cantidades exactas en todo momento y cantidades, para, facilitar los procesos de compras, estimar con que cantidad se cuenta y cuanto hay que solicitar a los talleres para cumplir con los pedidos.

“El contar con los niveles óptimos de inventarios evitara rupturas de inventarios y que a la vez no tenga exceso en almacén. La ruptura de inventario se define como: la cantidad

de demanda solicitada por un consumidor o cliente no satisfecho por ausencia de mercadería disponible para la venta suficiente para atender un pedido.

Cálculo:

$$\text{Ruptura de inventario} = \frac{\text{Pedidos no satisfechos}}{\text{Pedidos totales}} \times 100$$

Hay que tomar en cuenta que el inventario total incluye tanto las existencias disponibles como aquellas que están pedidas”.<sup>43</sup>

### **Método para el control de inventarios por demanda:**

“Este sistema de control de inventarios empieza con el pedido del cliente. Con esta estrategia, las empresas solo tienen productos para cumplir con la demanda de los clientes. Su principal ventaja es que no habrá exceso de mercadería que necesite ser almacenado, disminuyendo los costes por almacenamiento, por transporte, y los niveles de inventario”.<sup>44</sup>

Un ejemplo del método es el sistema justo a tiempo (Just In Time). Este método se puede combinar pronosticando el inventario necesario para satisfacer la demanda de los clientes. Para ello es de mucha importancia contar con datos estadísticos históricos.

### **iii. Tratado de Libre Comercio (TLC)**

“Un tratado de libre comercio (TLC) es un acuerdo internacional entre dos o más países o Partes cuyo objetivo principal es establecer reglas comunes para normar la relación comercial entre ellos. Con ese propósito, los TLC suelen incorporar reglas en materia de comercio de bienes, comercio de servicios, inversión, propiedad intelectual, mecanismos de defensa comercial y, de la mayor importancia, solución de controversias. En algunos

---

<sup>43</sup> Meet Logistics (Junio 2018). Cómo medir la rotura de stock: <https://meetlogistics.com/inventario-almacen/la-rotura-de-stock/>

<sup>44</sup> Gestión de inventarios (junio 2018). Modelos Push y Pull: <https://www.transgesa.com/blog/gestion-de-inventarios-push-y-pull/>

tratados recientes se incluyen también ciertas disposiciones en materia laboral y ambiental”.<sup>45</sup>

Según el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio- GATT (Acuerdos Regionales Comerciales), El (TLC) es: “Un grupo de dos o más territorios aduaneros entre los cuales se eliminen los derechos de aduana y las demás reglamentaciones comerciales restrictivas con respecto a lo esencial de los intercambios comerciales de los productos originarios de los territorios constitutivos de la zona de libre comercio”.<sup>46</sup>

El objetivo es eliminar o disminuir gradualmente las tarifas arancelarias que limitan la comercialización de mercancía entre países. Sin embargo, es importante conocer la procedencia de un producto o porcentaje de origen que contiene una mercancía, lo cual se negocia y se denomina Norma de Origen, que previene cualquier triangulación con países que no son parte del acuerdo.

Todos los gobiernos tienen un propósito en común, incrementar la compra y venta de productos y servicios, siempre y cuando se respete el marco legal con el que cuenta cada país -La Constitución-, se rija por las normas de origen acordadas entre éstos en el marco de un acuerdo comercial y se cumplan los principios de la Organización Mundial de Comercio (OMC), como son los de trato nacional”.<sup>47</sup>.

---

<sup>45</sup> Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Estados Unidos: preguntas frecuentes. Volumen 7 / Ministerio de Comercio Exterior. Costa Rica –1. ed.– San José, C.R.: COMEX, 2003. ISBN 9968-740-51-9. Página. 1

<sup>46</sup> Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (junio 2018):  
[https://www.wto.org/spanish/docs\\_s/legal\\_s/gatt47.pdf](https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/gatt47.pdf)

<sup>47</sup> Pinto Elías de Pinaud, Rosa Ana. Ensayo Científico “Impacto en la Industria Láctea, de El Salvador después de Cinco Años del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y El Salvador. 2006-2011. Facultad de Post Grados y Educación Continua. Universidad Dr. José Matías Delgado. Pág. 10.



**Principio del sistema de comercio.**

Trato Nacional, “dar a los demás el mismo trato que a los nacionales, figura también en los tres principales Acuerdos de la OMC, artículo 3 del GATT, artículo 17 del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) y artículo 3 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)”.<sup>48</sup>

**Concepto del Tratado de Libre Comercio (TLC)**

“El punto principal que le importa señalar es que los TLC son más que instrumentos de política comercial y que no pueden considerarse como fin en sí mismos, un Tratado de Libre Comercio es un acuerdo entre dos o más países, cuyo objetivo principal es establecer reglas comunes para normar la relación comercial entre ellos”.<sup>49</sup>

**Naturaleza Jurídica del Tratado de Libre Comercio.**

“Para determinar la naturaleza jurídica del TLC, es necesario hacer una serie de observaciones. *En primer lugar*, debemos determinar por qué disposiciones se encuentran regidos los tratados y Max Sorensen (Diplomático y Profesor en Derecho Internacional-Dinamarca) ‘manifestó que estos están sometidos a las normas de derecho internacional’, para la siguiente observación citamos al mismo autor, quien establece que estos son celebrados y ratificados por los Estados u otras personas internacionales, por lo tanto, manifiesta que los tratados pertenecen al derecho internacional público al encontrarse regido por sus normas y por ser celebrados entre sujetos reconocidos por el derecho internacional”.<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Organismo Mundial de Comercio (Junio 2018). Los Principios del Sistema de Comercio: [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/fact2\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm)

<sup>49</sup> Diana Delgado, Faustino Ventura, Historia de la tierra en El Salvador. Tratado de Libre Comercio, trabajo de graduación, Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, Antiguo Cuscatlán, junio 2013.

<sup>50</sup> Saco Chung, Víctor. Resolución de conflictos normativos en Derecho Internacional Público. Agenda Internacional. Año 2008. XV, N° 26, pp. 231-261 ISSN 1027-6750.

## Objetivos de El Tratado de Libre Comercio (TLC)

El Tratado de Libre Comercio establece los siguientes objetivos:

- “Promover las condiciones para una competencia justa e incrementar las oportunidades de inversión.

En este caso se determina que, como uno de los grandes objetivos de los tratados, es promover entre los Estados la idea de competir comercialmente hablando entre ellos, de una manera justa, obligándolos de esa forma a que, den las mismas facilidades y sean igualmente flexibles entre ellos a la hora de querer ingresar un producto extranjero a sus fronteras. De igual forma, se busca darles oportunidad a los nuevos inversionistas para que puedan promover sus productos a nivel internacional y que, en teoría, logren competir a la par de los grandes productores y comerciantes de los países firmantes.

- Proporcionar la protección adecuada y efectiva haciendo valer los derechos de propiedad intelectual en el territorio de las partes.

En este sentido, el objetivo del Tratado de Libre Comercio, es la protección de los derechos de autor del creador de una obra intelectual o bien de alguna obra musical o literaria, así como los logros publicitarios y marcas distintivas de un producto.

- Establecer procedimientos eficaces para la aplicación de los tratados de un libre comercio y para la solución de controversias.

Estos tratados deben ser considerados cuando se quiere exportar para obtener los beneficios que estos ofrecen para que el producto tenga un precio competitivo”.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Estupinian Navarrete, Manuel de Jesús. El tratado de libre comercio, su regulación en el aspecto laboral y su incidencia en la legislación laboral salvadoreña. Trabajo de graduación Facultad de Ciencias Jurídicas, Universidad de El Salvador, mayo 2013, p. 39 y 40.

#### iv. Términos Internacionales de Comercio INCOTERMS 2010

El término “INCOTERM se deriva de la abreviación de “International Commerce Terms (Términos de Comercio Internacional), cada uno refleja las normas de aceptación voluntaria por las dos partes —comprador y vendedor—, acerca de las condiciones de entrega de las mercancías y/o productos.

Los INCOTERMS se refieren únicamente a contratos de venta de mercancías, no de servicios, y se agrupan en cuatro categorías, que se conocen por la primera letra de las siglas del Incoterms, que pueden ser:

E= Exit (punto de salida u origen)	C= Cost (costo de flete principal incluido)
F= Free (libre de flete principal)	D =Delivered (libre de flete principal)” <sup>52</sup>

Los Incoterms son un conjunto de reglas que definen las responsabilidades de las empresas compradoras y vendedoras en la entrega de mercancías al amparo de los contratos de compraventa, estos son regulados por la Cámara de Comercio Internacional.

Los “Incoterms, forman parte importante de la ‘cadena de precios de exportación’, ya que definen las condiciones desde el punto de origen y el punto de destino, dando lugar a precios diferentes en función del punto y condiciones de entrega pactadas con su cliente.

Cuando se habla del cálculo de precio de exportación, se hace referencia a un mercado y a unas condiciones de entrega concretas. La construcción de la cadena de exportación entre un punto de origen y un punto de destino, da lugar a precios diferentes en función

---

<sup>52</sup> Boletín: Términos internacionales de comercio INCOTERMS 2010. INFOCIEX, Banco Central de Reserva. Publicación, enero - marzo Año 2013. N° 15

de las condiciones de venta o de entrega que estén negociadas y que vendrán definidas dependiendo el Incoterms utilizado en la operación”.<sup>53</sup>

**Tabla 7. INCOTERMS según Tipo de Medio de Transporte**  
Cualquier medio de transporte (polivalente)

Cualquier medio de transporte (polivalente)	
<b>CIP</b>	Carriage and Insurance Paid to: Incluye el costo y el seguro de transporte hasta un punto convenido del trayecto.
<b>CPT</b>	Carriage Paid to: Incluye el costo de transporte hasta un punto convenido del trayecto.
<b>DAT</b>	Delivered at Terminal: Entregado en el país destino, en una terminal específica.
<b>DAP</b>	Delivered at Place: Entregado en una ciudad específica dentro del país destino.
<b>DDP</b>	Delivered Duty Paid: Encargado dentro del país destino habiendo pagado derechos arancelarios de importación y demás impuestos.
<b>EXW</b>	Ex Works: Puesto en fábrica (País de origen).
<b>FCA</b>	Free Carrier: Libre de flete.
Transporte marítimo	
<b>CIF</b>	Cost, Insurance and Freight: Incluye el flete y seguro hasta un puerto de destino convenido.
<b>CFR</b>	Cost and Freight: Incluye flete hasta un puerto de destino convenido.
<b>FAS</b>	Free Alongside Ship: Libre de flete, entregado al costado del buque.
<b>FOB</b>	Free on Board: Libre de flete, entregado a bordo del buque.

Fuente: Guía de exportación de bienes El Salvador, Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), publicado año 2016. Pág. 39

---

<sup>53</sup> Guía de exportación de bienes El Salvador, Organismo Promotor de Exportaciones Inversiones de El Salvador (PROESA), publicado año 2016.

### C. MARCO LEGAL

Tradicionalmente, el comercio era regulado mediante acuerdos bilaterales entre dos países. “En el siglo XIX, especialmente en Gran Bretaña, el libre comercio tomó fuerza, y esta perspectiva ha venido dominando el cálculo político entre los países occidentales hasta la actualidad”.<sup>54</sup>

De acuerdo a la Organización Mundial de Comercio (OMC) Países como Estados Unidos de América otorga preferencias unilaterales a los países en desarrollo a través de varios esquemas (Tratados de Libre Comercio). Estas preferencias pueden estar condicionadas al cumplimiento de criterios con el fin de fomentar políticas sólidas y, permitir a los beneficiarios ampliar el comercio y las inversiones. Estados Unidos tiene un mercado en el que se registran constantes cambios, especialmente en cuanto a nuevos productos y competidores.

Debe asegurarse el cumplimiento de las normas sobre calidad y seguridad de los productos teniendo en cuenta que deben satisfacer algunas de las regulaciones y normas más severas del mundo. Para ello es importante un análisis previo de los requerimientos pues no solo el consumidor es exigente, sino que también cuenta con los mecanismos legales apropiados para exigir su cumplimiento.

Por su parte El Salvador cuenta “con un conjunto de leyes que promueven y protegen el comercio, que forman parte del sistema legal del país y brindan beneficios a inversionistas, locales, extranjeros y exportadores”.<sup>55</sup> Entre las cuales se mencionan a continuación:

---

<sup>54</sup> Steimberg, Federico. (2004) La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica.

<sup>55</sup> Organismo Promotor de Exportaciones Inversiones de El Salvador /PROESA (junio 2018). Inversiones: <http://www.proesa.gob.sv/inversiones/haciendo-negocios-en-el-salvador/marco-legal>

## **1. Constitución de la República de El Salvador.**

La constitución de la república de El Salvador rige “El orden económico que responde esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano.

La Constitución de la República de El Salvador, se garantiza la libertad económica, en lo que no se oponga al interés social.

El Estado fomentará y protegerá la iniciativa privada dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y para asegurar los beneficios de ésta al mayor número de habitantes del país”.<sup>56</sup>

### **La ley, su formación, promulgación y vigencia (Constitución de La República de El Salvador).**

#### **Sección tercera -Tratados**

##### **Tratados Internacionales:**

Los tratados de libre comercio son aquellos acuerdos internacionales celebrados por escrito entre Estados, entre organismos internacionales, o entre Estados y organismos internacionales.

La ley de su formación, promulgación y vigencia rige “Los tratados internacionales celebrados por El Salvador con otros Estados o con Organismos Internacionales, constituyen leyes de la República al entrar en vigencia, conforme a las disposiciones del mismo tratado y de esta Constitución.

La ley señala que “No se podrán ratificar los tratados en que se restrinjan o afecten de alguna manera las disposiciones constitucionales, a menos que la ratificación se haga con las reservas correspondientes. Las disposiciones del tratado sobre las cuales se hagan las reservas no son ley de la República.

---

<sup>56</sup> Constitución de la República de El Salvador, Decreto N° 38, Fecha 15/12/1983 Diario Oficial: 234 Tomo: 281 Publicación Diario Oficial: 16/12/1983 Art. 1 Art. 2.

Así mismo “No podrán celebrarse o ratificarse tratados u otorgarse concesiones en que de alguna manera se altere la forma de gobierno o se lesionen o menoscaben la integridad del territorio, la soberanía e independencia de la República o los derechos y garantías fundamentales de la persona humana”.<sup>57</sup>

“Lo dispuesto en el inciso anterior se aplica a los tratados internacionales o contratos con Gobiernos o Empresas nacionales o internacionales en los cuales se someta el Estado Salvadoreño, a la jurisdicción de un tribunal de un estado extranjero. Lo anterior no impide que, tanto en los tratados como en los contratos, el Estado salvadoreño en caso de controversia, someta la decisión a un arbitraje o a un Tribunal Internacional”.<sup>58</sup>

## **2. Ley de Reactivación de las Exportaciones**

La presente Ley tiene por objeto “la exportación de bienes y servicios, fuera del área centroamericana, a través de instrumentos adecuados que permitan a los titulares de empresas exportadoras la eliminación gradual del sesgo anti-exportador generado por la estructura de protección a la industria de sustitución de importaciones”.<sup>59</sup>

La ley rige que Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, titulares de empresas que sean exportadoras o comercializadoras de bienes o servicios, de origen salvadoreño podrán gozar de la devolución del 6% del valor libre a bordo o valor FOB; previa autorización del Ministerio de Economía y el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- a. Presentación de la solicitud de devolución del 6% del valor FOB exportado y documentación respectiva ante el Ministerio de Economía, dentro de los 90 días calendario siguientes a la fecha de la exportación;

---

<sup>57</sup> Constitución de la República de El Salvador, Decreto N° 38, Fecha 16/12/1983 Diario Oficial: 234 Tomo: 281, Publicado en Diario Oficial: 12/16/1983. Art. 144 al Art. 146.

<sup>58</sup> Constitución de la República de El Salvador. Explicada sexta edición, FESPAD 2002.

<sup>59</sup> Ley de Reactivación de las Exportaciones, Decreto nº 460.1998. República de El Salvador Art.1

- b. Comprobación de que ha efectuado la exportación en los términos que establece la presente Ley, su Reglamento y demás disposiciones aplicables según los artículos: 1, 2 y 4”.<sup>60</sup>

### **3. Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa.**

La presente Ley tiene por objeto “fomentar la creación, protección, desarrollo y fortalecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas, en adelante también denominadas MYPES, y contribuir a fortalecer la competitividad de las existentes, a fin de mejorar su capacidad generadora de empleos y de valor agregado a la producción; promover un mayor acceso de las mujeres al desarrollo empresarial condiciones de equidad, y constituye el marco general para la integración de las mismas a la economía formal del país, mediante la creación de un entorno favorable, equitativo, incluyente, sostenible y competitivo para el buen funcionamiento y crecimiento de este sector empresarial.

Esta Ley tiene como finalidad estimular a la Micro y Pequeña Empresa en el desarrollo de sus capacidades competitivas para su participación en los mercados nacional e internacional, su asociatividad y encadenamientos productivos; facilitando su apertura, desarrollo, sostenibilidad, cierre y liquidación”.<sup>61</sup>

### **4. Ley especial para sancionar infracciones aduaneras**

La presente Ley tiene como objeto tipificar y combatir las conductas constitutivas como infracciones aduaneras, establecer las sanciones y el procedimiento para aplicarlas.

#### **Definición de las infracciones y su clasificación**

Constituyen infracciones aduaneras las conductas previstas en esta ley, que consisten en acciones u omisiones que infringen las normas aduaneras, acuerdos, convenios,

---

<sup>60</sup> Ley de reactivación de las exportaciones, Decreto n° 460.1998. República de El Salvador. Art 2

<sup>61</sup> Ley de fomento, protección y desarrollo para la micro y pequeña empresa, Decreto No 667. Art. 1 y Art. 2. D.O. N° 90 Tomo N° 403. Fecha: 20 de mayo de 2014.



tratados y otros instrumentos en materia de comercio, las demás, regulan el ingreso y salida de mercancías del territorio nacional.

Para los efectos de esta ley, las infracciones aduaneras se clasifican en administrativas, tributarias y penales.

- a. **Son infracciones administrativas** aquellos actos u omisiones previstos en esta ley, que constituyen transgresión o violación de la normativa aduanera o incumplimiento a la normativa establecida en acuerdos, convenios, tratados y otros instrumentos en materia de comercio, sin que puedan ocasionar un perjuicio fiscal.
- b. **Son infracciones tributarias** aquellos actos u omisiones previstos en esta ley, que constituyen trasgresión o violación de la normativa aduanera o incumplimiento a la normativa establecida en acuerdos, convenios, tratados y otros instrumentos en materia de comercio que puedan ocasionar un perjuicio fiscal, sin que lleguen a tipificarse como delito.
- c. **Son infracciones penales** las acciones u omisiones dolosas o culposas tipificadas como delito por la presente ley que trasgreden o violan la normativa aduanera o incumplimiento a la normativa establecida en acuerdos, convenios, tratados y otros instrumentos en materia de comercio, que provocan o pueden provocar un perjuicio fiscal o que puedan evitar, eludir, alterar, impedir o imposibilitar el efectivo control aduanero o causar daño a los medios utilizados en el ejercicio de dicha función.

Las conductas constitutivas de infracciones aduaneras previstas en esta Ley, se sancionarán en esta forma independiente, aun cuando tengan origen en una misma declaración de mercancías, aplicando la sanción prevista para cada infracción específica, sin perjuicio que pueda hacerse en un solo acto”.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> Ley especial para sancionar infracciones aduaneras Decreto Legislativo No. 588, de fecha 10 de abril de 2008, publicado en el Diario Oficial No. 72, Tomo 379 de fecha 18 de abril de 2008.

## **5. Ley del Seguro Social y Reglamentos del Régimen General de Salud Y Riesgos Profesionales.**

“El régimen del Seguro Social debe responder en todo tiempo a las posibilidades económicas de la población activa y del Gobierno de la República.

Debe delimitarse con claridad el campo de acción del Seguro Social, con la actividad que le corresponde desarrollar al Gobierno para realizar la Seguridad Social de todos los habitantes de la República”.<sup>63</sup>

Los patronos obligados a inscribirse y a inscribir a sus trabajadores, deberán hacerlo en el Departamento de Afiliación e Inspección del Instituto Salvadoreño del Seguro Social en el Municipio de San Salvador y en el resto de las circunscripciones territoriales a donde se extienda el régimen en las dependencias que el Instituto tenga instaladas para el efecto en tales lugares, dentro de los plazos señalados en el Reglamento para la Aplicación del Régimen del Seguro Social”.<sup>64</sup>

Las cuotas que aportarán los patronos, los trabajadores y el Estado, destinadas a financiar el costo de las prestaciones y de la administración, se determinarán con base a la remuneración afecta al Seguro Social. Para la cobertura del régimen general de salud y riesgos profesionales, el patrono aportará el siete punto cincuenta por ciento (7.50%) y el trabajador el tres por ciento (3%), de la referida remuneración. El Estado deberá aportar una cuota fija anual no menor de cinco millones de colones que será ajustada de acuerdo con los estudios actuariales, cada cinco años, y extraordinariamente, cuando sea necesario para el mantenimiento del equilibrio financiero del régimen”.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> Ley del Seguro Social y Reglamentos del Régimen General de Salud y Riesgos Profesionales. Inciso II, III

<sup>64</sup> Reglamento para la afiliación, inspección y estadística del instituto Salvadoreño del Seguro Social, Capítulo 1, "Art. 1

<sup>65</sup> Ley del Seguro Social y Reglamentos del Régimen General de Salud y Riesgos Profesionales. Art.29

## 6. Ley de Impuestos Sobre la Renta Persona Natural.

“Las personas naturales domiciliadas, calcularán el impuesto aplicando a la renta neta o imponible que resulte, la tabla del artículo 37. Las personas naturales no domiciliadas, calcularán el impuesto aplicando a su renta neta o imponible una tasa del 25%”.<sup>66</sup>

**Tabla 8. Tabla de retención del Impuesto sobre la Renta.**

	DESDE	HASTA	% A APLICAR	SOBRE EL EXCESO DE	MAS CUOTA FIJA DE
<b>I TRAMOS</b>	\$0.01	\$472.00	SIN RETENCIÓN		
<b>II TRAMOS</b>	\$472.01	\$895.25	10%	\$472.00	\$17.67
<b>III TRAMO</b>	\$895.25	\$2,038.11	20%	\$895.25	\$60.00
<b>IVTRAMO</b>	\$2,038.11	En adelante	30%	\$2,038.10	\$288.57

Fuente: Decreto N°95, del Órgano Ejecutivo de la República de El Salvador a Ley de Impuesto sobre la Renta, diciembre 2015 art.1

## 7. Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones

El Sistema comprende el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, mediante los cuales se administrarán los recursos destinados a pagar las prestaciones que deban reconocerse a sus afiliados, para cubrir los riesgos de Invalidez Común, Vejez, Longevidad y Muerte de acuerdo con esta Ley.

“Los empleadores y trabajadores contribuirán al pago de las cotizaciones dentro del Sistema en las proporciones establecidas en esta ley.

La tasa de cotización será de quince por ciento del ingreso base de cotización respectiva.

Esta tasa se distribuirá así:

---

<sup>66</sup> Ley de Impuestos sobre la Renta Persona Natural. Art. 34

- a. Siete punto veinticinco por ciento (7.25%) del ingreso base de cotización, a cargo del trabajador, la cual se destinará íntegramente a su cuenta individual de ahorro para pensiones; y,
- b. Siete punto setenta y cinco por ciento (7.75%) del ingreso base de cotización, a cargo del empleador.”<sup>67</sup>

## **8. Tratados de Libre Comercio (TLC) firmados por El Salvador**

De acuerdo a datos del Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones CIEX, “El Salvador ha firmado ocho acuerdos comerciales con países como: Estados Unidos, México, Chile, República Dominicana, Panamá, Colombia, Taiwán y la Unión Europea. Para todos estos acuerdos se contó con un comité, involucrando también a la empresa privada y a las gremiales industriales”.

### **Tratado de Libre Comercio Centroamérica – República Dominicana- Estados Unidos- República de El Salvador.**

Centroamérica ha firmado tratados de libre comercio que benefician en gran medida a los comerciantes en general. A continuación, se detallan los tratados vigentes en los cuales participa El Salvador:

---

<sup>67</sup> Reformas a la Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones. Art.16

**Tabla 9. El Salvador, Tratados de Libre Comercio**

País	Firma del Tratado de Libre Comercio	Entrada en Vigencia	Observaciones
México	29 de junio de 2000	15 de marzo de 2001	Guatemala, El Salvador y Honduras – México
República Dominicana	16 de abril de 1998 se firmó la parte normativa del acuerdo; el 28 de noviembre de 1998 se firmó el protocolo de los acuerdos alcanzados	04 de octubre de 2001	Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica - República Dominicana
Chile	18 de octubre de 1999. El protocolo bilateral El Salvador-Chile se firmó el 20 de noviembre de 2000	03 de junio de 2002 entró en vigencia el protocolo bilateral Chile-El Salvador	Hay parte normativa común y protocolos bilaterales Centroamérica – Chile
Panamá	06 de marzo de 2002	11 de abril de 2003	
Estados Unidos	28 de mayo de 2004 (C.A. - EEUU) y 5 de agosto de 2004 (C.A.-EEUU-R.D.)	01 de marzo de 2006	Centroamérica - Estados Unidos - República Dominicana
Taiwán	07 de mayo de 2007	01 de marzo de 2008	El Salvador y Honduras – Taiwán
Colombia	09 de agosto de 2007	01 de febrero de 2010	Guatemala El Salvador y Honduras – Colombia
Unión Europea	En mayo de 2010 finalizó la negociación, se estima que los textos se terminarán de revisar en el primer trimestre de 2011		La negociación conjuntamente, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica - Unión Europea: Panamá está en proceso de adhesión

Fuente: Serie de investigación n°3, 2011. FUSADES. Departamento de Estudios Económicos y Sociales.

## **D. MARCO INSTITUCIONAL**

### **1. Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX)**

El Centro de Trámites de Importación y Exportación CIEX, “forma parte de la estructura orgánica del Banco Central de Reserva de El Salvador, dentro de la Gerencia Internacional.

CIEX, tiene como objetivo fundamental el centralizar, agilizar y simplificar los trámites de exportación de las instituciones involucradas en la actividad exportadora”.<sup>68</sup> Mediante sistemas informáticos de alta tecnología.

### **2. Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT)**

“COEXPORT es una gremial privada y sin fines de lucro que, desde su creación en 1985, ofrece apoyo a todas las empresas del país – pequeñas y grandes - en el fomento y la promoción de sus exportaciones de bienes y servicio.

Busca con las empresas y para las empresas, actividades, proyectos, asistencias y acuerdos que les permitan tener éxito en los mercados internacionales.

Su misión es Representar los intereses de los Exportadores apoyándoles para lograr incursionar en los Mercados Internacionales, incidiendo en las políticas relacionadas al sector”.<sup>69</sup>

### **3. Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA)**

“El Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), es una institución autónoma.

---

<sup>68</sup> Banco Central de Reserva de El Salvador (junio 2018). Acerca del SICEX, Quienes somos: [https://www.centrex.gob.sv/scx\\_html/quienes\\_somos.html#objetivos](https://www.centrex.gob.sv/scx_html/quienes_somos.html#objetivos)

<sup>69</sup> Corporación de Exportadores de El Salvador (junio 2018). Nosotros: <http://www.coexport.com.sv/nosotros.php>

Su misión es ser reconocida como la institución líder del sistema nacional de promoción y facilitación de las exportaciones, inversiones, los socios público - privados y de la marca país; a fin de contribuir, en alianza con el sector privado, al crecimiento económico, a la generación de mayores oportunidades de empleo y al desarrollo nacional.

Entre las principales funciones tiene.

- a. Promover las exportaciones a través de la identificación de oportunidades, generación de información estratégica de mercados, difusión para el aprovechamiento de los tratados internacionales y monitoreo del clima de negocios;
- b. Desarrollar actividades de difusión y promoción de los productos y servicios que conforman la oferta exportable;
- c. Organizar la visita de clientes potenciales y misiones comerciales con empresarios salvadoreños, facilitando contactos de negocios; etc.”.<sup>70</sup>

PROESA, cuenta con un programa de ferias y misiones para la promoción de productos con capacidad exportadora, los detalles de cada actividad se presentan en el Anexo I- 1

#### **4. Ministerio de Relaciones Exteriores**

“La misión del ministerio de relaciones exteriores es: Ejercemos una política exterior abierta al mundo que contribuye a la construcción de un país productivo, educado y seguro; y que promueve el goce de los derechos de la ciudadanía salvadoreña en el exterior.

El Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador “busca formular, dirigir y ejecutar la política exterior de El Salvador de una manera eficiente y eficaz, que permita una

---

<sup>70</sup> Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (junio 2018). Historia:  
<http://www.proesa.gob.sv/institucion/marco-institucional/historia>

presencia activa del país en el sistema internacional. Proyectando, promoviendo, gestionando y negociando con excelencia, acciones en los campos político, económico, social, cultural y humano en beneficio del desarrollo integral de la Nación Salvadoreña”.<sup>71</sup>

## **5. Centro de Trámites de Exportación. (CENTREX)**

“Mediante la implementación del Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX), que es un sistema basado en el concepto de gobierno electrónico que interconecta a los exportadores, Instituciones del Estado vinculadas al comercio exterior y al Centro de Trámites de Exportación (CENTREX); las empresas exportadoras obtienen a través de un trámite único e integrando los documentos aduaneros respectivos para el despacho de sus mercancías, reduciendo los costos al sector privado y al Estado mediante una simplificación de los trámites de exportación, utilizando sistemas informáticos de alta tecnología.

Servicios que ofrece:

- a. Emisión de los documentos de exportación en las mismas empresas: Declaración de Mercancías, Formulario Aduanero Único Centroamericano (FAUCA), Certificados de Origen y Certificados Sanitarios.
- b. Integración con Tele despacho de la Dirección General de Aduanas y con la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) de Guatemala. Un solo trámite electrónico para la autorización de CENTREX.
- c. Consultas interactivas en línea sobre sus propias operaciones, sistema arancelario y disposiciones para el usuario”.<sup>72</sup>

---

<sup>71</sup> Ministerio de Relaciones Exteriores, El Salvador (junio 2018). Filosofía: <https://rree.gob.sv/filosofia/>

<sup>72</sup> Banco Central de Reserva de El Salvador (junio 2018). Acerca de SICEX: [https://www.centrex.gob.sv/scx\\_html/acerca\\_sicex.html](https://www.centrex.gob.sv/scx_html/acerca_sicex.html)



## **6. Cámara de Comercio e Industria de El Salvador**

“La CCIES es una gremial empresarial no lucrativa constituida con fines de servicio y de conformidad con las leyes de la República.

La creación de la Cámara de Comercio fue motivada por la necesidad de organizar al sector privado a fin de reactivar la economía nacional

Su misión es Promover y defender permanentemente el sistema de libre iniciativa, impulsando la unidad nacional, y el desarrollo empresarial con responsabilidad social, liderando acciones y facilitando servicios que fomenten la competitividad y la innovación de nuestros asociados, protegiendo sus derechos”.<sup>73</sup>

## **7. Ministerio de Economía**

“Ministerio de economía tiene como objetivo Promover el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos.

Contribuir al desarrollo de la competencia y competitividad de actividades productivas tanto para el mercado interno como para el externo a través de la promoción de las inversiones y del crecimiento de las exportaciones mediante un esquema claro y transparente de acción que impida la existencia de barreras discrecionales a los agentes económicos.

Definir la política comercial del país, el seguimiento e impulso a la integración económica centroamericana, fortalecer los flujos de comercio e inversión y el desarrollo de las negociaciones comerciales con terceros países y organismos multilaterales”.<sup>74</sup>

## **8. Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)**

“Su visión es ser la entidad estatal dinamizadora, moderna, coordinadora, facilitadora de la transformación, innovación y articulación de las micro y pequeñas empresas; con

---

<sup>73</sup> Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (junio 2018). Historia: <http://camarasal.com/sobre-camarasal/historia>

<sup>74</sup> Ministerio de Economía de El Salvador (junio 2018). Historia: <http://www.minec.gob.sv/historia/>

capacidad de posicionarlas con un peso relevante en una economía inclusiva nacional y mundial.

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa tiene como visión de la micro y pequeña empresa para el año 2030 hace referencia a un nuevo tipo de empresa que basa el crecimiento de su rentabilidad y su sostenibilidad en el incremento de los ingresos y el buen vivir de cada uno de sus trabajadores; se trata de una MYPE con una cultura de responsabilidad social, ambiental y territorial; competitiva, que se integra a la economía territorial, nacional e internacional, que se articula, organiza y se representa a sí misma para construir un entorno con leyes y políticas públicas nacionales y locales que le favorecen. Es así como la visión MYPE al 2030 nos guiara en el desarrollo del trabajo para el presente quinquenio”.<sup>75</sup>

“El CDMYPE es un modelo de país para atender a las micro y Pequeña Empresas, basado en la alianza público-privado-academia, entre CONAMYPE/MINEC e instituciones de educación superior/instituciones sin fines de lucro, con la cual se busca desarrollar una política de Estado que genere oportunidades para el desarrollo de la micro y pequeña empresa salvadoreña.

Nuestro CDMYPE acompaña el desarrollo de las MYPES, mediante la prestación de servicios de asesoría, capacitación, asistencia técnica y vinculación, contribuyendo a la dinamización de las economías locales en los territorios”.<sup>76</sup>

#### CDMYPE CAYAGUANCA.

“Este Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE), funciona gracias a la alianza entre la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y la Asociación de Municipios de Cayaguanca (municipios de San Fernando, Dulce

---

<sup>75</sup> Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa de El Salvador (junio 2018). Filosofía: <https://www.conamype.gob.sv/institucion/filosofia/>

<sup>76</sup> Centro de Desarrollo de las MYPES (junio 2018). ¿Qué es el CDMYPE?: <https://cdmypeunicaes.wordpress.com/%C2%BFque-es-el-cdmype/>

Nombre de María, Citalá, La Palma y San Ignacio). El CDMYPE Cayaguanca atiende empresas y personas emprendedoras del departamento de Chalatenango”.<sup>77</sup>

## **CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA MICROEMPRESA ARTESANÍAS EL SOL SOBRE SU POTENCIAL EXPORTADOR Y MERCADO OBJETIVO QUE PERMITA EL FORTALECIMIENTO DE LAS VENTAS.**

### **A. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Las condiciones económicas y de mercado que predominan actualmente en el mundo han impulsado a muchas compañías a examinar formalmente y con mayor frecuencia la manera óptima de adecuar sus recursos a las oportunidades y enfrentar así las amenazas mediante estrategias fundamentadas para evitar los peligros que entrañan los mercados cambiantes.

En El Salvador, las artesanías son una industria que representa una importante forma de producción y de apoyo a las economías de diferentes Municipios en el país; La exportación de estas piezas, especialmente las elaboradas en madera, se han incrementado en los últimos cinco años de acuerdo a datos del Ministerio de Economía (Ficha 09-Artesanías de madera-2015).

La investigación realizada a la Microempresa “Artesanías El Sol”, con relación a su potencial exportador y mercado objetivo, surge de la necesidad de elaborar un plan de exportación que permita el fortalecimiento de las ventas en el exterior, a través de estrategias de adaptabilidad del producto, precio, comercialización y distribución, así como estrategias para superar las barreras comerciales y/o arancelarias, que faciliten el proceso de exportación y su incursión en el mercado objetivo a través de la satisfacción de consumidor final.

---

<sup>77</sup> Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa de El Salvador (junio 2018). Servicios: <https://www.conamype.gob.sv/servicios/guia-de-servicios/servicios-cdmype/cdmype-cayaguanca/>

## **B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1. Objetivo General**

- a. Desarrollar un diagnóstico de la situación actual de la microempresa “Artesanías El Sol” sobre su potencial exportador y mercado objetivo, con el propósito de obtener insumos para la elaboración de un plan exportador que permita el fortalecimiento de las ventas al exterior.

### **2. Objetivos Específicos**

- a. Establecer la metodología de investigación que servirá de guía para realizar el diagnóstico de la situación actual de la microempresa “Artesanías El sol”.
- b. Analizar los aspectos de la mezcla de mercadeo y el nivel de aprobación de los clientes para determinar si el producto satisface las necesidades y deseos de los consumidores.
- c. Completar el diagnóstico con un análisis FODA, que permita identificar debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que la microempresa “Artesanías El Sol” presenta.

## **C. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1. Métodos**

#### **a. Científico**

La investigación fue llevada a cabo usando el método científico, camino lógico para obtener resultados verídicos que contribuyan al análisis y comprensión del problema a investigar, este método se complementó con pasos básicos para garantizar la validez de su resultado: observación, planteamiento del problema, hipótesis, registro de datos, análisis, interpretación y verificación de hipótesis.

#### **b. Análisis**

A través del análisis se realizó un desglose de todas las partes a investigar, por ejemplo, se estudiaron las diferentes áreas involucradas en la producción (talleres) y comercialización de las artesanías de madera, donde resaltaron las necesidades y debilidades que presenta la microempresa “Artesanías El Sol”, con lo cual se obtuvieron elementos importantes a superar para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

#### **c. Síntesis**

Con el propósito que los lectores muestren un amplio interés en la investigación realizada, la investigación inicio con una entrevista a la propietaria de la microempresa Artesanías El Sol, en la Ciudad de Chalatenango conto con la colaboración de personal CDMYPE-CAYAGUANCA, quienes trabajan asesorando diversos negocios en temas financieros. También, se realizaron entrevistas en los talleres ubicados en el Municipio de La Palma.

Para conocer las preferencias de la población objetivo se solicitó autorización en El Aeropuerto Internacional de El Salvador “Oscar Arnulfo Romero”, para realizar el llenado de encuestas se utilizó un muestreo al azar simple. Además se utilizaron las herramientas tecnológicas de información como; una encuesta creada en Formularios de Google y redes sociales (Facebook, Twitter, WhatsApp). Se procedió a tabular, interpretar y analizar la información, para conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes.

Con los insumos obtenidos con las diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos, se procedió a presentar la propuesta de un plan de exportación que permita fortalecer las ventas.

#### **d. Deductivo**

Por medio de las visitas realizadas a los talleres, la sala de venta e instituciones de apoyo, se logró obtener información general sobre el sector de las artesanías y su introducción a mercados extranjeros, con las visitas de campo se logró determinar en particular las necesidades reales en la comercialización de artesanías.

### **2. Tipo de Investigación**

Debido a que no se ha realizado un estudio de exportación para la microempresa “Artesanías El Sol”, se realizó una investigación de tipo descriptivo, de esta forma se explica el problema en estudio, sus componentes y hasta su posible solución, con la información recolectada a través del diagnóstico situacional realizado a la microempresa, a los fabricantes de las artesanías de madera y al mercado objetivo para conocer la demanda del producto.

### **3. Diseño de la Investigación**

Se desarrolló con base a la investigación no experimental, debido a que no se manipuló ninguna variable, de esta forma se logró diagnosticar la situación actual del problema, se pudieron determinar conclusiones y ofrecer recomendaciones para solucionar la problemática.

### **4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información**

#### **a. Técnicas**

##### **i. Entrevista**

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó la técnica de la entrevista, con la cual se obtuvo información directa y precisa sobre las necesidades que presenta la microempresa “Artesanías El Sol”.

Se realizaron entrevistas a: La Propietaria de la microempresa Artesanías El Sol que es a su vez Gerente General de la microempresa, a los propietarios de los talleres que trabajan con la entidad, y a las instituciones que se encuentran involucradas y/o brindan apoyo al proceso de exportación de bienes; Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE), Organismo Promotor de Exportaciones e Inversión de El Salvador (PROESA), Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT), Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones de El Salvador (CIEX) administrado por el Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR).

## **ii. Encuesta**

Para la obtención de información necesaria y oportuna de los clientes potenciales se utilizó la encuesta con preguntas mixtas para facilitar la recolección de datos y comprensión de los resultados sobre sus gustos y preferencias.

## **iii. Observación Directa**

Para identificar las áreas que representan una fortaleza o debilidad para la microempresa “Artesanías El Sol”, tanto en la sala de ventas como en el espacio físico de los talleres, se utilizó la observación directa mediante el cotejo de un listado que permitió verificar si cuenta con maquinaria especializada o espacio físico que permita aumentar la producción si se requiere.

## **b. Instrumentos**

### **i. Guía de Entrevista**

Se elaboraron tres guías de entrevista dirigida a las siguientes personas:

- A la propietaria de “Artesanías El Sol”. (Ver Anexo II- 1).
- A los propietarios de cada uno de los talleres de artesanías de madera en La Palma, Chalatenango (Ver Anexo II- 2).

- A los representantes de cada una de las instituciones públicas y/o privadas involucradas en el proceso de exportación. (Ver Anexo II- 3)

Todas, estructuradas con preguntas mixtas (de entre 1 a 24 preguntas), que facilitaron la comunicación entre el entrevistado y el entrevistador, obteniendo información veraz y oportuna necesaria para la investigación.

## **ii. Cuestionario**

Se formuló un cuestionario con 24 preguntas mixtas (Ver Anexo II- 4) para facilitar la recolección de información puntual, en relación a la demanda, oferta, producto, precio, plaza y promoción de las artesanías en el exterior, lo que permitió obtener un diagnóstico más preciso sobre los gustos y preferencias de la población objetivo.

## **iii. Lista de Cotejo**

Se elaboró una lista de cotejo con 15 puntos a observar para el investigador (Ver Anexo II- 5), con el cual se pudo comparar y verificar, por medio de la observación directa, información sobre la situación que se esperaba encontrar preliminarmente, en las visitas de campo que se realizaron a la sala de ventas de “Artesanías El Sol” y los talleres.

## **5. Fuentes de Información**

Para la recolección de la información se obtuvo de dos fuentes:

### **a. Fuentes Primarias**

Las fuentes primarias utilizadas para la recolección de la información fueron aplicadas a aquellos con conocimiento de la situación actual de la microempresa entre ellos, la entrevista formulada a la Gerente General y propietaria de Artesanías El Sol, manifestando las necesidades que presentan para el proceso de exportación y cómo han estado trabajando en la actualidad, así como entrevistas a los propietarios de los talleres fabricantes de artesanías de madera, teniendo claro, además, que dichos talleres no han recibido la asistencia necesaria para potenciar la producción. Con base a la observación directa y con ayuda de la lista de cotejo también se pudieron determinar



ciertas debilidades que presenta la microempresa en relación a la producción y comercialización de este producto. Así mismo se entrevistaron a las instituciones que se encuentran involucradas y/o brindan apoyo al sector empresarial y al proceso de exportación de bienes para conocer y dar soporte a la propuesta e investigación en cuestión.

También fue necesario conocer de primera mano sobre los gustos y preferencias de la población objetivo, por lo que se hizo una encuesta dirigida a los salvadoreños residentes en Estado Unidos y conocer así la demanda actual del producto nostálgico.

#### **b. Fuentes Secundarias**

Como fuentes de información secundarias se consultaron: libros de texto, trabajos de graduación, sitios de internet, revistas y otros tipos de publicaciones proporcionadas por instituciones que brindan apoyo al sector empresarial.

### **6. Ámbito de la Investigación**

La población en estudio son las comunidades de salvadoreños residentes en Estados Unidos, en aquellos Estados donde se encuentran domiciliados el mayor porcentaje de salvadoreños migrantes en ese país, por ejemplo, California, Washington, Maryland, Nueva York, Texas, etc.

Se proporcionó a las comunidades de salvadoreños residentes en los diferentes Estados antes mencionados, una encuesta en línea (utilizando la herramienta Drive de Google), la cual se difundió en un 80% por medio de redes sociales como: Facebook, Instagram y WhatsApp; el 20% restante se completó con la ayuda de compatriotas salvadoreños residiendo en Estado Unidos que visitaron el país durante el mes de agosto, a quienes se les solicitó llenar el instrumento en el Aeropuerto Internacional Monseñor Oscar Arnulfo Romero y Galdámez.

## **7. Unidades de Análisis**

Se determinaron 4 unidades de análisis dentro de la investigación: La propietaria de “Artesanías El Sol” como los propietarios de cada uno de los talleres con los que la microempresa trabaja, con los cuales, se pudo determinar de primera mano la situación actual de la microempresa y su capacidad productiva; así mismo, se consultaron expertos en el área de exportación de las diferentes instituciones que brindan apoyo y/o servicios a las entidades que deseen exportar: Al Especialista de Desarrollo Exportador en PROESA, a la Directora Ejecutiva de la gremial en COEXPORT, a la Jefa de Sección Exportaciones en BCR, y al Gerente de Desarrollo Artesanal en CONAMYPE. Para el caso de la población objetivo las unidades de análisis fueron todos aquellos salvadoreños que residen de manera permanente en Estados Unidos de América, para conocer sus gustos y preferencias en relación a las artesanías salvadoreñas.

## **8. Determinación del universo y la muestra**

### **a. Universo**

Se detallan los cuatro universos que interesan conocer para el desarrollo de la investigación:

- i. Propietaria de “Artesanías El Sol”,
- ii. Propietarios de los talleres artesanales,
- iii. Expertos de cada una de las instituciones públicas y/o privadas involucradas en el proceso de exportación.
- iv. Salvadoreños que residen en Estados Unidos de Norteamérica.

Para conocer los potenciales clientes que pueden derivarse de este universo, es indispensable contar con información precisa acerca de dónde se ubican los migrantes de El Salvador, por tal razón, es deseable conocer el perfil general de la población de origen salvadoreño.

A continuación, se muestra los 10 países con mayor cantidad de migrantes en Estados Unidos para el año 2017, ocupando El Salvador el puesto número 6 con 1,392,663 inmigrantes.

**Tabla 10. Inmigrantes en Estados Unidos según su país de origen Año 2017**

Nº	Países	Inmigrantes
1	México	12,683,066
2	China	2,422,998
3	India	2,307,909
4	Filipinas	2,076,253
5	Vietnam	1,409,063
6	El Salvador	1,392,663
7	Cuba	1,251,037
8	Corea del Sur	1,177,066
9	República Dominicana	1,069,268
10	Guatemala	975,504

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

Adaptado de:

Página web Datos Macro: <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/inmigracion/usa>, la cual usa diferentes fuentes como; Banco de la Reserva Federal de Nueva York - Federal Reserve Bank of New York, Oficina de estadísticas laborales de USA - Bureau of Labor Statistics, United States.

### b. Muestra

Para la determinación de la muestra a estudiar se utilizó la fórmula para poblaciones objeto de estudio infinitos (mayor a diez mil casos).

#### Cálculo del tamaño de la muestra:

Tamaño de la población objetivo: 1, 392,663

Con base al tamaño de la población objetivo se utilizó la siguiente fórmula:  $n = \frac{Z^2 p \cdot q}{E^2}$

Donde:

Simbología	Definición	Valor
<b>N</b>	Tamaño de la muestra	?
<b>Z</b>	Nivel de confianza	95%
<b>E</b>	Margen de error	8%
<b>p*q</b>	Variabilidad del fenómeno	0.5*0.5

El nivel de confianza estará representado en la fórmula por el valor: 1.96, según los valores tipificados obtenidos de las tablas de área bajo la curva normal.

Sustituyendo valores:

$$n = \frac{1.96^2 0.5 * 0.5}{0.08^2} = 150.06$$

**n = 150 personas.**

## **9. Tabulación, Análisis e Interpretación de Datos**

En este apartado se presentan los resultados, análisis e interpretación de datos obtenidos de los diferentes instrumentos utilizados para recolectar la información sobre la situación actual de la microempresa, su capacidad productiva, la demanda del producto en el mercado objetivo y la opinión de las instituciones relacionadas al proceso de exportación.

Toda esta información contribuirá a determinar un diagnóstico de la microempresa y su potencial exportador.

### **a. Entrevista dirigida a propietaria de microempresa “Artesanías El sol”.**

Se realizó visita a la sala de ventas de la microempresa “Artesanías El Sol” ubicada en la Ciudad de Chalatenango, Departamento del mismo nombre, donde se sostuvo una entrevista con la propietaria de la microempresa para determinar mediante una serie de preguntas, con base a la guía de entrevista (Ver Anexo II- 1), la situación actual.

En el Anexo II- 6 se detallan las respuestas obtenidas y el análisis a cada pregunta elaborada.

### **b. Entrevista dirigida a los propietarios de talleres de artesanías.**

En el Municipio de La Palma, Departamento de Chalatenango, se encuentran ubicados los talleres de artesanías que trabajan con la microempresa “Artesanías El Sol”.

Mediante guía de entrevista (Ver Anexo II- 2), se realizaron preguntas con el objetivo de conocer de primera mano sobre la capacidad de producción que tienen cada uno de estos talleres; el detalle de las respuestas se puede visualizar en el Anexo II- 7.

**c. Lista de cotejo utilizada en la sala de ventas y talleres.**

Mediante la observación directa se profundizó sobre la situación actual de la microempresa “Artesanías El Sol” y los talleres con lo que trabaja. A través del instrumento lista de cotejo (Ver Anexo II- 5), se determinaron aspectos internos y externos.

En el Anexo II- 8, se encuentra el detalle de los resultados, tabulación y análisis de los mismos.

**d. Entrevista dirigida a expertos en el proceso de exportación.**

Con el objetivo de obtener información que brinde soporte a la propuesta de un Plan de Exportación para la microempresa Artesanías El Sol, se realizaron entrevistas a los expertos encargados del área de exportación de las diferentes instituciones, tanto del sector público como del sector privado, involucradas en dicho proceso, se entrevistó a: CONAMYPE, CDMYPE, PROESA, COEXPORT, BCR (CIEX).

Mediante la guía de entrevista (Anexo II- 3), se formularon preguntas que permitieron conocer el apoyo y servicios que estas brindan a las empresas que desean exportar, así como asesoría de los métodos más utilizados para la determinación de precios o al mejor medio de transporte para el envío de la mercadería al exterior.

Los resultados de estas entrevistas se encuentran consolidadas en el Anexo II- 9.

**e. Encuesta dirigida a la población objetivo.**

Con el objetivo de conocer los gustos y preferencias de la población objetivo se realizó una encuesta dirigida a los compatriotas salvadoreños residentes en Estado Unidos a través de un cuestionario de preguntas, en su mayoría cerradas, que abarcaron temas sobre la demanda y la oferta actual en el mercado objetivo; el conocimiento y la

aceptación de las artesanías de madera elaboradas en el Municipio de La Palma, Chalatenango; y la determinación de los elementos de la mezcla de mercadeo (producto, precio, plaza y promoción).

El análisis de los resultados de cada una de las preguntas se encuentra en el Anexo II-10, cuya información servirá de insumo para la descripción del diagnóstico de la presente investigación.

## **D. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO**

### **1. Análisis de la capacidad exportadora**

La capacidad exportadora de la microempresa “Artesanías El sol” fue determinada mediante el análisis FODA, para el cual fueron estudiados tanto los talleres productores de artesanías con los que trabaja la microempresa ubicados en el Municipio de La Palma, Departamento de Chalatenango, así como la sala de ventas ubicada en la Ciudad de Chalatenango, en el mismo Departamento, esto con el propósito de obtener diferentes puntos de vista acerca de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la microempresa tanto en producción como en comercialización.

A nivel gerencial se hicieron una serie de preguntas mediante entrevista con la propietaria de la microempresa “Artesanías El Sol”, a nivel de producción, con los representantes de los talleres quienes describieron los procesos y las etapas para elaboración de artesanías de madera y a nivel externo se tomaron en consideración la opinión de los expertos en exportación de las instituciones que intervienen en dicho proceso, (PROESA, BCR, COEXPORT, CONAMYPE, etc.). (Ver Anexo II- 6, 7 y 9).

Cabe mencionar que a través de la observación directa y mediante el instrumento lista de cotejo se determinaron otros insumos que servirán para presentar una propuesta de un plan de exportación tomando en cuenta el flujo de la mercadería desde que sale de los talleres hasta los clientes. (Ver Anexo II- 8)

**Tabla 11. Matriz FODA de la microempresa Artesanías El Sol**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Atención personalizada y comunicación con los clientes que compran con la modalidad "bajo pedido"	1. Falta de personal especializado para el área contable, administrativa y ventas.
2. Relaciones profesionales con organismos en el exterior para la promoción y comercialización de artesanías de madera.	2. Falta de registro de las ventas (montos y cantidades de los productos con mayor demanda).
3. Experiencia en exportación de artesanías a países como Italia y Australia.	3. Falta de registro contable de las transacciones de la microempresa.
4. Fidelización de clientes satisfechos por productos	4. Falta de actualización y mantenimiento de la página web para concretizar ordenes de pedido y ventas.
5. Se cuenta con una página web, para promocionar los productos.	5. La marca "Artesanías El Sol" no se encuentra registrada.
6. Cuenta con productos con potencial exportador.	6. No se cuenta con políticas para determinar los precios venta de las piezas de artesanías.
7. La propietaria cuenta con registro para exportar, lo que facilitara los procesos.	7. No existen políticas establecidas para los procedimientos internos de la microempresa.
8. La microempresa se ha propuesto un objetivo de aumentar las ventas al exterior y para ello aprovechar las facilidades que ofrece el TLC con Estados Unidos.	8. Falta de conocimiento de instituciones financieras que brindan apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa.
	9. No cuenta con inventario de mercadería disponible para la venta, que respalde cumplir con una orden de compra del exterior.
	10. Los talleres no cuentan con las herramientas necesarias para aumentar la producción en masa y en serie.
	11. Falta de capital de trabajo (talleres), por no estar registrados formalmente.
	12. Proceso de secado de madera al natural, el no contar con hornos, supone mayor tiempo para cumplir con pedidos y afecta la calidad de los productos.
	13. Falta de control de calidad en los procesos de producción, hay variación de medidas de un mismo lote de productos con las mismas especificaciones.
	14. No se cuenta con una logística definida desde que se realiza un pedido hasta finalizar con la entrega en el exterior.
	15. El diseño del empaque actual es sencillo y no se le ha tomado la importancia para, crear un empaque que identifique la marca y la procedencia.
	16. La ubicación de la actual sala de ventas, no cuenta con parqueo para mayor comodidad a la hora de realizar las compras.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Aceptación de artesanías salvadoreñas en el exterior	1. Tienda "El Carbonero" en Washington (Vende artesanías de madera, hechas en El Salvador)
2. Participación en ferias y festivales salvadoreños en el exterior	2. Tiendas mexicanas de artesanías con nombres igual o similar a "Artesanías el Sol" en el mercado estadounidense.
3. Legado del estilo palmeño en las artesanías de madera implementado por Fernando Llord, con reconocimiento a nivel nacional e internacional.	3. Apertura y nuevas relaciones comerciales con China Continental, supone un riesgo para las microempresas que quieren competir en el mercado exterior.
4. Instituciones que brindan apoyo y asesoría a la microempresa y al sector artesanal CDMYPE, CONAMYPE.	4. Infesta de bosques de pino con plaga de gorgojo descortezador.
5. Instituciones que brindan apoyo y asesoría al sector exportador, PROESA, COEXPORT, BCR.	5. Deforestación de bosques de pino por monocultivo
6. Instituciones que brindan financiamiento FONDEPRO y BANDESAL.	6. Extracción de leña de los bosques de pino sin control forestal.
7. Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.	7. Quema clandestina de bosques daña la tierra.
8. Mejorar las técnicas de elaboración de artesanías o piezas de madera.	
9. Calidad y personalización en los productos	
10. Los talleres pueden acceder al apoyo de CDMYPE CAYAGUANCA.	
11. Utilización de procedimientos alternos para, producción en serie (serigrafía).	
12. Identificación de temporadas altas de producción de artesanías	
13. Que a través del financiamiento los talleres puedan acceder a la compra de un horno, para el secado de la madera y disminuir los tiempos de fabricación.	
14. La microempresa Artesanías El Sol, está en condiciones de optar a un apalancamiento a través de la banca local.	

Fuente: Elaborado por el equipo de Investigación

Con base a los resultados obtenidos de los diferentes instrumentos (Entrevista, lista de cotejo y observación directa) de recolección de información utilizados en esta investigación.

La microempresa se ha propuesto como objetivo el aumentar las ventas en el exterior y para ello aprovechar las facilidades que ofrece el TLC con Estados Unidos de América mediante la elaboración de un plan exportador que permita el fortalecimiento de las ventas al exterior. Esto supone un avance y un punto de quiebre positivo en el cual se identifica hacia donde se quiere llegar.



Actualmente, cuenta con atención personalizada y comunicación efectiva con los clientes que compran con la modalidad "bajo pedido", además, con la experiencia en exportación de artesanías a países como Italia y Australia que posee, la microempresa ya se encuentra registrada como persona natural exportadora de artesanías de madera, lo cual es una ventaja competitiva.

Hay fidelización de clientes satisfechos por productos, precio y calidad de los mismos. Cuenta con productos con potencial exportador.

Por otro lado, la empresa se enfrenta a una serie de debilidades que afectan su funcionamiento administrativo, el no contar con personal especializado en el área de ventas y contabilidad a tiempo completo que lleve un registro de las diferentes transacciones de la microempresa, la falta de un plan estratégico que permita lograr aumentar las ventas al exterior lo que genera actuar de forma improvisada para corregir errores en el momento, no contar con un presupuesto definido para realizar inversiones, ni con un inventario de productos terminados para afrontar cualquier volumen de pedidos, no llevar una contabilidad formal que facilite realizar ajustes en los gastos de operación de la microempresa.

Actualmente los talleres que trabajan con "Artesanías El Sol", no cumplen con una producción en serie de grandes volúmenes, porque no cuenta con máquinas especializadas. Lo que exigen el mercado internacional es que los productores tengan procesos definidos y mecanizados de tal manera que puedan cumplir con pedidos grandes de artesanías.

Debido a las exigencias del mercado internacional y para proteger la marca "Artesanías el Sol" de la competencia, la microempresa deberá realizar el registro de marca, así mismo, los clientes podrán identificar sus productos en cualquier momento. Se le debe dar mantenimiento al contenido de la página web y gestionar con una entidad financiera la factibilidad de realizar cobros en línea y que este funcione como canal directo de distribución.

La principal oportunidad con la que cuenta la empresa es que existen instituciones gubernamentales y privadas que ofrecen capacitaciones a los empleados, dichas instituciones brindan apoyo tanto económico como técnico, entre estas se encuentran El Instituto Nacional de Formación Profesional INSAFORP, PROESA, CONAMYPE, CDMYPE CAYAGUANCA, COEXPORT, FONDEPRO.

PROESA asesora y apoya a los exportadores, además organiza ferias y misiones comerciales en diferentes países. Esto incluye un espacio donde se puedan exhibir los productos seleccionados para exportar y la posibilidad de concretar negocios con mayoristas.

Por otra parte, COEXPORT organiza ruedas de negocios para sus socios, donde se hace coincidir la oferta exportable con clientes potenciales que buscan artesanías y cualquier otro tipo de producto elaborado en el país. Además, brindan asesoría en relación a las técnicas de producción, tendencias mundiales de empaques y su importancia como carta de presentación para potenciar sus productos, deberá ser: creativo, llamativo y amigable con el medio ambiente. Los compradores buscan, originalidad, novedades y exclusividad en los productos, que sean de utilidad múltiple.

Dentro de las principales amenazas que asechan a la microempresa destaca la escases de materia prima por deforestación de los bosques de pino por diferentes razones, entre ellas: el monocultivo, plaga del gorgojo descortezador, extracción de leña sin control forestal, etc.

La competencia directa a nivel local como lo es La Cooperativa Semilla de Dios (Ubicada en La Palma Chalatenango) y otras, se debe sumar la amenaza de la nueva competencia de grandes productores que supondrán las nuevas relaciones comerciales con China Continental, para superar dicha amenaza es muy importante tomar en cuenta los controles de calidad, se deberán fabricar los productos en serie y de manera homogénea (Tener la misma medida, espesor y calidad de pintura).

## **2. Descripción actual del producto exportable.**

Al analizar el mercado meta, es importante tener en mente el tipo de producto que se quiere comercializar en el caso del presente plan, son artesanías de madera de la microempresa “Artesanías El Sol” que van dirigidas al mercado de Estados Unidos.

En el proceso de fabricación y compra de artesanía para la venta se debe tomar en cuenta el diseño, colores y funcionalidad sin perder la identidad salvadoreña. Las artesanías pasan de un uso práctico a otro simbólico o estético, es decir, no solo son para fines utilitarios domésticos, sino que aparecen diferentes escenarios, como en la celebración de las festividades religiosas y patronales; se exhiben como piezas de arte popular en las que se plasma aspectos culturales propios del país.

Para poder elegir el producto a exportar se debe saber el proceso que se desarrolla en torno a situar un producto en el mercado internacional cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. El objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto, desde el punto de salida en origen hasta el punto de entrada en destino.

Para determinar los lugares de destino en los Estados Unidos de América se realizó una encuesta, donde los resultados dieron a conocer que, en California, Texas y Maryland, existe una mayor concentración de salvadoreños residiendo (Ver Anexo II- 10, Pregunta N° 3).

En la encuesta realizada se identifica que el 63% de los salvadoreños residentes en Estados Unidos de América afirma conocer las artesanías elaboradas en la Palma Chalatenango y un 65% de la misma población estarían dispuestos a adquirir dichos productos.

Los resultados muestran que las personas están interesadas en adquirir las artesanías provenientes de La Palma, Municipio de Chalatenango, y están dispuestos a pagar, en su mayoría, por dichas piezas de artesanías en un rango de \$16.00 a \$30.00,

dependiendo del tamaño, del tipo de decoración de funcionabilidad, etc. (Ver Anexo II-10, Pregunta N° 20)

Los atributos que los encuestados consideran muy determinantes a la hora de adquirir artesanías son: La calidad, los colores, funcionabilidad y diseño. (Ver Anexo II- 10, Pregunta N° 17).

Para determinar el precio de las artesanías es necesario crear una política de precios y la asesoría de especialistas que se encuentran en: PROESA o COEXPORT. Además, el contar con una contabilidad formal ayudara a identificar los costos fijos, costos variables.

- a. El Costeo servirá para calcular el punto de equilibrio, el volumen de ventas necesarias para, obtener ganancias. De esta manera se podrán visualizar los ajustes necesarios para disminuir costos (almacenaje, trámites de documentos, transporte, aduanas, coste de envío, etc.) hasta el punto de entrega convenido con el importador.
- b. La fijación de precio se usará para comparar el producto potencial a exportar con el de la competencia en el mercado objetivo. Tomando en cuenta la información obtenido mediante la encuesta.

Para exportar, la empresa deberá realizar un análisis contable para determinar aspectos como:

- a. Costos unitarios de la mercadería y el tiempo hasta su envío.
- b. Prever una política de compras para, adquirir solo productos con mayor demanda.
- c. Estrategia logística y manejo de Inventarios.

**Tabla 12. Comparación de precios de artesanías de madera de la microempresa “Artesanías el Sol” con el mercado exterior**

Comparación de los precios de las artesanías		
Productos	Artesanías” El Sol”	Mercado exterior
Cruces	\$ 4.50	\$ 29.99
Servilleteros	\$ 5.00	\$ 31.99
Cofres	\$ 5.00	\$ 47.99
Espejos	\$ 16.00	\$ 90.98
Porta vela	\$ 12.00	\$ 67.49
Porta lápices	\$ 4.00	\$ 44.49
Porta vasos	\$ 7.00	\$ 39.99
Tarjeteros	\$ 2.50	\$ 39.99

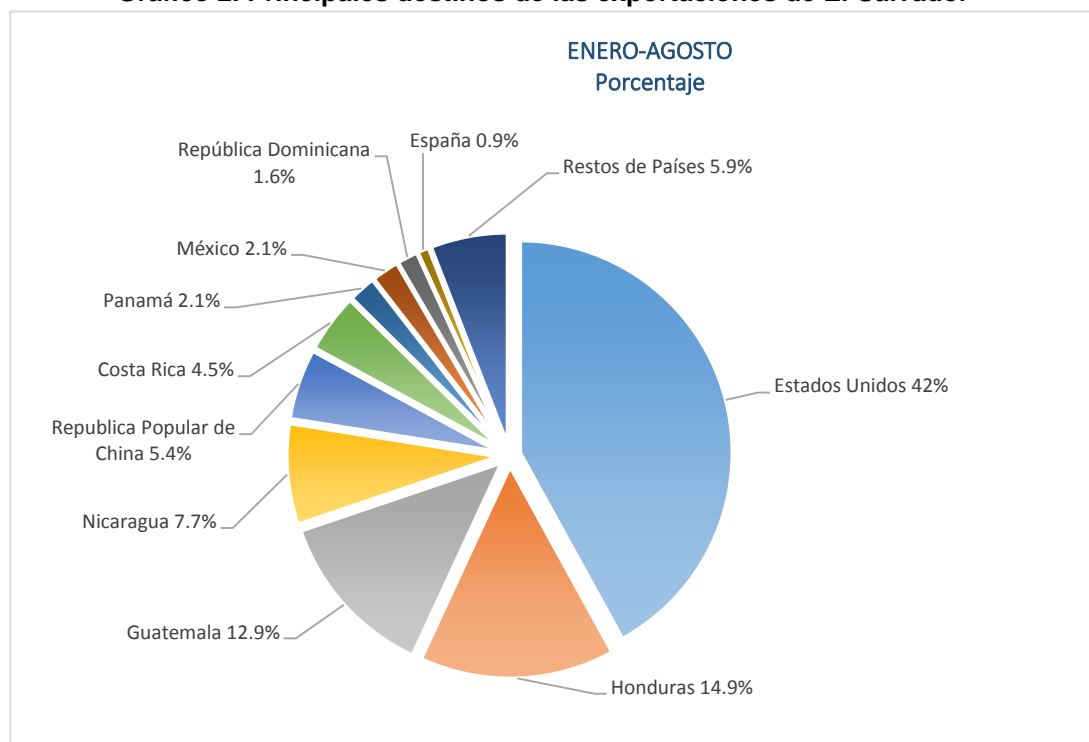
Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación.

Adaptado de los precios de Artesanías El Sol (proporcionados por la propietaria) comparados con los precios del Mercado Internacional (página web: <https://www.novica.com/>)

### 3. Análisis del Mercado Meta

#### a. Características y segmentación del Mercado Meta

La decisión ¿a qué país exportar?, es una de las decisiones más complejas de tomar para una empresa que desea internacionalizarse, en ocasiones se toman decisiones precipitadas al azar sin haber realizado un estudio de mercado previo que sustente por qué se exportará hacia ese destino. Para la presente investigación se tomó como referencia la información obtenida de los expertos en exportación del país, de las principales instituciones público/privadas involucradas en dicho proceso, quienes con su experiencia y estadísticas coincidieron en que alrededor del 50% de los productos salvadoreños exportados van dirigidos hacia Estados Unidos, país que cuenta con una alta población de compatriotas salvadoreños (Ver Anexo II- 9, Pregunta N° 4).

**Gráfico 2. Principales destinos de las exportaciones de El Salvador**

Fuente: Informe Gráfico del Comercio Exterior de El Salvador enero 2018. BCR con datos suministrados por la DGA con tratamiento según metodología de Balanza de Pagos.

Es por ello que, con ayuda de la encuesta dirigida a los salvadoreños que residen actualmente en Estados Unidos se realizó un sondeo del mercado; se determinó que los Estados con mayor cantidad de habitantes salvadoreños son: California, Texas, Maryland, New York y Washington (Ver Anexo II- 10, Pregunta N° 3).

El área de Los Ángeles, en California es el principal destino de la diáspora salvadoreña en Estados Unidos; según el Instituto de Política Migratoria (MPI, por sus siglas en inglés), del total oficial de salvadoreños en Estados Unidos hay 417,919 en California y en el área de Los Ángeles incluyendo Long Beach, 281,000 salvadoreños que conforman el 6.4% de su población extranjera, y el 22.4% de todos los salvadoreños en el país.

“En 2017, el producto interno bruto de California aumentó a 2,700 billones y sobrepasó a la economía británica en la lista de las más potentes del mundo.

La economía de California ya es la quinta más potente del mundo. Según datos dados a conocer este viernes, el crecimiento del producto interno bruto (PIB) de 2017 hizo que el estado de la costa oeste supere a Reino Unido en esa lista.

El PIB de California aumentó en \$127,000 millones entre 2016 y 2017, según datos del Departamento de Finanzas de ese estado. Eso, junto con una leve contracción de la economía británica en ese mismo tiempo, hizo que California pudiera superarla.

Con un producto interno bruto de \$2,700 billones, el tamaño de la economía californiana sólo es superado por Alemania (\$3,685 billones), Japón (\$4,872 billones), China (\$12,015 billones) y Estados Unidos (\$16,644 sin contar con California).

California, un estado con 40 millones de habitantes, tiene una potente economía impulsada, entre otras cosas, por el sector tecnológico de Silicon Valley, la industria del entretenimiento de Hollywood y la agricultura del Valle Central del estado.

Según le dijo la economista jefa del departamento de Finanzas del estado, Irena Asmundson, todos los sectores excepto la agricultura contribuyeron a un mayor Producto Interno Bruto.<sup>78</sup>

Por tanto, se determina que el área metropolitana de Los Ángeles, California en Estados Unidos será el mercado meta para la microempresa “Artesanías El Sol”.

#### **b. Barreras arancelarias y no arancelarias de acceso al mercado**

Para la internacionalización de los productos fabricados por la microempresa “Artesanías El Sol” hacia Estados Unidos, será necesario conocer aquellas barreras arancelarias y

---

<sup>78</sup> UNIVISIÓN Los Ángeles (marzo-2019). La economía de California se convierte de nuevo en la quinta mayor del mundo: <https://www.univision.com/local/los-angeles-kmex/la-economia-de-california-se-convierte-de-nuevo-en-la-quinta-mayor-del-mundo>

no arancelarias que se han implementado en la política comercial con el objetivo de proteger la industria doméstica del país destino.

**Tabla 13. Consulta de Aranceles aplicados por Estados Unidos de América a las importaciones según su partida arancelaria.**

Aranceles aplicados por:		Estados Unidos de América		
<b>Producto:</b>	44201000 - Estatuillas de madera y otros adornos en madera			
<b>Socio:</b>	El Salvador			
<b>Fuente de datos:</b>	ITC (MacMap)			
<b>Año:</b>	2018			
<b>Nomenclatura:</b>	HS Rev.2017			
<b>Metodología EAV:</b>	EAV basado en los Perfiles arancelarios en el mundo (PAM)			
<b>Régimen arancelario</b>	<b>Arancel aplicado (como reportado)</b>	<b>Arancel aplicado (convertido)</b>	<b>Arancel equivalente ad valorem total</b>	
<b>Nación más favorecida (deberes aplicados)</b>	3.20%	3.20%	3.20%	
<b>Tarifa preferencial para países en CAFTA</b>	0%	0%	0%	

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, adaptado de la búsqueda realizada en:

<https://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=44201000&country=842&partner=222&year=2018&source=1|ITC&AVE=1>

Con base a la búsqueda en la herramienta del ITC (International Trade Centre), Market Access Map (Mapa de Acceso al Mercado), se puede tener el detalle de los aranceles aplicables a los productos según su partida arancelaria; para el caso, “Estatuillas de madera y otros adornos en madera”, existe un arancel del 3,20%, sin embargo para los países miembros del Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos de América (CAFTA), se tiene aranceles aplicados del 0%; Es decir que El Salvador como país miembro de este Tratado, está exento de aranceles de importación para el envío de artesanías de madera hacia Estados Unidos. Sin embargo, deben de tenerse en consideración, aquellas barreras no arancelarias o barreras de entrada como los son: requisitos y/o permisos que el producto debe cumplir para su ingreso al país destino, para el caso de las artesanías de madera se tienen las siguientes consideraciones:



- i. Regulaciones cualitativas, ambientales, calidad, etc. a través de las cuales se comprueba que el producto elaborado no afecta el medio ambiente y que la artesanía está controlada bajo un plan de manejo del Ministerio de Agricultura y Ganadería.
- ii. Tener un permiso que le haga constar que la pieza elaborada en pino no es una especie amenazada de fauna y flora silvestre, para proceder a la importación y/o exportación. Para saber si una especie está incluida en el listado, se puede consultar la base de datos sobre las especies incluidas en la “CITES (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre). Se puede acceder desde la página web del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales:

<http://www.marn.gob.sv/convencion-internacional-de-especies-amenazadas-de-fauna-y-flora-silvestres-cites/>.

Para el caso del Pino Blanco, no se encuentra en este listado. A su vez, debe cumplir que no haya sido extraído de una zona protegida como lo son el Parque Nacional el Imposible, Montecristo, etc.

### **c. Prospección de mercado**

Con el objetivo de conocer las condiciones del mercado actual, tanto oferta como demanda, se elaboró una encuesta dirigida a salvadoreños residiendo en Estados Unidos, los cuales fueron abordados en la encuesta con preguntas acerca del consumo, comercialización, gustos y preferencias de artesanías de madera elaboradas en el Municipio de La Palma, Chalatenango.

#### **Demanda**

Con base a la muestra estudiada se pudo determinar que existe un porcentaje considerable de la población objetivo que ya está demandando y comprando artesanías de madera en la actualidad, durante el año, un 68% de la población está comprando alrededor de una a dos veces este tipo de productos y estas compras coinciden con los periodos de vacación del país, dentro de ellas se destaca la época navideña (Mes de diciembre), Fiestas Patronales de San Salvador (Mes de agosto) y Semana Santa entre

los meses de marzo y abril, fechas en las que los compatriotas salvadoreños visitan a sus familiares y amigos en El Salvador. (Ver Anexo II- 10, Preguntas N° 4, 5 y 6).

Con un 50% de aceptación entre los encuestados, se determina que el principal motivo por el cual están comprando artesanías es para regalar a sus seres queridos y compartir así un poco de la cultura, historia e identidad de El Salvador, seguido de un 35% que confirmaron comprar piezas de artesanías para uso personal y decoración para sus hogares principalmente. (Ver Anexo II- 10, Preguntas N° 7 y 8).

### **Principales Competidores**

Se tiene indicio de que existe muy poca oferta de artesanías de madera salvadoreñas en el mercado estadounidense debido a que el 82% de la muestra realiza compras de este tipo de producto en sus visitas al país; solo un 17% de la población compra piezas de artesanías en Estados Unidos ya sea a través de un amigo que viaja constantemente o hace “encomiendas”, a través de ferias y festivales salvadoreños donde los comerciantes de artesanías pueden acercarse a esta población y/o a través de establecimientos y pequeñas tiendas de artesanías que ya han logrado ingresar al mercado estadounidense como por ejemplo: El Carbonero, Tienda Salvadoreña Medranos, Variedades Gonzales, Mega Mart. (Ver Anexo II- 10, Pregunta N° 10).

### **Precios y Características del Producto**

Los precios varían dependiendo de la pieza de artesanía que se adquiriera, con base a la encuesta realizada se determinó que los precios en el mercado a los que la población objetivo está comprando actualmente oscilan entre los \$15.00 y \$30.00 aproximadamente ya que solo un 11% está pagando un valor mayor a \$31.00 por dichas piezas. La calidad y la originalidad (tanto en diseño y colores) para este tipo de piezas de artesanías de madera son de los factores claves y más relevantes en este mercado exigente al momento de realizar sus compras. Otros factores o atributos secundarios que destacaron entre las preferencias de los encuestados fueron la funcionalidad del producto y su durabilidad (implícita en la calidad del mismo). (Ver Anexo II- 10, Preguntas N° 11 y 17).

### **Puntos de Venta**

Actualmente el 88% de la población objetivo prefiere realizar sus compras de manera directa, ir a la tienda y escoger su producto de la sala de ventas que el establecimiento tiene para ofrecer a sus clientes, con una atención directa y personalizada, además de poder dimensionar el producto terminado; en cambio solo un 12% de la población utiliza la modalidad bajo pedido, especificando tipo, diseño, cantidad y medidas del producto requerido. (Ver Anexo II- 10, Pregunta N° 12).

## **E. ALCANCES Y LIMITACIONES**

En este apartado se muestran los logros y obstáculos que se presentaron en el desarrollo de la investigación, así como la determinación del mercado objetivo al cual irá dirigido el plan de exportación de artesanías de madera salvadoreñas

### **1. Alcances de la Investigación**

En la presente investigación se realizó un diagnóstico sobre la situación actual de la microempresa “Artesanías El Sol” y su mercado objetivo por medio del cual:

- a. Se conoció el potencial y capacidad de la microempresa como entidad exportadora de artesanías de madera;
- b. Se determinó la capacidad productiva de cada uno de los talleres artesanales con los que la microempresa trabaja;
- c. Se identificaron las instituciones que se encuentran involucradas en el proceso de exportación y de aquellas cuyos programas y servicios brindan apoyo tanto al sector artesanal, como a las empresas en su desarrollo organizacional y/o al sector exportador para incursionar en un nuevo mercado;
- d. Como mercado objetivo se determinó el Centro de los Ángeles que pertenece al Estado de California, Estados Unidos de América, el cual posee un mayor potencial para la comercialización de artesanías de madera salvadoreñas por su

alto porcentaje de compatriotas salvadoreños residiendo en dicho país, según las estadísticas<sup>79</sup> del Instituto de Política Migratoria (MPI);

- e. Se conocieron los gustos y preferencias de la población objetivo al momento de adquirir artesanías de madera determinando así las variables de la mezcla de mercadeo, oferta y demanda.

## **2. Limitaciones de la Investigación**

Durante el desarrollo de la investigación una de las principales limitaciones para el logro de los objetivos fue el indagar los gustos y preferencias de la población objetivo, ya que no había medios ni posibilidades de visitar el mercado meta y abordar directamente a los clientes potenciales, sin embargo, fueron utilizadas otras herramientas y alternativas que permitieron sondear el mercado.

A continuación, se enumeran los principales obstáculos que tuvieron que ser superados durante el desarrollo de la investigación:

- a. La encuesta se promocionó a través de las redes sociales, sin embargo, su difusión fue muy lenta, no se obtuvo el alcance esperado y la muestra no se completó de esa forma. Por lo cual se solicitaron los permisos necesarios a las autoridades del Aeropuerto Internacional de El Salvador Monseñor Oscar Arnulfo Romero y Galdámez, para ingresar a las instalaciones y encuestar a los salvadoreños que residen en los Estados Unidos que viajaron al país en el mes de agosto del presente año.
- b. Poca colaboración o falta de interés por parte de las personas al momento de ser encuestadas en el aeropuerto. La fatiga del vuelo, vuelos retrasados y otros percances no facilitó el llenado de encuestas.
- c. Contratiempo en los trámites de autorización por parte de la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA), para el ingreso a las instalaciones del Aeropuerto

---

<sup>79</sup> El Diario de Hoy de Periódico de El Salvador (agosto-2018). Salvadoreños por el mundo: <https://www.elsalvador.com/salvadorenos-por-el-mundo/118103/281-mil-salvadorenos-viven-en-el-area-de-los-angeles/>

Monseñor Oscar Arnulfo Romero y Galdámez con el objetivo de abordar a los compatriotas salvadoreños que viajaron desde Estados Unidos.

- d. Retraso en la concertación de citas con los expertos en el área de exportaciones de las instituciones que brindan apoyo y/o servicios al sector empresarial, artesanal y/o exportador para visitar las instalaciones y realizar entrevista.
- e. Información financiera nula o poco fiable por parte de la microempresa “Artesanías El Sol”, ya que no existe un registro de información contable y/o financiera formal que se esté utilizando actualmente.
- f. Se solicitó los estados financieros históricos de los últimos tres años, no se nos proporcionó, se nos dio una parte de la información referente a los gastos administrativos y ventas. Pero, con base a supuestos, por lo que no se logró realizar un análisis financiero utilizando razones financieras y flujo de efectivo.
- g. De los cuatro talleres con los que trabaja la microempresa “Artesanías el Sol”, solo tres de ellos lograron ser entrevistados, debido a que no se logró concertar una cita para la entrevista con los encargados de uno de los talleres.

## **F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **1. Conclusiones**

- a. Actualmente Artesanías El Sol, no cuenta con un plan diseñado exclusivamente para la exportación de artesanías de madera que le permita potenciar las ventas en el exterior a bajos costos y con rentabilidad para la microempresa.
- b. Artesanías El Sol cuenta con productos que tienen un alto potencial de exportación y con aceptación en el mercado objetivo (Estados Unidos de América), tanto por sus diseños como por sus vistosos colores, por lo que, las exigencias del mercado internacional con respecto a la calidad de las piezas deberán de mantenerse o superarse.
- c. De acuerdo a los datos de la investigación, el lugar idóneo para exportar es el Centro de Los Ángeles, California, Estados Unidos de América. La microempresa no cuenta actualmente con un establecimiento, o distribuidor en

esta Ciudad que le permita llegar a la población objetivo de manera directa, forma en la que se demanda la compra de piezas de artesanías en el mercado meta.

- d. Actualmente el sitio web de Artesanías el Sol no permite realizar compras directamente consumidor final – microempresa, simplemente se exhiben los catálogos de las piezas ofertadas en sus diferentes rubros.
- e. La microempresa no cuenta un capital de trabajo destinado para la compra de mercadería que permita cumplir con pedidos grandes.
- f. No se cuenta con personal adecuado para el área de ventas, área contable y un colaborador administrativo, que permita llevar a cabo el proceso administrativo y operativo de las exportaciones.

## **2. Recomendaciones**

- a. Se recomienda la elaboración e implementación de un plan de exportación que permita mediante estrategias como los elementos de la mezcla de mercadeo (producto, precio, plaza, promoción), y la logística internacional, el envío y el incremento de las ventas de productos elaborados en La Palma al exterior.
- b. Para mejorar los estándares de calidad se deberá implementar controles y se vea reflejado en cada una de las piezas de artesanías fabricadas en los talleres, que involucre todas las etapas del proceso de producción, desde el tratamiento de la madera hasta el empaçado, así como la comercialización y servicio postventa.
- c. Establecer contactos comerciales con distribuidores ya establecidos en Estados Unidos, que le permita hacer llegar las piezas de artesanías de madera salvadoreñas al consumidor final de manera directa. Utilizando las oportunidades de negocio que ofrece PROESA Y COEXPORT.
- d. Invertir en un sistema de cobro que le permita concretar ventas en la página web, además, haciéndola más dinámica y que interactúe con la población objetivo.
- e. Crear un presupuesto que permita conocer las necesidades de capital de trabajo para la inversión de mercadería disponible.
- f. Contratar personal idóneo en área administrativa, ventas y contabilidad, con el fin de contar con información contable y financiera para la toma de decisiones, además, contar con personal capaz de crear estrategias de ventas y un

colaborador (Administrativo y Financiero) que facilite la documentación, agendas y diferentes procesos que se le deleguen.

### **CAPÍTULO III. PROPUESTA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA MICROEMPRESA ARTESANÍAS EL SOL QUE PERMITA EL FORTALECIMIENTO DE LAS VENTAS.**

#### **A. OBJETIVOS**

##### **1. Objetivo General**

Diseñar un plan exportador que permita el fortalecimiento de las ventas en el exterior de la Microempresa “Artesanías El Sol” ubicada en el Departamento de Chalatenango.

##### **2. Objetivos Específicos**

- a. Diseñar una filosofía organizacional con el que exista una adecuada concordancia y coherencia entre los diversos componentes de la empresa enfocados a la exportación de artesanías de madera.
- b. Exponer los requisitos legales y formales a cumplir para la exportación de artesanías de madera.
- c. Diseñar estrategias mercadológicas de producto, precio, distribución y promoción que incrementen la demanda de artesanías de madera en el mercado estadounidense.
- d. Establecer estrategias de logística adecuadas que faciliten el proceso de exportación de artesanías de madera.

#### **B. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA**

La elaboración de artesanías de madera en el Municipio de La Palma, Departamento de Chalatenango en El Salvador, es una fuente de empleo y desarrollo socioeconómico para la comunidad de la región. La microempresa “Artesanías El Sol” en colaboración con talleres artesanales de la localidad, forman parte de esta industria y contribuyen a este desarrollo con la elaboración y comercializan de dichas piezas.

Actualmente, la microempresa “Artesanías El Sol” no solo comercializa artesanías de manera local, ha realizado algunos envíos a países como: Italia en Europa y Estados Unidos en América del Norte, demostrando que la calidad de sus productos e innovación en sus diseños son bien vistos en el exterior, sin embargo, no tiene un plan específico y organizado que le permita tener los procesos claros y formas para incrementar sus ventas fuera del país de origen.

Es por ello que nace la necesidad de la elaboración de un Plan de Exportación para la microempresa “Artesanías El Sol”, con el cual, se pretende brindar las estrategias y tácticas en cuanto a logística, producto, precio, distribución y comercialización que fortalezcan sus ventas en el exterior, específicamente en la Ciudad de Los Ángeles, California en Estados Unidos. Así como también, una filosofía organizacional enfocada al cumplimiento de los objetivos del plan.

### **C. FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL**

Es importante que la microempresa “Artesanías El Sol” adopte una filosofía organizacional, que en conjunto, parámetros, normas y políticas se interrelacionen de manera coherente entre todos los diversos componentes de la empresa para el cumplimiento de un mismo objetivo.

#### **1. Misión, visión y valores**

Dentro del modelo de gestión, enfocado al cumplimiento de los objetivos propuestos para la microempresa “Artesanías El Sol”, tanto la misión, visión y valores deben estar en armonía y trabajar juntos para un mismo fin. A continuación, se presenta la propuesta proporcionada por el equipo de investigación:

##### **a. Misión**

Contribuir al mejoramiento integral de la actividad artesanal mediante el rescate y la preservación de los oficios, la tradición y cultura del Municipio de La Palma, Departamento de Chalatenango, promoviendo la competitividad e innovación de nuevos



productos, el mercadeo, la comercialización y desarrollo de capacidades locales e internacionales, de manera que asegure la sostenibilidad de la actividad y el bienestar de los artesanos.

### **b. Visión**

Ser una empresa líder y reconocida en el mercado de las artesanías de madera y conseguir la fidelización de los clientes a través de comercialización de productos innovadores y de excelente calidad, a partir de la cual afianzar un crecimiento progresivo y sostenido en el mercado nacional e internacional consolidando la posición como Microempresa “Artesanías El sol”, de preferencia en el sector con una imagen corporativa propia y diferenciada de sus competidores.

### **c. Valores**

**Liderazgo:** Tomar decisiones acertadas para distinguirse de la competencia y constituirse como la mejor microempresa en elaboración y comercialización de artesanías de madera a nivel nacional e internacional, siendo así un ejemplo para la industria artesanal.

**Trabajo en Equipo:** Fomentar el compromiso, potenciando las habilidades y competencias de cada una de las personas que forman parte de la microempresa “Artesanías El Sol”, para que en conjunto trabajen en función del cumplimiento de los objetivos.

**Compromiso social:** Mantener conciencia sobre la toma de decisiones y cómo estas afectarán el entorno en el que se desenvuelve la microempresa, siendo responsables y congruentes con dicho principio, es importante su contribución al desarrollo social y económico del sector.

**Cumplimiento:** Ser responsables y fieles a las políticas y directrices acordadas con los clientes en cuanto a diseño, calidad, tiempos y entrega de la mercadería solicitada, con

el cual se logrará fidelizar a los clientes actuales y ganará prestigio e imagen que atraerá clientes potenciales.

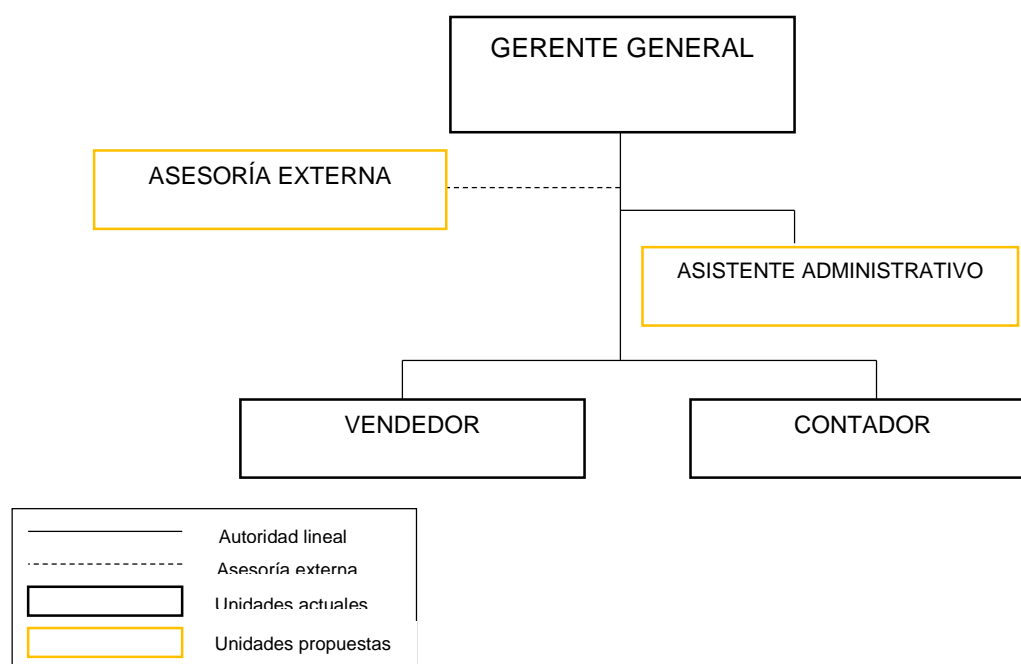
**Innovación:** Generar valor en los productos existentes, transformándolos con el fin de mejorarlos o renovarlos, y crear nuevos productos actualizados a las nuevas tendencias del mercado.

## 2. Estructura organizacional

Actualmente, la microempresa “Artesanías El Sol” no cuenta con una estructura organizacional formal que le permita identificar las diferentes áreas que conforman la microempresa, los cargos y las funciones que deberá desempeñar cada cargo o puesto de trabajo.

Es por ello que se propone un organigrama piramidal vertical que permita dividir las áreas dentro de la organización facilitando el logro de los objetivos mediante la interacción de los principios de la organización como la división de trabajo, autoridad y responsabilidad, delegación, unidad de mando, jerarquía, tramo de control y equidad en la carga de trabajo, entre otras.

**Figura 10. Propuesta de Organigrama para Artesanías El Sol**



Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

Se propone agregar a la estructura organizativa un asistente administrativo cuya dependencia directa sea del Gerente General, sin embargo, dentro de sus funciones brinde apoyo a todos y cada una de las áreas que conforman la organización. Así mismo se propone incorporar de manera permanente las plazas de contador y vendedor, ya que actualmente se integra el personal a las actividades de la microempresa temporalmente, esto con el objetivo que la empresa regularice sus informes con datos reales y actuales para la toma de decisiones oportuna y ayude al cumplimiento de sus obligaciones tanto formales como sustantivas.

Se propone así mismo, incluir una asesoría externa que realice investigaciones y estudios de mercado con el fin de mantener la mercadería actualizada con base a los gustos y preferencias de la población objetivo y atraer nuevos clientes.

### **3. Perfiles de los puestos de trabajo**

Con el objetivo que, el personal de la Microempresa “Artesanías El Sol” cumplan con los procesos tanto administrativos como de comercialización, se debe tomar en consideración el análisis de cada área trabajo, identificando, funciones, requisitos académicos y aptitudes indispensables para el buen funcionamiento organizacional de la Microempresa.

Cabe resaltar que, para la propuesta, el contenido que se comparta a través de correos y redes sociales: Facebook, Instagram, Pinterest etc. Lo realizará la persona que desempeñe el cargo de Asistente Administrativo bajo la supervisión del Gerente General, quien revisará dicho contenido, el cual deberá ir orientado a la identidad corporativa e imagen que se desea proyectar la microempresa al público en general, con énfasis en el mercado exterior. Además, el vendedor aportara insumos sobre ofertas, rebajas y promociones que considere adecuados.

A continuación, se describe la propuesta del perfil de cada uno de los cargos necesarios dentro de la organización:

Tabla 14. Perfil de Puesto: Gerente General

Información básica	
<b>Nombre del puesto</b>	Gerente General
<b>Área o departamento</b>	Gerencia
<b>Naturaleza del puesto</b>	Responsable por la dirección y representación legal de la microempresa, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además, presenta al Directorio los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.
<b>Objetivo</b>	Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas por la microempresa.
Funciones y Responsabilidades	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planear, organizar, gestionar, ejecutar y supervisar las actividades técnicas, administrativas, operativas, económicas y financieras, de acuerdo con las políticas que fije el Consejo Directivo.</li> <li>• Mantener el correcto funcionamiento de la empresa en general.</li> <li>• Representar jurídica y legalmente a la empresa ante terceros.</li> <li>• Dirigir y controlar las funciones administrativas de la empresa.</li> <li>• Dirigir, ejecutar, supervisar y controlar los procesos técnicos de abastecimiento de mercadería para la venta.</li> <li>• Supervisar el contenido que se publica en redes sociales y otros medios digitales o impresos.</li> <li>• Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del plan exportador que permita el fortalecimiento de las ventas.</li> <li>• Participar en reuniones con asociaciones, cámaras, ministerios y demás instituciones públicas y privadas.</li> </ul>
Requisitos del puesto	
<b>Nivel Educativo</b>	Título Universitario
<b>Experiencia Laboral</b>	Tres años en funciones similares.
<b>Habilidad laboral</b>	Conocimiento de Gestión Empresarial. Idioma Inglés en 100% o más deseable. Conocimiento de procesos logísticos y aduanas.
<b>Formación</b>	Título profesional universitario en Administración de Empresas, Economía o carreras afines; Preferentemente con Maestría en Finanzas o Administración de Empresas.

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

**Tabla 15. Perfil de Puesto: Asistente Administrativo**

Información básica	
<b>Nombre del puesto</b>	Asistente Administrativo
<b>Área o departamento</b>	Administrativo
<b>Jefe inmediato superior</b>	Gerente General
<b>Naturaleza del puesto</b>	Asistir a la dirección en las diferentes actividades administrativas. Dar seguimiento a la documentación de la microempresa y organizar la información de manera eficiente. Atención al cliente interno y externo tanto personalmente como a través de los diferentes medios de comunicación.
<b>Objetivo del puesto</b>	Asistir en las diferentes tareas administrativas y operativas que se le asignen.
Funciones y Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar y llevar el registro de proveedores de materiales e insumos.</li> <li>• Verificar que la documentación administrativa esté en orden y respaldada.</li> <li>• Coordinación con los talleres las órdenes de compra de mercadería.</li> <li>• Preparar y la documentación necesaria para el envío de mercadería al exterior.</li> <li>• Publicar contenido en las diferentes plataformas digitales (Redes sociales). Sobre productos nuevos, rebajas y promociones previamente revisadas por el jefe inmediato.</li> </ul>	
Requisitos del puesto	
<b>Nivel Educativo</b>	Indispensable; Bachillerato técnico comercial o equivalente. Deseable; estudios universitarios a nivel de segundo año y/o técnicos en carrera de administración de empresas o carreras afines.
<b>Experiencia Laboral</b>	Un año de experiencia como mínimo en cargos similares.
<b>Habilidad laboral</b>	Integridad. Confidencialidad. Actitud de servicio. Buenas relaciones interpersonales. Proactivo/a Orientación al orden y calidad Conocimiento sobre manejo de redes sociales. Deseable: Tener conocimientos en computación (Microsoft office), así como en redacción y ortografía.

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

Tabla 16. Perfil de Puesto: Vendedor

Información básica	
<b>Nombre del puesto</b>	Vendedor
<b>Área o departamento</b>	Ventas
<b>Jefe inmediato superior</b>	Gerente General
<b>Naturaleza del puesto</b>	Proporcionar asistencia promocional para incrementar los volúmenes de venta de un determinado producto o línea de productos. Además, crear estrategias de publicidad en coordinación con el Gerente General.
<b>Objetivo del puesto</b>	Coordinar pedidos con el cliente y área administrativa, para su posterior entrega de acuerdo a lo establecido por ambas partes, tomando en cuenta la capacidad de producción de los talleres.
Funciones y Responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar y/o desarrollar cartera de clientes nuevos.</li> <li>• Cumplir con el modelo de ventas.</li> <li>• Realizar llamadas, agendando citas y visitas a clientes con el objetivo de cumplir con la cuota asignada de ventas.</li> <li>• Monitorear métodos y canales adecuados de comercialización de las artesanías de madera.</li> <li>• Proponer la celebración de convenios con instituciones asociativas o empresa pública. Para, optar a ruedas de negocios y ferias de artesanías.</li> <li>• Proporcionar al cliente información de productos nuevos, precio y tipo de artesanía de madera.</li> <li>• Asegurarse que se cumplan las condiciones acordadas por ambas partes.</li> <li>• Informar del acuerdo con el cliente a gerencia.</li> </ul>	
Requisitos del puesto	
<b>Nivel Educativo</b>	Indispensable: bachillerato técnico comercial o equivalente. Deseable: estudios universitarios en mercadeo internacional a nivel de primer año.
<b>Experiencia Laboral</b>	Dos años en funciones similares.
<b>Habilidad laboral</b>	Comunicación con los proveedores, comprometido con el cumplimiento de metas, Buenas relaciones interpersonales.
<b>Habilidades Personales:</b>	Tener facilidad de palabra, empático, creativo, excelente presentación.
<b>Habilidades Para las Ventas:</b>	Habilidad para encontrar clientes, para identificar las necesidades y deseos de los clientes, para hacer presentaciones de venta eficientes, habilidades de cierre de venta, servicios posventa y emisión de informe de ventas.

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

**Tabla 17. Perfil de Puesto: Contador**

<b>Información básica</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	Contador
<b>Jefe inmediato superior</b>	Gerente general
<b>Naturaleza del puesto</b>	Es el encargado de dirigir y realizar todas las actividades contables de la empresa que incluyen la preparación, actualización e interpretación de los documentos contables y estados financieros, así como otros deberes relacionados con el área de contabilidad.
<b>Objetivo del puesto</b>	Registrar, procesar y analizar la información contable. Para, Medir y controlar los recursos de la empresa de manera eficiente y oportuna.
<b>Funciones y Responsabilidades</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar todas las actividades contables.</li> <li>• Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).</li> <li>• Examina y analiza la información que contienen los documentos que le sean asignados.</li> <li>• Codifica las cuentas de acuerdo a la información y a los lineamientos establecidos.</li> <li>• Prepara los estados de situación financieros y estado de resultados.</li> <li>• Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la entidad.</li> <li>• Prepara proyecciones, cuadros y análisis sobre los aspectos contables.</li> <li>• Actúa junto con el gerente general proporcionándole la información contable de la empresa como estados financieros, detalle de cuentas por cobrar, cuentas por pagar, saldos, proveedores y fondos disponibles.</li> </ul>
<b>Requisitos del puesto</b>	
<b>Nivel Educativo</b>	Indispensable: Bachillerato comercial opción contador o equivalente. Deseable estudiante universitario en Contaduría Pública a nivel de cuarto año.
<b>Experiencia Laboral</b>	Dos años en funciones similares.
<b>Habilidad laboral</b>	Determinación de Impuestos, elaboración de Estados Financieros, elaboración de planilla de sueldos y salarios, elaboración y presentación de declaraciones de IVA y renta, reporte de facturación Deseable: Análisis presupuestales, análisis y determinación de costos, control de Inventarios, análisis de cuentas por cobrar, reportes ejecutivos, auditorías de controles internos, orientado al orden y la calidad.

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación


#### 4. Costos de sueldos y salarios

Por el momento, será necesaria la contratación de una persona por cada puesto de trabajo, es decir: un Gerente General, un Asistente Administrativo, un Vendedor y un Contador.

Para dichos puestos, se propone ofrecer un sueldo adaptado al promedio del mercado y de acuerdo a las competencias que cada puesto requiera.

A continuación, se presenta la planilla de salarios para la microempresa “Artesanías El Sol”, con las respectivas deducciones en Seguro Social (ISSS) del 3% y de la Administradora del Fondo de Pensiones (AFP) 7.25%:

**Tabla 18. Costo de sueldos y salarios “Artesanías El Sol”**

 <b>PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS</b> <b>EL SOL, ARTESANIAS "El arte en un recuerdo"</b> <b>CORRESPONDIENTE AL MES DE _____ 2019</b>										
Nº	CÓDIGO	PUESTO DE TRABAJO	INGRESOS DEL TRABAJADOR			RETENCIONES		Sueldo Gravado	Impuesto sobre la Renta	Sueldo líquido a pagar mensual
			Sueldo Básico	Bonos, Horas Extras, Comisión	Total Sueldo Bruto	A.F.P. 7.25%	I.S.S.S 3.00%			
1	001	Gerente General	\$ 650.00	\$ -	\$ 650.00	\$ 47.13	\$ 19.50	\$ 583.38	\$ 28.81	\$ 554.57
2	002	Contador	\$ 550.00	\$ -	\$ 550.00	\$ 39.88	\$ 16.50	\$ 493.63	\$ 19.83	\$ 473.80
3	003	Vendedor	\$ 400.00	\$ -	\$ 400.00	\$ 29.00	\$ 12.00	\$ 359.00	\$ -	\$ 359.00
4	004	Asistente Administrativo	\$ 350.00	\$ -	\$ 350.00	\$ 25.38	\$ 10.50	\$ 314.13	\$ -	\$ 314.13
		<b>TOTAL A PAGAR</b>	<b>\$ 1,950.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1,950.00</b>	<b>\$ 141.38</b>	<b>\$ 58.50</b>	<b>\$ 1,750.13</b>	<b>\$ 48.64</b>	<b>\$ 1,701.49</b>

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación



**Tabla 19. Aportaciones Patronales “Artesanías El Sol”**

Nº	CÓDIGO	PUESTO DE TRABAJO	Sueldo mensual	APORTE PATRONAL		Costo por remuneraciones (Sueldo mensual más aporte patronal)
				I.S.S.S	A.F.P.	
				7.50%	7.75%	
1	001	Gerente General	\$ 650.00	\$ 48.75	\$ 50.38	\$ 749.13
2	002	Contador	\$ 550.00	\$ 41.25	\$ 42.63	\$ 633.88
3	003	Vendedor	\$ 400.00	\$ 30.00	\$ 31.00	\$ 461.00
4	004	Asistente Administrativo	\$ 350.00	\$ 26.25	\$ 27.13	\$ 403.38
<b>TOTAL A PAGAR</b>			<b>\$ 1,950.00</b>	<b>\$146.25</b>	<b>\$151.13</b>	<b>\$ 2,247.39</b>

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

#### **D. ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN AL MERCADO META**

Como parte de las herramientas utilizadas en el plan de exportación, las variables controlables de la mezcla de mercadeo: producto, precio, plaza y promoción, deberán ser trabajadas estratégicamente por la microempresa “Artesanías El sol”, con el fin de potenciar sus ventas en el exterior, con base a los gustos y preferencias de la población objetivo.

##### **1. Producto**

###### **a. Características del Producto**

Las líneas de productos seleccionadas para ser exportadas al exterior, fueron establecidas con base al diagnóstico realizado anteriormente. Se determinó, que las personas generalmente adquieren artesanías para obsequiar a sus familiares y amigos como recuerdo de El Salvador y para ambientar, decorar y/o utilizar en sus hogares u oficinas.

Por tanto, se establecieron dos líneas de productos características para el mercado exterior como lo son: decorativo-utilitario para el hogar y decorativo-utilitario para la oficina.

Las piezas de artesanías de ambas líneas de productos son elaboradas en madera a base de pino blanco, moldeadas con finos acabados por artesanos de la región, con originales y coloridos diseños característicos del estilo “naif” implementado por el artista más ícono de la cultura salvadoreña, Fernando Llort.

La línea decorativo-utilitario para el hogar contempla piezas como: cuadros, cofres, cruces, espejos y servilleteros; y en la línea decorativo-utilitario para la oficina podemos encontrar piezas como: portalápices, tarjeteros, portavasos y portavelas.

Entre las principales características de estos productos en general se pueden mencionar:

- i. Las piezas son elaboradas con madera de pino blanco debido a que es una materia prima fácil de conseguir, de buena calidad y muy moldeable, este tipo de madera se puede trabajar con herramientas manuales, admite clavos y tornillos, así como pintura y barniz con buenos acabados.
- ii. Los artesanos son quienes realizan los cortes, dan forma y afinan las piezas que serán parte del producto terminado con la ayuda de maquinaria como: sierras cortadoras, canteadora, lijadora, etc.
- iii. Los diseños de las piezas representan, de forma colorida, la vida cotidiana del pueblo salvadoreño, fauna y flora, así como la religión que profesan al estilo “naif” implementado por el artista salvadoreño Fernando Llort.
- iv. La pintura, detalle y acabado de estas piezas es trabajada de manera precisa y minuciosa por artesanos de la región principalmente por mujeres.

#### **b. Calidad del Producto**

Como se hizo referencia anteriormente, la materia prima utilizada para la elaboración de estas piezas de artesanías es madera de pino blanco, una de las maderas más utilizadas por ser abundante y principalmente por sus características: impregnable y fácil de trabajar.

Algunos aspectos que determinarán la calidad del producto:

- i. El tratamiento de la madera deberá de ser el adecuado para que no afecte la calidad del producto final (Cortes de sierra, cepillado, lijado y barniz).
- ii. Utilización de accesorios de calidad, como bisagras fabricadas en lámina o cualquier otra pieza que permita la funcionalidad de las artesanías.
- iii. Diseño y detalles del dibujo representado en cada pieza de artesanía.
- iv. La combinación y matices de colores que se utilicen y que vayan acorde al diseño y a la representación del tema de la artesanía.
- v. La destreza y la habilidad con la que las artesanas cuiden cada detalle de la pintura y el barnizado en el producto en proceso.






### **c. Diseño del Producto**

El diseño de cada producto dependerá del tipo de artesanía que se pretenda elaborar con medidas y diseños específicos.

“Artesanías El Sol” elaborará 12 tipos de artesanías diferentes entre sus dos líneas de producto para el mercado estadounidense; a continuación, se detallan algunos de los modelos y especificaciones que serán utilizados para la fabricación de estas piezas, cabe mencionar que, dentro de estos modelos, 2 son nuevos e innovadores, propuestos por el equipo de investigación como parte de las estrategias de introducción al mercado internacional.

Tabla 20. Diseños de productos a exportar

Decorativo-Utilitario para el Hogar		
<b>Cuadros</b>		Cuadros de madera de pino blanco de 25 cm x 25 cm x 2 cm (largo, ancho y espesor), peso; 1.50 lb. Decorada con paisajes representativos del Municipio de La Palma, multicolor, barnizado.
<b>Astilla Decorativa</b>		Astilla de madera de pino blanco de 51 cm x 25 cm x 2 cm (largo, ancho, espesor), peso; 2.30 lb. Decorada con diseños representativos del Municipio de La Palma: sus casas, su gente, sus tierras, etc., pintada con colores vivos y barnizada para un mejor acabado con soporte para pared.
<b>Cofres</b>		Cofres o cajas de madera de pino blanco, de 10 cm x 15 cm x 10 cm (alto, ancho, espesor), peso 1 lb. Con bisagras metálicas y diseños con decoración multicolor (flora, fauna, casas, gente representativos de La Palma), barnizada.
<b>Cruces</b>		Cruces de madera de pino blanco, de 30 cm x 20 cm x 1 cm (largo, ancho y espesor), peso: 0.5 lb. Con diseños alusivos a la religión, santos, iglesias, imágenes de Jesús, etc., multicolor con acabados en barniz.
<b>Espejos</b>		Espejos con marco de madera de pino blanco de pared redondo de 50 cm, diámetro y espesor 3 cm., peso; 3 lb., y espejo con marco de madera para mesa de 20 cm x 15 cm x 1 cm (largo, ancho, espesor), de peso 3 lb. Con diseños multicolor y acabados en barniz.
<b>Servilleteros</b>		Servilletero de madera de pino blanco, color madera, diseño flexible para utilizarse de forma horizontal o vertical, de 10 cm x 14 cm x 6 cm (alto, ancho, espesor), peso; 0.60 lb. Diseño pájaros en ramas, pintura en tonos naranja con acabado en barniz.
<b>Porta cuchillos (producto nuevo)</b>		Porta cuchillo de madera de pino blanco, con rejillas para 10 tipo de cuchillos de 20 cm x 10 cm x 15 cm (alto, ancho, espesor), peso; 2.5 lb. Con diseños de la cotidianidad del Municipio de La Palma, multicolor y con acabados en barniz.

Decorativo-Utilitario para la Oficina		
Tipo de Artesanía	Modelo	Descripción
Portalápices		Portalápiz de madera de pino blanco, colores de 12 cm x 5 cm x 4 cm (alto, ancho, espesor), peso 0.45 lb. Diseño de aves y mariposas, multicolores con acabado en barniz.
Tarjeteros		Tarjetero de madera de pino blanco de 8 cm x 15 cm x 3 cm (alto, ancho, espesor), peso 0.30 lb, con diseños en flores y variados, barnizado.
Portavasos		Portavasos de madera de pino blanco con centro de corcho, soporte de madera de 10 cm x 10 x 5 cm (alto, ancho, espesor), cada portavasos de 6 cm de diámetro y 1 cm de espesor, de peso 0.30 libras. Aproximadamente, con diseño de flores y variados, barnizado.
Porta velas		Porta velas de madera de pino blanco cilíndricas de diferentes estilos de 8 cm. De diámetro y 20 cm. De alto, de peso 2.5 lb. Diversos diseños multicolores con acabados en barniz.
Porta celular (producto nuevo)		Porta celular de madera de pino blanco con doble funcionalidad, sirve para como soporte al momento de cargar y como soporte para ver películas o videos, de 25 cm x 10 cm x 2 cm (alto, ancho, espesor), de peso 2.5 lb. Con diseños representativos del Municipio de La Palma, multicolor con acabados en barniz.

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

#### d. Marca y slogan

Entre las fortalezas que la microempresa posee, destacan el hecho que “Artesanías El sol” ya cuenta con una marca y slogan propios, sin embargo, debido a que existen en el mercado otras empresas de nacionalidad mexicana con el mismo nombre, la marca “Artesanías El Sol” deberá registrada para asegurar su posicionamiento en el mercado como la marca que comercializa en Estados Unidos artesanías salvadoreñas de madera provenientes del Municipio de La Palma en el Departamento de Chalatenango.

A continuación, se muestran logo, marca y slogan reconocidos a nivel local actualmente (se proponen actualizaciones en tipo de letra y fondo para mayor atracción al mercado internacional):

**Figura 11. Logo, marca y slogan de la microempresa “Artesanías El Sol”**



Fuente: Equipo de investigación.

#### e. Etiqueta

La etiqueta que se propone para los productos de Artesanías El Sol, es una etiqueta adhesiva, la cual deberá ser colocada en el empaque con el que se envuelva cada pieza de artesanía de manera que se encuentre visible a primera instancia a los ojos del consumidor.

Dicha etiqueta será de tipo informativa y de marca, esto con el objetivo que el consumidor, conozca e identifique la marca, tanto por su nombre como por su logo, y contenga información relevante de la procedencia de las piezas de artesanías y de los materiales utilizados para su elaboración.

A continuación, se presenta la propuesta de la etiqueta para Artesanías El Sol:

Figura 12. Propuesta de Etiqueta



Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

#### f. Envase y embalaje

Para la presente propuesta, se envolverá cada pieza de artesanía en bolsas de papel craft el cual protegerá el producto y dará un aspecto artesanal al envase; una vez envuelto, al frente será colocada la etiqueta de marca e información de cada producto. Posteriormente, todas las piezas de artesanías debidamente envasadas e identificadas, serán transportadas en cajas (Acordes a las dimensiones de los productos) de cartón corrugado doble, selladas con cinta para empaque transparente industrial de 2" y debidamente rotuladas con la información de la empresa, del producto contenido e información de destino para que el distribuidor no tenga inconvenientes al momento de retirar la mercadería.

## 2. Precio

### a. Determinación de precio de exportación con base a costos

Esta técnica para la determinación de precios es quizá la más utilizada para elaborar las cotizaciones en el mercado doméstico, ya que “se basa en conocer los costos totales por producto, agregar una utilidad deseada y, con ello, se obtiene el precio de venta”. Es decir, se parte de los costos para determinar el Precio.

También se utiliza en el comercio internacional. Cuando ello sucede, el exportador se basa en el precio puesto en planta, al que se deben de agregar los costos relacionados con la logística internacional. Así, el exportador contará con alternativas de precio, según el lugar donde se entregue la mercancía.

Para “Artesanías El Sol”, la determinación del precio se calculará por medio de la siguiente fórmula:

$$\text{Costo de Adquisición} + \text{Costos de Operación y Logística} + \text{Utilidad Deseada} = \text{Precio de Exportación}$$

Antes de detallar cada uno de los elementos en la fórmula, es necesario aclarar que el INCOTERM utilizado para la comercialización de la mercadería será el CIP, (Carriage and Insurance Paid to/Transporte y seguro pagados hasta), donde la microempresa entregará la mercadería al transportista que haya contratado para el envío al exterior, terminando ahí su obligación; La recepción de la mercadería y lo relacionado a la importación del producto hasta su colocación en el punto de venta corre por cuenta del comprador.

#### i. Costo de Adquisición

Debido a que “Artesanías El Sol”, trabaja con talleres externos a la entidad, es necesario incluir el costo de adquisición de las piezas de artesanía, en el cual, se encuentran incluidos los costos relacionados a la producción y su margen de ganancia.



## ii. Costos de Operación y Logística

Entre los costos y gastos relacionados a la operación y la logística de exportación de las piezas de artesanías se han incluido los siguientes términos:

- **Costos del Producto**, Adicional a los costos de producción será necesario incluir los costos incurridos tanto en la presentación del producto para el consumidor final como la forma en que estos serán enviados al extranjero, entre ellos se han considerado el empaque, la etiqueta y lo relacionado al embalaje.
- **Costos de Comercialización**, Para que el producto llegue al consumidor final es necesario incurrir en promoción, costos que deberán ser recuperados en el precio de exportación, en este caso la impresión de volantes y fichas técnicas de cada producto que serán repartidas en los puntos de distribución, están considerados en esta sección.
- **Costos de transporte interno**, “Artesanías El Sol” utiliza un vehículo propio para transportar de manera interna la mercadería, sin embargo, considerando el envío al extranjero de un pedido grande, será necesaria la contratación de un vehículo con mayor capacidad que realice el transporte interno desde el Departamento de Chalatenango, hasta el Departamento de La Paz, donde se encuentra ubicado el Aeropuerto Internacional de El Salvador, “Monseñor Oscar Arnulfo Romero y Galdámez”, costo que será incluido en el precio de exportación ya que forman parte de la cadena para que el producto llegue al consumidor final.
- **Costos Varios**, La documentación necesaria para la exportación de las piezas de artesanías, también deben considerarse dentro de los costos de exportación, aunque existe documentación que no tiene costo como la emisión del Certificado de Origen, para la exportación de artesanías de madera la Inspección y certificación de granos y madera para exportación, por embarque sí lo tiene (\$45.00 + I.V.A. por operación).
- **Costo de transporte y seguro internacional**, En El Salvador existen empresas reconocidas y especializadas en el envío de documentos y paquetes a diferentes partes del mundo, a través de la cuales se pueden conocer las tarifas y calcular

así los costos de envío de mercadería al exterior con base al peso y al lugar de destino. Algunas de estas empresas que operan en el país son: TransExpress, FEDEX y DHL.

Se propone realizar los envíos hacia Estados Unidos con la empresa DHL, ya que cuenta con una herramienta en línea que permite calcular los costos de envío, así como también brinda el servicio de seguro para la mercadería (1% del valor de la mercadería enviada). En el Anexo III- 1 se detallan los pasos, con un ejemplo para obtener cotización en el sitio oficial de DHL.

### **iii. Utilidad Deseada**

Como último elemento a considerar para el precio de exportación se tiene la ganancia deseada; Como en todo negocio, el precio debe cubrir los costos incurridos en colocar un producto en el mercado y adicional a ello generar una ganancia que permita el cumplimiento de obligaciones formales, la reinversión y/o como retribución al esfuerzo empleado en la venta de dicho producto. Para la microempresa “Artesanías El Sol”, se propone un margen de ganancia del 80% el cual le permitirá tener un margen de pérdida menos arriesgado y continuar promocionando los productos que la microempresa ofrece, inversión en la creación de nuevos diseños, expansión y/o diversificación del mercado, etc.

Con base a los elementos anteriormente mencionados, se elabora el siguiente cuadro que representa el cálculo del precio de exportación para cada uno de los modelos de artesanías a exportar y su comparación con los precios del mercado exterior, cabe mencionar que, se estima para el año 2019 un envío mínimo de 1,000 piezas para cada tipo de artesanías.

Tabla 21. Cálculo de precios de exportación: Artesanías para el hogar

CONCEPTO	CRUZ DE MADERA		SERVILLETEROS		COFRES		ESPEJOS	
	UNITARIO	TOTALES	UNITARIO	TOTALES	UNITARIO	TOTALES	UNITARIO	TOTALES
	1	1000	1	1000	1	1000	1	1000
<b>Precio de Adquisición</b>	\$ 3.98	\$ 3,982.30	\$ 4.42	\$ 4,424.78	\$ 4.42	\$ 4,424.78	\$ 14.16	\$14,159.29
Etiquetas	\$ 0.31	\$ 309.73	\$ 0.31	\$ 309.73	\$ 0.31	\$ 309.73	\$ 0.31	\$ 309.73
Embalaje	\$ 0.09	\$ 89.60	\$ 0.09	\$ 89.60	\$ 0.09	\$ 89.60	\$ 0.09	\$ 89.60
Flete terrestre	\$ 0.13	\$ 132.74	\$ 0.13	\$ 132.74	\$ 0.13	\$ 132.74	\$ 0.13	\$ 132.74
Promoción	\$ 0.50	\$ 504.42	\$ 0.50	\$ 504.42	\$ 0.50	\$ 504.42	\$ 0.50	\$ 504.42
Documento de Exportación	\$ 0.05	\$ 45.00	\$ 0.05	\$ 45.00	\$ 0.05	\$ 45.00	\$ 0.05	\$ 45.00
Transporte aéreo	\$ 7.61	\$ 7,607.04	\$ 7.61	\$ 7,607.04	\$ 7.61	\$ 7,607.04	\$ 7.61	\$ 7,607.04
Seguro	\$ 0.06	\$ 55.58	\$ 0.06	\$ 60.00	\$ 0.06	\$ 60.00	\$ 0.16	\$ 157.35
Costo de Oper. y Logíst.	\$ 8.74	\$ 8,744.12	\$ 8.75	\$ 8,748.54	\$ 8.75	\$ 8,748.54	\$ 8.85	\$ 8,845.88
Precio CIP INCOTERMS	\$ 12.73	\$12,726.42	\$ 13.17	\$13,173.32	\$ 13.17	\$13,173.32	\$ 23.01	\$23,005.18
Utilidad Deseada (80%)	\$ 10.18	\$10,181.13	\$ 10.54	\$10,538.65	\$ 10.54	\$10,538.65	\$ 18.40	\$18,404.14
Precio de Exportación	\$ 22.21	\$22,907.55	\$ 23.71	\$23,711.97	\$ 23.71	\$23,711.97	\$ 41.41	\$41,409.32
Precio de referencia en el mercado exterior	\$ 29.99		\$ 31.99		\$ 47.99		\$ 90.98	
Diferencia con el precio de mercado	\$ 7.08		\$ 8.28		\$ 24.28		\$ 49.57	

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, con base a cotizaciones de proveedores

**Tabla 22. Cálculo de precios de exportación: Artesanías para la oficina**

CONCEPTO	PORTAVELA		PORTALÁPICES		PORTAVASOS		TARJETERO	
	UNITARIO	TOTALES	UNITARIO	TOTALES	UNITARIO	TOTALES	UNITARIO	TOTALES
	1	1000	1	1000	1	1000	1	1000
Precio de Adquisición	\$ 10.62	\$10,619.47	\$ 3.54	\$ 3,539.82	\$ 6.19	\$ 6,194.69	\$ 2.21	\$ 2,212.39
Etiquetas	\$ 0.31	\$ 309.73	\$ 0.31	\$ 309.73	\$ 0.31	\$ 309.73	\$ 0.31	\$ 309.73
Embalaje	\$ 0.09	\$ 89.60	\$ 0.09	\$ 89.60	\$ 0.09	\$ 89.60	\$ 0.09	\$ 89.60
Flete terrestre	\$ 0.13	\$ 132.74	\$ 0.13	\$ 132.74	\$ 0.13	\$ 132.74	\$ 0.13	\$ 132.74
Promoción	\$ 0.50	\$ 504.42	\$ 0.50	\$ 504.42	\$ 0.50	\$ 504.42	\$ 0.50	\$ 504.42
Documento de Exportación	\$ 0.05	\$ 45.00	\$ 0.05	\$ 45.00	\$ 0.05	\$ 45.00	\$ 0.05	\$ 45.00
Transporte aéreo	\$ 7.61	\$ 7,607.04	\$ 7.61	\$ 7,607.04	\$ 7.61	\$ 7,607.04	\$ 7.61	\$ 7,607.04
Seguro	\$ 0.12	\$ 121.95	\$ 0.05	\$ 51.15	\$ 0.08	\$ 77.70	\$ 0.04	\$ 37.88
Costo de Oper. y Logíst.	\$ 8.81	\$ 8,810.49	\$ 8.74	\$ 8,739.69	\$ 8.77	\$ 8,766.24	\$ 8.73	\$ 8,726.42
Precio CIP	\$ 19.43	\$19,429.96	\$ 12.28	\$12,279.51	\$ 14.96	\$14,960.93	\$ 10.94	\$10,938.81
Utilidad Deseada (80%)	\$ 15.54	\$15,543.96	\$ 9.82	\$ 9,823.61	\$ 11.97	\$11,968.74	\$ 8.75	\$ 8,751.04
Precio de Exportación	\$ 34.97	\$34,973.92	\$ 22.10	\$22,103.12	\$ 26.93	\$26,929.67	\$ 19.69	\$19,689.85
Precio de referencia en el mercado exterior	\$ 67.49		\$ 44.49		\$ 39.99		\$ 39.99	
Diferencia con el precio de mercado	\$ 32.52		\$ 22.39		\$ 13.06		\$ 20.30	

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, con base a cotizaciones de proveedores

### 3. Promoción y Publicidad

Para que un producto pueda venderse es importante darlo a conocer, que la gente reconozca y se identifique con la marca del producto e impregnarla en ellos como su preferida al momento de adquirir piezas de artesanías.

Para la exportación de artesanías de madera de la microempresa “Artesanías El Sol” hacia Estados Unidos, será necesaria la implementación de estrategias publicitarias y de promoción con el objetivo de informar, persuadir y de invitar al consumidor a adquirir los productos que ofrece.

#### a. Publicidad

Las artesanías de madera serán promovidas por dos medios, publicidad impresa y publicidad digital:

**Publicidad Impresa:**

Por medio de hojas volantes se darán a conocer los productos que “Artesanías el Sol” ofrece a la comunidad salvadoreña en Estados Unidos, los cuales serán distribuidos en los principales puntos de venta, donde se comercialicen estas piezas.

A continuación, se muestra un modelo de las hojas volantes que circularán en la zona:

**Figura 13. Hoja Volante**



Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

## Publicidad Digital:

“Artesanías El Sol” ya cuenta con algunas plataformas virtuales para dar a conocer sus productos, por ejemplo, una página web ([www.elsolartesanias.com](http://www.elsolartesanias.com)), sin embargo, es necesario el mantenimiento y la actualización de la misma con el objetivo de tener un alcance más amplio llegando a nuevos consumidores de la era digital.

La actualización de la página web será administrada por el gerente general, quien decidirá la información, productos y promociones que serán publicadas en ella, adicional, servirá como una plataforma de interacción con el cliente ya que cuenta con opciones de contacto y sugerencias para que el consumidor pueda expresar sus gustos y preferencias, se pretende también sea un medio de comercialización donde se puedan hacer pedidos y compras a través de la creación de un link y en conjunto con la plataforma de pago: Pagadito.com, funcione como canal directo para brindar una mejor atención al consumidor final.

**Figura 14. Sitio Web, Misión, Visión Valores**

**Artesanías**  
Cultura Cuscatleca!  
**EL SOL**  
Artesanías

Inicio | Catálogo de Productos | Saló de Ventas | Contactanos

**Artesanías**  
Libretas de Madera personalizables

**Misión**

Contribuir al mejoramiento integral de la actividad artesanal mediante el rescate y la preservación de los oficios y la tradición del Municipio de La Palma, Departamento de Chalatenango, promoviendo la competitividad e innovación de nuevos productos, la transferencia de metodologías, cultura y reseña histórica salvadoreña, el mercadeo, la comercialización y desarrollo de capacidades locales e internacionales, de manera que asegure la sostenibilidad de la actividad artesanal y el bienestar de los artesanos.

**Visión**

Ser una empresa líder y reconocida en el mercado de las artesanías de madera y conseguir la fidelización de nuestros clientes a través de comercialización de productos innovadores y de excelente calidad, a partir de lo cual afianzar un crecimiento progresivo y sostenido en el mercado nacional e internacional consolidando nuestra posición como Microempresa “Artesanías El sol”, de preferencia en el sector con una imagen corporativa propia y diferenciada de sus competidores.

**Valores**

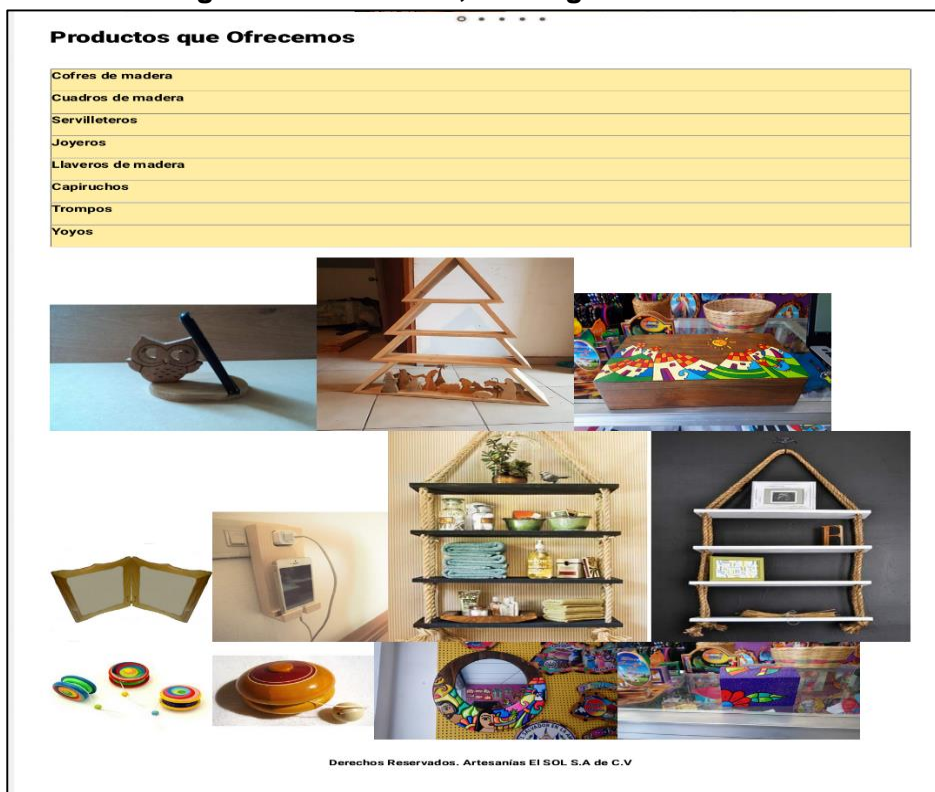
Artesanías El Sol, es una empresa dinámica e innovadora que cree en las personas con la convicción de que la principal fuente de agregación de valor radica en el recurso humano que compone la organización.

Los Valores que práctica son:

1. CALIDAD: Es entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido.

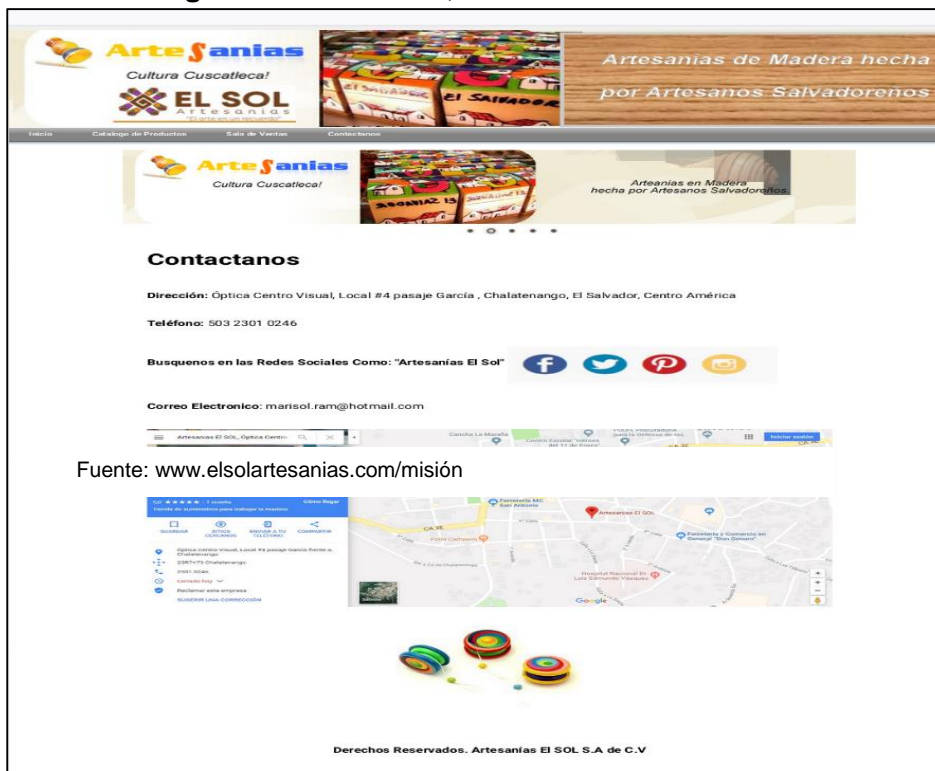
Fuente: [www.elsolartesanias.com/mision](http://www.elsolartesanias.com/mision)

Figura 15. Sitio Web, Catálogo de Productos



Fuente: [www.elsolartesanias.com/Catálogoproductos](http://www.elsolartesanias.com/Catálogoproductos)

Figura 16. Sitio Web, Información de Contacto



Fuente: [www.elsolartesanias.com/misión](http://www.elsolartesanias.com/misión)

Fuente: [www.elsolartesanias.com/Informacióndecontacto](http://www.elsolartesanias.com/Informacióndecontacto)

El internet y las redes sociales son parte fundamental en la implementación de un mercadeo digital, más para una empresa que desea incursionar en un mercado extranjero ya que estos medios sobrepasan fronteras; por tanto, es indispensable la creación y actualización de estas redes de interacción con la sociedad.

“Artesanías el Sol” cuenta con redes sociales como Facebook, la cual es preferida por la población objetivo para conocer sobre los productos y promociones que se ofrecen, Instagram, YouTube y Pinterest son otras de las redes con las que cuenta la microempresa, sin embargo no hay un mantenimiento adecuado de las mismas, por lo que se propone, la actualización y mantenimiento constante de estas redes con el objetivo de atraer a la comunidad salvadoreñas en Los Ángeles y a otros consumidores potenciales.

**Facebook:** La página será promocionada cada mes con el objetivo de incrementar el alcance de consumidores entre la población del Estado de Los Ángeles.

En esta página serán publicadas promociones, calendarización de ferias de exhibición, curiosidades o información sobre la fabricación de las artesanías y/o sus materias primas, cuyo principal objetivo es mantener interesada a la población.

Además, tratándose de una red social, lo clientes podrán contribuir con la producción de contenido de la página publicando fotografías, videos, enlaces todo relacionado a la empresa y sus productos.

**Figura 17. Página oficial en Facebook de Artesanías El Sol**

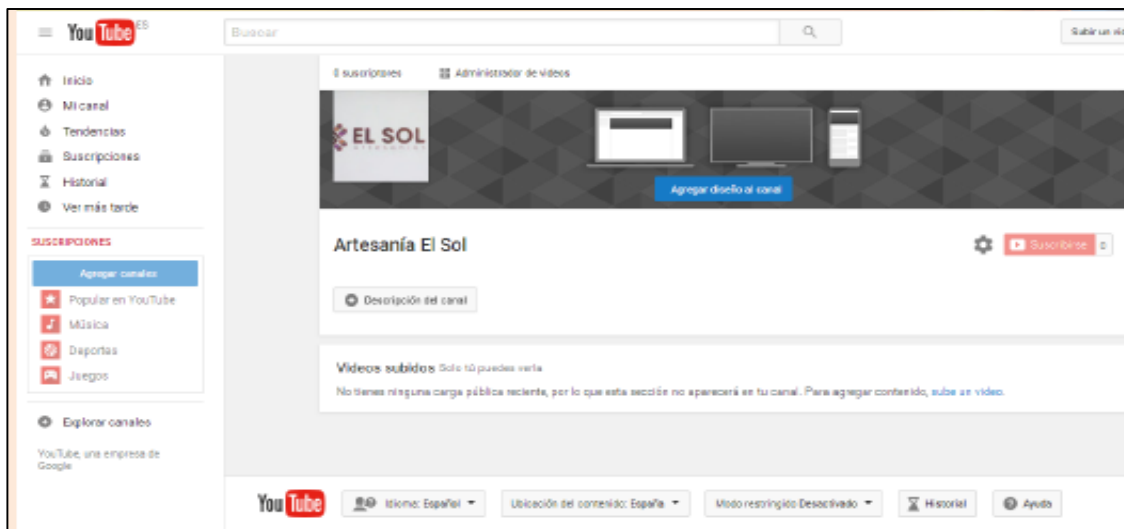


Fuente: [https://www.facebook.com/artesaniaselol1/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/artesaniaselol1/?ref=br_rs)



**YouTube**, en esta plataforma se creará contenido publicitario como: comerciales, tutoriales, parte del proceso de producción de las artesanías, blogs de ferias, etc.,

**Figura 18. Canal en YouTube de Artesanías El Sol.**



**Pinterest e Instagram**, para ambas plataformas el principal medio de difusión es a través de agrupaciones de fotografías en diferentes categorías, es por eso que la utilización de hashtag en el caso Instagram y la creación de tableros en el caso de Pinterest serán indispensables para una mayor difusión de las fotografías que contengan los principales diseños y productos de artesanías.

**Figura 19. Cuenta de Artesanías El Sol en Pinterest.**



Fuente: <https://www.pinterest.com/elsolartesanias/?autologin=true>

### **b. Promoción de ventas**

Para la microempresa “Artesanías El Sol” se propone como medio para promocionar las ventas, la asistencia a ferias y convenciones de artesanías realizadas en el centro de Los Ángeles y sus alrededores, esto con el objetivo que los clientes potenciales tengan la oportunidad de observar físicamente cada una de las piezas, aprecien su calidad y puedan evacuar sus dudas en relación a los productos y la compra.

Para lograr dicho objetivo, será necesaria la colaboración de instituciones que brinden apoyo al sector exportador en El Salvador, por lo que la propietaria de la microempresa deberá participar activamente en los diferentes programas impartidos por estas instituciones, así como PROESA y COEXPORT, siendo afiliada en estas instituciones se tendrá conocimiento de la calendarización de ferias en Estados Unidos y prepararse con anticipación para su participación.

### **c. Hoja técnica del producto**

Es importante que el consumidor se mantenga informado del tipo de producto que está adquiriendo, es por ello que las hojas técnicas de cada producto son esenciales para la atracción de nuevos consumidores y forman parte de la publicidad tanto impresa como digital con la que puede promocionarse la microempresa.

Una hoja técnica a parte de contener información técnica y detallada de cada pieza de artesanías como lo son la materia prima, las medidas, el peso, etc., también debe contener un diseño atractivo a los ojos del consumidor.

A continuación, se muestra un modelo de una ficha técnica:

Figura 20. Hoja técnica del producto



*Artesanías El Sol*

## CRUZ DE MADERA

LÍNEA DECORATIVA-UTILITARIA HOGAR



### Cruz de madera

**Diseño:** Monseñor Oscar Arnulfo Romero

**Línea:** Decorativa-utilitaria para el hogar

**Medidas:** 30cm. de largo x 20cm. de ancho x 1cm. de espesor.

**Peso:** 0.25lbs

**Origen:** La Palma, Chalatenango, El Salvador, C.A.

**Descripción del Producto:**

Cruces de madera elaboradas a base de pino blanco, decorada por artesanos salvadoreños, en su mayoría mujeres, con diseños elaborados con la técnica Naif, implementada por el reconocido artista salvadoreño Fernando Llorit.

Con diseños alusivos a la religión y creencias del pueblo salvadoreño, así como su geografía, terrenos, flora y fauna.

#### Características de la madera de pino blanco

- Es un producto estético elegido como base en muchos ámbitos por sus propiedades naturales
- Se impregna fácilmente
- Es un recurso abundante
- Ofrece buenos niveles de resistencia mecánica.
- Es Fácilmente transformable y moldeable.



*El arte en un recuerdo*

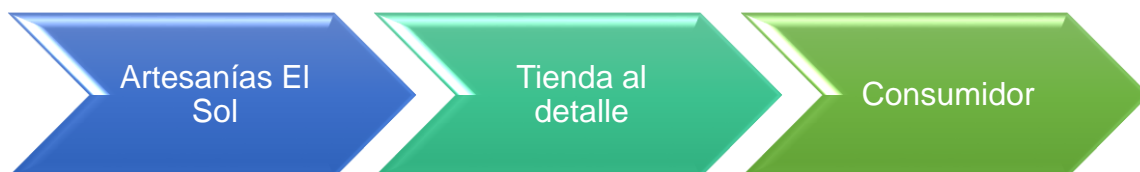
Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación.

#### 4. Canales de distribución.

Representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo, Artesanías El Sol, intermediario y consumidor. Según sean las etapas que recorren el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal.

La estructuración del canal será corto:

**Figura 21. Canal de Distribución para “Artesanías El Sol”**



Fuente: Elaboración por el equipo de investigación

#### Flujo de pedidos y políticas de pago.

El proceso debe ser sencillo y claro. Lo importante es mantener la buena relación con el cliente, y evitar incumplir con los tiempos de entrega y la calidad de los productos

Las etapas de un modo simplificado son:

- a. Artesanías El Sol establece contacto con las instituciones público-privadas del país que brindan apoyo al sector exportador, tales como PROESA y COEXPORT, entidades que facilitarán las relaciones comerciales y las negociaciones con empresas en el exterior que se encarguen de la distribución de las piezas de artesanías de madera en Los Ángeles, California, para finalmente concretar el acuerdo a través de un contrato. La mercadería la compra o realiza un pedido a los talleres con las especificaciones técnicas definidas previamente. En el caso que el pedido sobrepase la capacidad de un taller se deberán unir los talleres o distribuir la fabricación de las artesanías y cumplir con los tiempos de entrega.
- b. Los talleres que proveen las artesanías tiene que preocuparse de adecuar su producto a la normativa del país de destino (certificaciones, normalización, etc.). Este es un proceso clave para el éxito o rechazo en aduanas. Normalmente el

taller a la hora de adquirir materia prima (Madera) deberá de asegurarse que sea de la especie 'Pino Blanco' y que cuente con los permisos ambientales y de origen, Este permiso se utiliza como guía de transportación y certificado de origen en el proceso de exportación, además, debe asegurarse en los términos de compra a los talleres que es exclusiva cuenta suya asegurarse la documentación antes mencionada.

- c. Se realizan contratos entre la entidad que realiza la exportación, cliente y proveedor. Ese contrato con el cliente, establece las condiciones de entrega del producto: número de unidades, presentación, empaque, embalaje, precio, divisa, medio y forma de pago.
- d. El pago deberá realizarse con base a las políticas establecidas por la microempresa "Artesanías El Sol", a continuación, se enlistan una serie de condiciones que conformarán la política de pagos en el exterior:
  - i. Para las compras de contado realizadas en el establecimiento se aceptará como forma de pago efectivo con billetes de denominación hasta un monto máximo de \$100.00.
  - ii. Así mismo se aceptarán tarjetas de débito y crédito, principalmente las de mayor circulación (VISA y MASTERCARD), y se ofrecerán planes diferidos de hasta 3 meses sin intereses.
  - iii. Una vez realizado el pago se emitirá factura que respalde la compra.
  - iv. Para las compras con características específicas, se emitirá una orden de pedido que detalle el tipo de artesanías, la cantidad, el precio unitario, fecha de pedido y fecha de entrega, documento con el cual se hará entrega de la mercadería en la fecha acordada.
  - v. Para las compras bajo pedido el cliente deberá pagar el 50% del valor total de la compra realizada como anticipo, para iniciar con la producción y el 50% restante deberá pagarse contra entrega.

- vi. Para las compras realizadas en el sitio web, se realizarán a través de la plataforma pagadito.com con tarjeta de crédito o debido por el valor total de la compra.
  
- e. La mercadería será transportada desde los talleres ubicados en La Palma Chalatenango hasta el almacén (Sala de ventas) de Artesanías El Sol o directamente hasta el recinto aduanero y allí se elaboran los trámites para la exportación. Ese transporte y almacenamiento ya debe de contar con un seguro. El proveedor (talleres) exigirá el pago parcial de la mercancía, estos detalles deberán de abordarse previamente en la negociación de compra y plasmarlos en una orden de compra.
  
- f. La mercancía es embarcada en el medio de transporte que vaya a realizar el traslado entre el país de exportación y el país de importación. Debido a la naturaleza de los productos deberán de enviarse vía aérea, aunque suponga un costo mayor que si fuese vía marítima, pero tomando en cuenta los cambios de clima, humedad, la mercadería podría sufrir daños en la pintura, grietas, despegarse las uniones, etc.
  
- g. La mercancía entra en el recinto aduanero y cumpliendo con los requisitos para su envío. Un agente de aduanas contratado por la microempresa, realiza los trámites.
  
- h. Por último, la mercancía es transportada hasta las dependencias del cliente, en ocasiones puede requerir un almacén intermedio si se actúa como mayoristas, el cual servirá a varios clientes con un mismo envío.
  
- i. Al momento de recibir conforme la mercancía, se firma el albarán o factura de recepción y se realiza el pago, normalmente a través de carta bancaria.

Para aumentar el alcance del canal de distribución seleccionado, la microempresa “Artesanías El Sol” deberán tomar en cuenta elementos como: Establecer alianzas con tiendas al detalle de artesanías de madera localizadas en el Centro de los Ángeles, en el Estado de California, con el objetivo que los productos de la microempresa lleguen directamente al consumidor final.

Como ya cuenta con cierta experiencia exportadora y desea localizar nuevos clientes e identificar oportunidades de negocio para incrementar sus ventas, puede considerar participar en eventos de promoción comercial en los mercados de destino, con la asesoría de PROESA ya que cuenta con un programa de ferias y misiones para la promoción de productos con capacidad exportadora, los cuales fueron detallados en el Anexo I- 1.

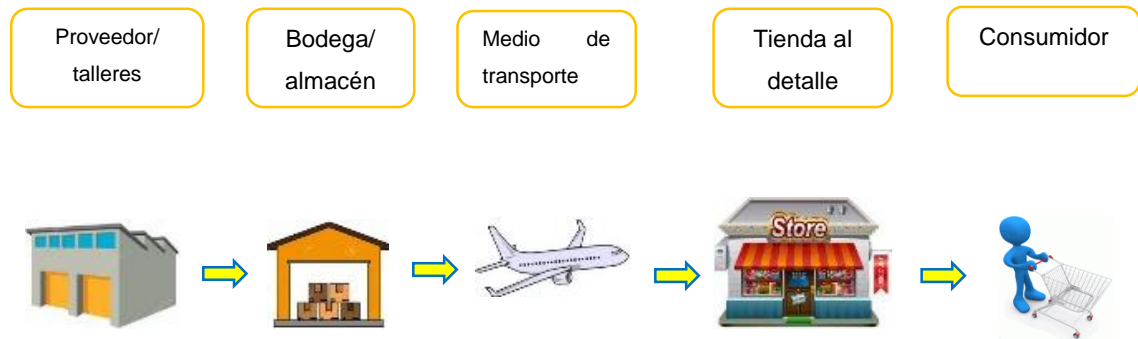
## **5. Logística Internacional**

### **a. Requisitos administrativos para exportar, registro de marca y documentación.**

Para que el envío de las artesanías de madera hacia Los Ángeles, California en Estados Unidos sea efectivo se presenta un guía de trámites de exportación, pasos a seguir en relación al registro de marca y la documentación necesaria para completar dicho proceso. Ver Anexo III- 2.

## b. Logística de exportación

**Figura 22. Canal de distribución de la mercadería**



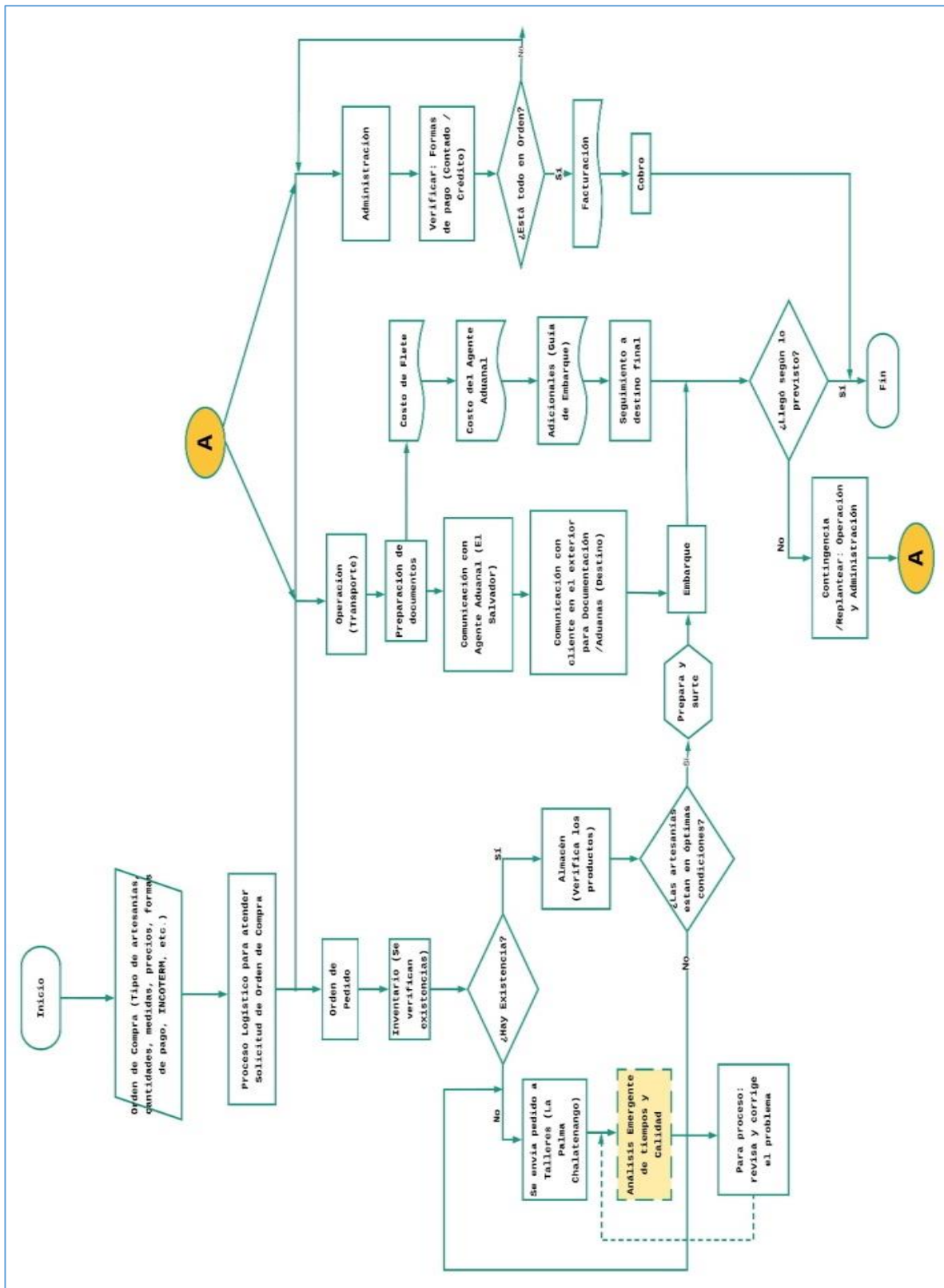
Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

Para poder suministrar correctamente los productos, es importante que la microempresa “Artesanías El Sol” tome en cuenta los siguientes elementos:

- i. Niveles de existencia adecuados y su seguimiento.
- ii. Detalle de los pedidos de los clientes (Especificaciones técnicas: dimensiones, diseños, colores, cantidades, etc.).
- iii. Sistema de transporte y entrega de productos.
- iv. Frecuencia y fiabilidad de los proveedores.
- v. Disponibilidad de mercadería para la venta.
- vi. Cumplimiento de plazos de entrega.
- vii. Calidad de los productos.
- viii. Documentación adecuada del proceso logístico.







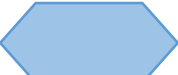



Figura 23. Flujoograma básico de exportación



Fuente: Elaboración equipo de trabajo.  
 Adaptado de: Guía básica del exportador, 12 Edición, Banco Nacional Comercio Exterior N.N.C, Periférico Sur, México, D.F. Pág. 28-32.

**Tabla 23. Simbología del flujograma básico de exportación**

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio/ Final	Representa el inicio y el final de un Flujograma.
	Línea de Flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada de datos	Representa la lectura de datos en la entrada.
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación o cálculo de valores numéricos.
	Decisión	Nos permite analizar una situación con base a los valores verdadero y falso.
	Impresión	Representación de resultados impresos.
	Preparación/Demora	Representa cualquier tipo de operación que requiera tiempo de ejecución.
	Conector	Conector dentro de la página.

Fuente: Elaborado por el equipo de investigación

### **i. Planificación Administrativa.**

Incluye las actividades relacionadas con la información, comunicación y la calidad en la microempresa “Artesanías El Sol”.

#### **Información y comunicación.**

Actualmente existen variedad de medios masivos de información que facilitan enormemente las tareas de gestión de las entidades se ha vuelto imprescindible el contar con cuentas en los distintos tipos de redes sociales que maximizan las interacciones con posibles clientes. Además, ayuda a reducir costos de publicidad y elegir las mejores

plataformas de interacción con las personas, Artesanías El sol deberá crear y mejorar las cuentas en las redes sociales tomando en cuenta lo siguiente:

**Redes sociales:** se medirá, el impacto que están teniendo las acciones desarrolladas en los diferentes medios sociales y comparar los resultados que se están obteniendo en redes sociales con otros canales. Esto servirá para hacer ajustes en los diferentes canales de Artesanías El Sol. Como indicadores de calidad destacan los siguientes, teniendo en cuenta cada red social:

- **Medición en Twitter:** N° de Re tweets, favoritos, respuestas, inclusión en listas, mención de hashtag y número de tweet.
- **Medición en Facebook:** número de me gustas en las publicaciones, número de veces compartido, comentarios, número de veces mencionado, valoraciones en páginas locales.
- **Medición en YouTube:** duración de la reproducción del vídeo, aumento de suscriptores de a un vídeo, número de me gustas, no me gusta y listas en las que se añaden.
- **Medición en Instagram:** número de me gusta, número de comentarios, número de seguidores, número de reproducción del vídeo, aumento de suscriptores de a un vídeo y listas en las que se añaden.

Las diferentes redes sociales permitirán dar a conocer las innovaciones de productos o líneas nuevas de artesanías de madera.

## ii. Abastecimiento.

Planificar el aprovisionamiento de mercadería óptimo, el gerente general de “Artesanías El Sol” deberá considerar lo siguiente:

- Asegurarse que los talleres con los que se trabaja y proveen la mercadería, tienen la capacidad para cumplir con el volumen de pedidos.
- Desarrollar nuevos productos con los talleres innovando periódicamente (Semestralmente).
- Controlar la calidad de las artesanías de madera, mediante la comunicación eficaz y oportuna. Para asegurarse que, se está trabajando con los materiales adecuados y el ritmo de producción sea continuo.

- Programación de compras, el tráfico de entrada y salida de almacén, y la liquidación de mercadería que no ha tenido movimiento.
- La mercadería que fue objeto de devolución o que no se vendió, se deberá liquidar a través de una estrategia de ventas (Rebajas, al 2x1, al costo, etc.). lo cual permitiera disminuir los costos de mantenimiento de inventarios.

### **iii. Proceso de compras de mercadería.**

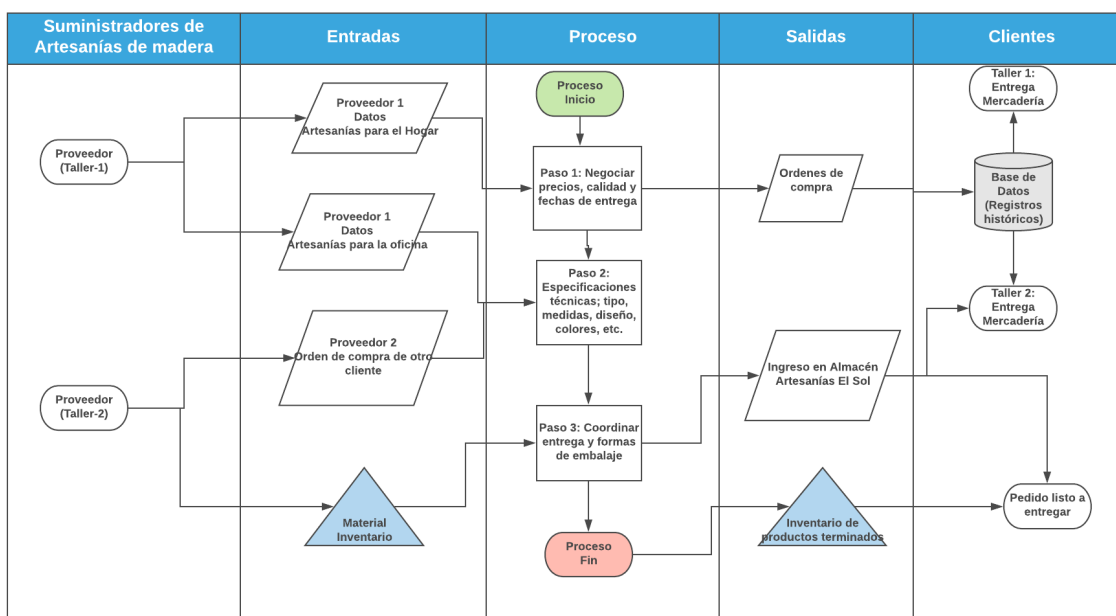
El gerente general deberá revisar los niveles de mercadería disponible para la venta local, como para los pedidos específicos del cliente en el exterior.

Elementos a tomar en cuenta:

- Negociar precios, calidad, fechas y modalidad de entrega, así como fechas y formas de pago.
- Realizar contratos y órdenes de compra (Especificaciones técnicas: tipo de artesanía, medida, diseño, colores, etc.).
- Registrar pedidos y definir la logística de entrega (En coordinación de talleres).
- Definir los embalajes más adecuados dependiendo el producto. Además de tomar en cuenta el destino al que se enviará.

Los principales proveedores con los que trabaja la microempresa Artesanías El Sol (Ver ANEXO II- 7. Resultados de las entrevistas realizadas a los propietarios de los talleres de artesanías en La Palma, Chalatenango).

**Figura 24. Flujograma del proceso de compras.**



Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación

#### iv. Seguimiento de la producción de los talleres

Esta fase del proceso logístico se planificará en coordinación con los talleres, con el objetivo de darle seguimiento a la adquisición de la madera que cuente con los permisos ambientales correspondientes y que sea del tipo pino blanco. Para realizar el proceso de secado de la madera y transformación de la misma.

Los principales objetivos de esta etapa son:

- Lograr que los artículos se entreguen al cliente en la fecha, cantidad y calidad requeridas.
- Conseguir que los productos se fabriquen con los costes previstos, y que estos sean los mínimos posibles sin que se afecte la calidad.
- La mejora continua de los procesos entre los proveedores, instituciones, aduanas y Artesanías El Sol.

#### **v. Almacenamiento**

Es un sistema que abarca todas las operaciones que se dan dentro de un almacén: Recepción, ubicación, preparación y carga.

El objetivo principal es optimizar un área logística funcional que actúa en dos etapas como lo son el abastecimiento de mercadería y la distribución física. Además, se busca la rapidez de las entregas, la reducción de costos, maximización del volumen disponible y la disminución de las operaciones de manipulación y el transporte.

Los beneficios que se buscan son: optimizar la inversión circulante, mejorar la calidad del producto, reducción de tiempos de procesos y el nivel de satisfacción del cliente.

El responsable de la recepción de las artesanías de madera debe asegurarse sobre los tipos de artículos, la cantidad y variedad de diseños coincidan con las órdenes de compra. Para ello se deberá hacer contabilizaciones físicas.

#### **vi. Operaciones de almacenaje**

Se utilizará el sistema primeras entradas – primeras salidas, Es un sistema muy apropiado para el tipo de mercaderías que maneja Artesanías El Sol, se evitara costos de mantenimiento de mercadería antigua, el deterioro calidad o de la pintura por la manipulación, se obtendrán estadísticas sobre la mercadería que más demanda tiene y será posible conocer el nivel de existencia que hay en almacén en todo momento.

Inventarios

Los inventarios físicos se realizarán de la siguiente manera:

- De manera parcial seleccionando los 10 productos más vendidos en el mes, para realizar un sondeo.
- Levantamiento de inventario físico general trimestralmente para detectar, mercadería más antigua, faltantes, deterioro de productos, etc. Con el fin de hacer los ajustes de inventario correspondiente o liquidaciones de mercadería antigua.

## vii. Transporte

Es uno de los procesos esenciales de la logística de Artesanías El Sol, ya que representa una parte importante del coste final del producto. Está conformada por dos elementos importantes, la elección del medio de transporte que se utilizara y la programación de los movimientos desde La Palma Chalatenango hasta el punto de embarque en el aeropuerto.

Para elegir el tipo de transporte (Interno o externo) se deberá tomar en cuenta los criterios siguientes:

- i. El transporte propio tiene una mayor flexibilidad para la gestión del mismo.
- ii. Para volúmenes grandes de mercadería se optará por un subcontrato, solicitando un vehículo con mayor capacidad, que facilite el traslado y evite dañar la mercadería.

## viii. Empaque y embalaje.

Es de mucha importancia que el empaque de las artesanías cuentes con una etiqueta que identifique a la microempresa, el producto y su origen.

**Figura 25. Modelo de empaque de artesanías con etiquetas.**



Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación.

La microempresa debe considerar contar con cajas de cartón de varios tamaños para utilizar en el envío de la mercadería según lo ordenado por el cliente; estas deberán estar marcadas con el número de piezas que contiene, con la leyenda de frágil si es necesario y soporte máximo de estibado.

**Figura 26. Modelo de cajas y medidas a utilizar para el envío de la mercadería**



Fuente: Catálogo de empaques y cajas ([www.cajasyempaquesv.com](http://www.cajasyempaquesv.com)).

Las láminas de cartón son de mucha utilidad al momento del embalaje para separar aquellas artesanías de madera que requieran mayor cuidado por su fragilidad.

**Figura 27. Modelo de láminas de cartón utilizadas en el embalaje**



Fuente: Catálogo de empaques y cajas  
([www.cajasyempaquesv.com](http://www.cajasyempaquesv.com)).



**Tabla 24. Contenido del etiquetado en los productos**

Nombre del producto	Declaración de identidad, es uno de los rasgos principales de la etiqueta en el Panel de presentación principal.
Contenido neto	Se refiere al peso por unidad contenida en por caja.
Nombre, número de contacto, página web y Dirección de la Empresa.	Dirección de la empresa productora o el nombre del distribuidor o importador del producto.
Código de Barras	Puede obtenerse en GS1*, que se encuentra en La Cámara de Comercio de El Salvador.

Fuente: Guía Básica de Exportación, PROESA.

\*Es el sistema de estándares más utilizado a nivel mundial relacionado al código de barras. Para más información visitar GS1 El Salvador: <http://www.gs1sv.org/>

## **E. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN**

### **1. Actividades y costos de Implementación**

Una vez definida la filosofía organizacional, propuesta por el equipo de investigación al principio de este capítulo, e identificados los requisitos legales y formales para el envío de artesanías de madera al exterior, es importante identificar y prever cuáles serán las acciones o actividades que se desarrollarán para ejecutar el plan de exportación, así como identificar los principales recursos necesarios para su ejecución.

#### **a. Registro de Marca “Artesanías El Sol”**

Realizar trámites para registro de marca, tanto en el país de origen como de destino; En El Salvador la oficina encargada de realizar dicho trámite es el Centro Nacional de Registro (CNR), y en Estados Unidos es la Oficina de Patentes y Marcas Registradas de los Estados Unidos, para ambos casos se deberá presentar la documentación requerida, hacer una búsqueda previa de marcas similares y realizar los pagos correspondientes para cada proceso.

**Tabla 25. Costo de la actividad: “Registro de Marca”**

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Búsqueda de anteriores (ESA)	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Publicación en el Diario Oficial (ESA)	3	\$ 7.00	\$ 21.00
Costo de registro de marca (ESA)	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Búsqueda de anteriores (USA)	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Costo de registro de marca (USA)	1	\$ 474.00	\$ 474.00
<b>Total</b>			\$ 1,065.00

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, adaptado de los requisitos para registro de marca del Centro Nacional de Registro, la Oficina de Patentes y Marcas Registradas de los Estados Unidos y cotización de publicación en el Diario Oficial.

#### **b. Contratación de personal**

Será necesaria la contratación de nuevo personal que aporten al funcionamiento de las operaciones locales e internacionales de la microempresa, por lo que:

- i. Será necesario establecer procesos de selección de personal para cada uno de los puestos de trabajo, el cual consistirá en una entrevista con la propietaria para conocer las aptitudes y actitudes de los aspirantes y una prueba de habilidades que confirme lo expuesto en la entrevista.
- ii. Adquisición de equipo de oficina que facilite las tareas a cada uno de los nuevos integrantes; para el caso se realizará la compra de equipo informático portátil (laptop), para mayor comodidad y movilidad de los nuevos empleados, así mismo sillas secretariales y mesas de escritorio.

**Tabla 26. Costo de la actividad “Contratación de personal. Sueldo, vacaciones y aguinaldo”**

Concepto	Cant.	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	Vacaciones	Aguinaldo	Costo Anual
<b>Contador</b>	1	\$ 550.00	\$ 6,600.00	\$ 357.50	\$ 275.00	\$ 7,232.50
<b>Vendedor</b>	1	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 260.00	\$ 200.00	\$ 5,260.00
<b>Asistente Administrativo</b>	1	\$ 350.00	\$ 4,200.00	\$ 227.50	\$ 175.00	\$ 4,602.50
<b>Total</b>		\$ 1,350.00	\$ 15,200.00	\$ 845.00	\$ 650.00	\$ 17,095.00

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, valores extraídos de planilla propuesta de sueldos y salarios para la microempresa “Artesanías El sol”

**Tabla 27. Costo de la actividad “Contratación de personal. Cotizaciones patronales anuales”**

Concepto	Cantidad	ISSS Patronal	AFP Patronal	Cotizaciones Anuales
<b>Contador</b>	1	\$ 495.00	\$ 511.56	\$ 1,006.56
<b>Vendedor</b>	1	\$ 360.00	\$ 372.00	\$ 732.00
<b>Asistente Administrativo</b>	1	\$ 315.00	\$ 325.56	\$ 640.56
<b>Total</b>		\$ 1,170.00	\$ 1,209.12	\$ 2,379.12

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, valores extraídos de planilla propuesta de sueldos y salarios para la microempresa “Artesanías El sol”

**Tabla 28. Costo de la actividad “Contratación de personal. Compra de mobiliario y equipo de oficina”**

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
<b>Equipo Informático</b>	1	\$ 449.90	\$ 449.90
<b>Silla secretarial</b>	1	\$ 25.00	\$ 25.00
<b>Escritorios</b>	1	\$ 50.00	\$ 50.00
<b>Total</b>			\$ 524.90

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, con base a cotizaciones realizadas a proveedores.

### c. Programa de capacitaciones

Será necesaria la programación de capacitaciones para el nuevo personal:

- i. Capacitación sobre las operaciones y los objetivos de la microempresa con la finalidad que el personal conozca sus tareas, derechos y deberes enfocados al cumplimiento de metas.
- ii. Inducción al Plan de Exportación
- iii. Participación en conferencias y capacitaciones ofrecidas por parte de las instituciones que brindan apoyo al sector exportador como son: PROESA y COEXPORT.

**Tabla 29. Costo de la actividad “Programa de capacitaciones”**

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Inducción general al nuevo personal (viáticos)	3	\$ 20.00	\$ 60.00
Afiliación a COEXPORT	1	\$ 50.00	\$ 50.00
<b>Total</b>			\$ 110.00

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, con base a cotizaciones realizadas a proveedores.

### d. Contratación de proveedores

Para la implementación del plan de exportación, la microempresa deberá abastecerse de proveedores que le faciliten la realización de tareas relacionadas a dicho proceso; y deberá negociar con aquellos que le brinden eficiencia, calidad y un bajo costo para un mayor margen de ganancia:

- i. Talleres artesanales: Se propone el diseño de nuevos productos, uno para la línea decorativa-utilitaria hogar, y otro para la línea decorativa-utilitaria oficina, por tanto es necesario establecer los términos de los nuevos diseños con los talleres fabricantes así como las cantidad requeridas para el envío al exterior.
- ii. Contratar empresa de envío de carga de mercadería hacia Estados Unidos, establecer los términos y condiciones para el envío y sus costos.
- iii. Contratar empresa de productos para empaque y embalaje de las piezas de artesanías de madera.

**Tabla 30. Costo de la actividad: “Contratación de proveedores”**

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
*Costo de envío de mercadería	1	\$ 8,595.95	\$ 8,595.95
Empaque	1000	\$ 0.60	\$ 600.00
**Embalaje	1	\$ 101.25	\$ 101.25
<b>Total</b>			\$ 9,297.20

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, con base a cotizaciones realizadas a proveedores.

\*Precio por envío de 440 kg.

\*\*Paquete que incluye cajas de 50 x 50 cm. y cintas de embalaje.

### **e. Publicidad y promoción**

Dentro de las actividades para las estrategias de publicidad y promoción se tienen:

- i. Será necesaria la contratación de los servicios de una imprenta para la emisión de afiches, hojas volantes y etiquetas, plasmadas en papel, para la publicidad de la microempresa y sus productos artesanales en madera.
- ii. Serán colocadas hojas volantes en los centros de distribución para conocimiento de los consumidores sobre los productos, la microempresa e información de contacto.
- iii. Reactivación de la página web.
- iv. Promocionar la página oficial de Facebook con los servicios que la red social ofrece, una semana al mes segmentando las ciudades aledañas al centro de Los Ángeles, California.
- v. Participar en ferias de artesanías programadas por PROESA O COEXPORT en el centro de la Ciudad o en Ciudades aledañas.

**Tabla 31. Costo de la actividad: “Publicidad y promoción”**

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
<b>Impresión de hoja volantes y fichas técnicas</b>	1000	\$ 0.57	\$ 570.00
<b>Impresión de etiquetas</b>	1000	\$ 0.35	\$ 350.00
<b>Dominio página web para 5 años</b>	1	\$ 100.00	\$ 100.00
<b>*Promocionar página de Facebook</b>	12	\$ 25.00	\$ 300.00
<b>Total</b>			\$ 1,320.00

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación, con base a cotizaciones realizadas a proveedores.  
 \*Se considera la promoción de la página de Facebook para realizarla 1 vez por mes

## 2. Principales recursos

Para la ejecución del presenta plan, y el desarrollo de todas las actividades necesarias es requisito contar con todo aquel recurso ya sea humano, material o financiero que faciliten el cumplimiento de los objetivos, el requerimiento se solicita de la siguiente manera:

### a. Recursos Humanos

Será necesaria la contratación de las siguientes plazas: Contador, Vendedor y Asistente Administrativo, quienes dentro de la microempresa desarrollaran actividades directamente relacionadas a la comercialización de artesanías de madera, tanto local como internacionalmente.

### b. Recursos Materiales

Es indispensable para las nuevas plazas contar con equipo informático necesario para que el personal pueda registrar, contar, llevar estadísticas, generar informes y permanecer en constante contacto con los clientes locales e internacionales,

### c. Recursos Financieros

Se propone hacer uso de los servicios de la banca nacional en pro del desarrollo económico de El Salvador, para financiar las actividades a desarrollarse en el presente plan.

Instituciones financieras como FONDEPRO y BANDESAL otorgan diferentes líneas de crédito para apoyar al desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, en el Anexo III- 3 se muestran las líneas de crédito a las que “Artesanías el Sol” pudiese aplicar, la documentación y los requisitos necesarios.

### 3. Presupuesto General

A continuación, se detalla un presupuesto general anual correspondiente al año 2019, referente a los costos de implementación de cada una de las actividades contempladas para en el presente plan de exportación:

**Tabla 32. Presupuesto anual 2019**

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
<b>Entrega y presentación del Plan de Exportación a Gerente General</b>			
Viáticos	3	\$ 10.00	\$ 30.00
Transporte	3	\$ 10.00	\$ 30.00
Servicio de cafetería	1	\$ 10.00	\$ 10.00
Material impreso	1	\$ 10.00	\$ 10.00
<b>Subtotal presentación del Plan de Exportación</b>			<b>\$ 80.00</b>
<b>Ejecución del Plan de Exportación</b>			
Registro de Marca			<b>\$ 1,065.00</b>
Contratación de Personal			<b>\$ 19,999.02</b>
Programa de capacitaciones			<b>\$ 110.00</b>
Contratación de Proveedores			<b>\$ 9,297.20</b>
Publicidad y Promoción			<b>\$ 1,320.00</b>
<b>Total presupuestos anual 2019</b>			<b>\$ 31,791.22</b>

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación con base a los costos de las actividades de implementación del plan de exportación propuesto para la microempresa “Artesanías El Sol”.

#### 4. Proyección de Ventas

Con el objetivo de conocer el comportamiento de las ventas en los siguientes años, se ha desarrollado una proyección con base a las cifras (locales y al exterior), reportadas en los períodos anteriores.

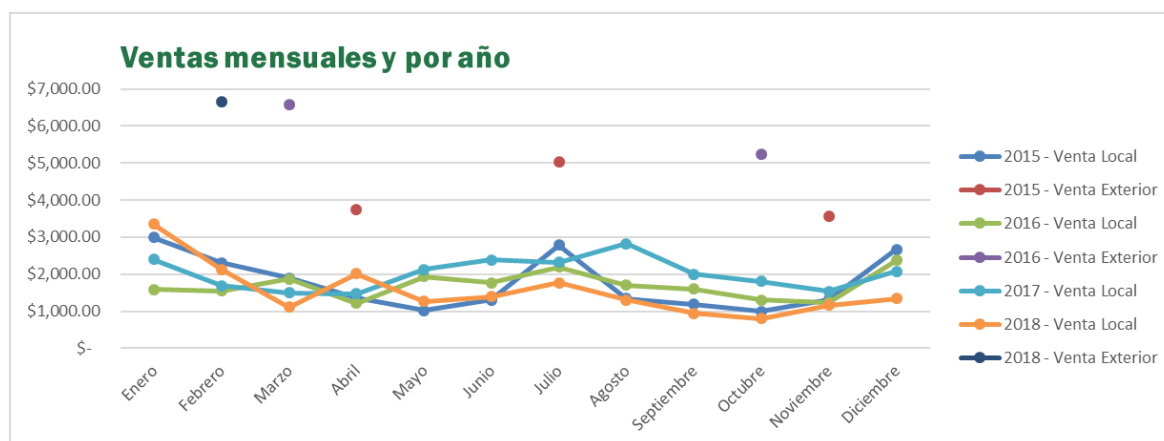
**Tabla 33. Ventas locales y al exterior períodos 2015 a 2018**

Meses	2015		2016		2017		2018		Total 2018	Total general		
	Venta Local	Venta Exterior	Venta Local	Venta Exterior	Venta Local	Venta Local	Venta Exterior					
Enero	\$ 2,996.83		\$ 2,996.83	\$ 1,592.75	\$ 1,592.75	\$ 2,405.00	\$ 2,405.00	\$ 3,353.00	\$ 3,353.00	\$ 10,347.58		
Febrero	\$ 2,302.25		\$ 2,302.25	\$ 1,554.50	\$ 1,554.50	\$ 1,694.55	\$ 1,694.55	\$ 2,132.95	\$ 6,650.44	\$ 14,334.69		
Marzo	\$ 1,902.50		\$ 1,902.50	\$ 1,865.65	\$ 6,574.50	\$ 8,440.15	\$ 1,502.00	\$ 1,502.00	\$ 1,108.45	\$ 12,953.10		
Abril	\$ 1,371.75	\$ 3,752.00	\$ 5,123.75	\$ 1,209.05	\$ 1,209.05	\$ 1,473.50	\$ 1,473.50	\$ 2,018.00	\$ 2,018.00	\$ 9,824.30		
Mayo	\$ 1,022.00		\$ 1,022.00	\$ 1,941.00	\$ 1,941.00	\$ 2,122.25	\$ 2,122.25	\$ 1,263.15	\$ 1,263.15	\$ 6,348.40		
Junio	\$ 1,304.75		\$ 1,304.75	\$ 1,761.55	\$ 1,761.55	\$ 2,380.25	\$ 2,380.25	\$ 1,398.50	\$ 1,398.50	\$ 6,845.05		
Julio	\$ 2,782.75	\$ 5,037.62	\$ 7,820.37	\$ 2,188.75	\$ 2,188.75	\$ 2,317.50	\$ 2,317.50	\$ 1,763.05	\$ 1,763.05	\$ 14,089.67		
Agosto	\$ 1,342.50		\$ 1,342.50	\$ 1,700.75	\$ 1,700.75	\$ 2,821.25	\$ 2,821.25	\$ 1,309.50	\$ 1,309.50	\$ 7,174.00		
Septiembre	\$ 1,185.00		\$ 1,185.00	\$ 1,599.50	\$ 1,599.50	\$ 1,996.25	\$ 1,996.25	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 5,728.75		
Octubre	\$ 990.50		\$ 990.50	\$ 1,300.00	\$ 5,232.92	\$ 6,532.92	\$ 1,805.50	\$ 1,805.50	\$ 796.75	\$ 10,125.67		
Noviembre	\$ 1,316.75	\$ 3,571.90	\$ 4,888.65	\$ 1,238.50	\$ 1,238.50	\$ 1,542.00	\$ 1,542.00	\$ 1,167.00	\$ 1,167.00	\$ 8,836.15		
Diciembre	\$ 2,663.30		\$ 2,663.30	\$ 2,378.50	\$ 2,378.50	\$ 2,082.00	\$ 2,082.00	\$ 1,343.00	\$ 1,343.00	\$ 8,466.80		
<b>Total general</b>	<b>\$ 21,180.88</b>	<b>\$ 12,361.52</b>	<b>\$33,542.40</b>	<b>\$20,330.50</b>	<b>\$ 11,807.42</b>	<b>\$32,137.92</b>	<b>\$24,142.05</b>	<b>\$24,142.05</b>	<b>\$18,601.35</b>	<b>\$ 6,650.44</b>	<b>\$25,251.79</b>	<b>\$115,074.16</b>

Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación.

Colores de la tabla: Color verde (tono oscuro) representa los meses con ventas mayores, color rojo (tono oscuro) representan los meses con ventas bajas

**Gráfico 3. Ventas locales y al exterior periodos 2015 a 2018**



Fuente: Elaboración propia del equipo de investigación



**Análisis:**

El año con mayores ventas locales fue el año 2017 con \$24,142.05, hay una disminución de las ventas con respecto al 2018 de \$5,540.70. La microempresa “Artesanías El Sol”, deberá revisar las estrategias de venta o identificar los posibles factores que influyeron negativamente y realizar ajustes.

Los primeros dos años hubo ventas al exterior con una facturación arriba de los \$11,000.00 dólares, en el 2018 solo se reportó una venta al exterior, con la implementación del plan de exportación y las diferentes estrategias se espera mantener las ventas y una proyección en aumento de las mismas.

**a. Pronóstico de ventas locales. Método: combinación de factores.**

“Artesanías El Sol”, reporta en el último ejercicio ventas locales por \$18,601.35. “El Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR) ha anunciado un crecimiento económico del país del 2.6% para el año 2019 (Ver ANEXO III-3. TABLA DE CRECIMIENTO ECONÓMICO), el cual coincide con el año 2018<sup>80</sup>”. Pero la experiencia muestra que tales pronósticos deben compararse al final del ejercicio con el crecimiento real, para obtener variación específica de ventas.

“Proyección de crecimiento para El Salvador año 2018: 2.8%”<sup>81</sup>.

Crecimiento real al final del año 2018: 2.6%

Variación específica de ventas =  $2.6/2.8 = 0.93$

La administración ha desarrollado estrategias que le permitirán asegurar un crecimiento del 10%. Para el presente año, no hay factores de ajuste a considerar en el año 2019.

---

<sup>80</sup> Banco Central de Reserva de El Salvador (diciembre-2018). BCR, Confirma proyección de crecimiento económico: [https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=1272:bcr-confirma-proyecci%C3%B3n-de-crecimiento-econ%C3%B3mico-de-26-para-2018-y-2019&Itemid=168](https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1272:bcr-confirma-proyecci%C3%B3n-de-crecimiento-econ%C3%B3mico-de-26-para-2018-y-2019&Itemid=168)

<sup>81</sup> Banco Mundial, Global Economic Prospects January 2019, Table 2.3.2 Latin America and the Caribbean Country Forecasts, Pág. 84.

El mejorar la calidad de los productos de la microempresa permitirá que los ingresos se incrementen en \$3,000.00. La posición del sector artesanal en el mercado ha mejorado, estimándose que se crecerá en 1% respecto al año anterior.

La relación a utilizar es:  $S_{2019} = (Sp \pm F) \times E \times A$

**En donde:**

$S_{\text{Año- } x}$ , venta proyectada;

$Sp$ , ventas del último ejercicio;

$F = (\pm a, \pm c, \pm g)$ , variación de  $Sp$  debido a factores específicos de venta:

1)  $\pm a$ : factores de ajuste,

2)  $\pm c$ : factores de cambio,

3)  $\pm g$ : factores corrientes de crecimiento;

$E$ , porcentaje de relación de  $(Sp \pm F)$  debido a condiciones económicas en general;

$A$ , porcentaje de relación de  $(Sp \pm F) \times E$  debido a la acción administrativa.

**Datos:**

$Sp = \$18,601.35$

$E = 100\% + (2.6\% \times 0.93) = 100\% + 2.4\% = 102.4\% = 1.0242$

$A = 100\% + 10\% = 110\% = 1.1$

$F = (\pm a, \pm c, \pm g)$  Consideraciones para  $F$ ,

$a = 0.00$

$c = \$3,000.00$

$g = (18,601.35 \times 0.01) = \$186.01$

$F = (\pm a, \pm c, \pm g) = + 0.00 + 3,000 + 186.01 = 3,186.01$

$S_{2019} = (Sp \pm F) \times E \times A = (18,601.35 + 3,186.01) (1.0242) (1.1) = \$24,546.08$

**Venta Locales proyectada para el 2019 es de \$24,546.08.**

**b. Pronóstico de ventas al exterior. Método: combinación de factores.**

Artesanías El Sol, reportan en el último ejercicio ventas al exterior por \$6,650.44.

La relación a utilizar es:  $S_{2019} = (Sp \pm F) \times E \times A$

**Datos:**

$$Sp = \$6,650.44$$

$$E = 100\% + (2.6\% \times 0.93) = 100\% + 2.4\% = 102.4\% = \mathbf{1.0242}$$

$$A = 100\% + 10\% = 110\% = \mathbf{1.1}$$

$F = (\pm a, \pm c, \pm g)$  Consideraciones para F,

$$a = 0.00$$

$$c = \$5,000.00$$

$$g = (6,650.44 \times 0.01) = \$66.50$$

$$F = (\pm a, \pm c, \pm g) = + 0.00 + 5,000 + 66.50 = \mathbf{5,066.50}$$

$$S_{2019} = (Sp \pm F) \times E \times A = (\$6,650.44 + 5,066.50) (1.0242) (1.1) = \$13,200.54$$

**Ventas al exterior proyectadas para el 2019 es de \$13,200.54**

$$\text{Total ventas Locales} + \text{ventas al exterior} = \$24,546.08 + \$13,200.54 = \mathbf{\$ 37,746.62}$$

## **5. Cronograma de Actividades**

Para el cumplimiento del presente plan, se presenta un cronograma con las actividades y los plazos que deberán llevarse a cabo, desde su presentación hasta su aprobación indicando el responsable para cada tarea.

Las actividades descritas para las estrategias propuestas darán inicio una vez sea aprobado el plan:

Tabla 34. Cronogramas de Actividades 2019

PLAN EXPORTADOR QUE PERMITA EL FORTALECIMIENTO DE LAS VENTAS EN EL EXTERIOR DE LA MICROEMPRESA “ARTESANÍAS EL SOL”, UBICADA EN EL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

Nº	Actividades o Tareas	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				RESPONSABLE
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Entrega y presentación del Plan de Exportación	■																								Equipo de Investigación
2	Revisión y análisis del Documento		■	■																						Gerente General
3	Aprobación del Documento				■																					Gerente General
4	Ejecución del Plan Exportador					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
	<b>Registro de Marca</b>					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
5	Búsqueda de anteriores (ESA)					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
6	Publicación en el Diario Oficial (ESA)									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
7	Trámite de registro de marca (ESA)																■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
8	Búsqueda de anteriores (USA)					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
9	Trámite de registro de marca (USA)					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
	<b>Contratación de Personal</b>					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
10	Equipamiento de las oficinas					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
11	Proceso de selección de personal					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
	<b>Programa de capacitaciones</b>					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
12	Inducción general al nuevo personal									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Equipo de Investigación
13	Inducción al plan de exportación									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Equipo de Investigación
14	Programación de capacitaciones PROESA y COEXPORT									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	PROESA/COEXPORT
	<b>Contratación de Proveedores</b>					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
15	Nuevos diseños de productos					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
16	Términos y condiciones de distribución de productos en mercado meta									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
17	Transporte de mercadería									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Asistente Administrativo
18	Productos de empaque y embalaje									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Asistente Administrativo
	<b>Publicidad y Promoción</b>					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
19	Impresión de papelería publicitaria					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Asistente Administrativo
20	Colocación de material publicitario en punto de distribución									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
21	Reactivación de la página web					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General
22	Promoción de la página oficial de Facebook									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Asistente Administrativo
23	Programación de participación en ferias de artesanías en el mercado meta									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	PROESA/COEXPORT
24	Control de los resultados obtenidos					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Gerente General

## GLOSARIO

**Artesanías:** Se denomina al arte y técnica de elaborar objetos o productos a mano, con poca o ninguna intervención de maquinarias, y conforme a métodos tradicionales.

**Artesanos:** Es aquella persona que trabaja algún material en forma manual o con herramientas manuales, como puede ser un cincel, aunque a veces se vale de herramientas eléctricas para hacer detalles, como por ejemplo un taladro.

**Capacidad Productiva:** Es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada.

**Calidad:** Es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir expectativas del consumidor.

**Carpintería:** Es la actividad laboral, que se dedica de manera excluyente a trabajar la madera para con la misma fabricar diversos objetos, elementos y mobiliario.

**Certificado de origen:** Es un formato oficial mediante el cual el exportador de un bien o una autoridad certifica que el bien es originario del país o de la región por haber cumplido con las reglas de origen establecidas. Este documento se exige en el país de destino con objeto de determinar el origen de las mercancías.

**Copinol:** Es un árbol grande leñoso, con una densa corona que produce madera fina de alta calidad.

**Comercio exterior:** Es aquel que se refiere al conjunto de transacciones de naturaleza comercial y financiera, que implica el intercambio de bienes y servicios entre un país en particular con otros países o naciones.

**Combinación de Factores:** Es la relación que se da entre la cantidad máxima de producción que se puede obtener con la cantidad de recursos (también llamados factores productivos) utilizados por la empresa en un periodo de tiempo dado.

**Contenedores:** Es un recipiente de carga para el transporte marítimo o fluvial, transporte terrestre y transporte multimodal. Se trata de unidades estancas que protegen las mercancías de la climatología y que están fabricadas de acuerdo con la normativa ISO (International Organization for Standardization).

**Consumidor:** es aquella persona que consume o utiliza un producto o servicio para satisfacer una necesidad.

**Cooperativas:** Es una asociación autónoma de personas unidas voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios.

**Costumbres:** Es el hábito o tendencia adquirida por la práctica frecuente de un acto y que va de generación en generación.

**Cultura:** La cultura también se define en las ciencias sociales como un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales, aprendidos de generación en generación a través de la vida en sociedad.

**Demanda:** Es la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos por consumidores a diferentes precios, a una unidad de tiempo específica ya que sin un parámetro temporal no podemos decir si una cantidad demanda crece o decrece.

**Desarrollo económico:** Es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes.

**Distribución:** Es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado.

**Diseño:** Es la etapa del proceso de un producto se relaciona con el desarrollo del mejor diseño para que el producto sea llamativo.

**Embalaje:** Es todo aquello necesario en el proceso de acondicionar los productos para protegerlos, y/o agruparlos de manera temporal pensando en su manipulación, transporte y almacenamiento.

**Empaque:** El empaque es el contenedor de un producto, diseñado y producido para protegerlo y/o preservarlo adecuadamente durante su transporte, almacenamiento y entrega al consumidor o cliente final; pero, además, también es muy útil para promocionar y diferenciar el producto o marca, comunicar la información de la etiqueta y brindarle un plus al cliente.

**Empresa:** Es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los solicitantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial, así como sus necesarias inversiones.

**Estrategia:** conjunto de acciones planificadas para fortalecer una organización a través de su ventaja competitiva.

**Estructura Organizacional:** Es una disposición intencional de roles, en la que cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible.

**Etiquetado:** Pedazo de papel, cartulina u otro material parecido que se pega o sujeta sobre una cosa para indicar lo que es, lo que contiene u otra información relacionada con ella.

**Exportación:** es la salida de una mercancía de un territorio aduanero, ya sea en forma temporal o definitiva.

**Exportador:** Es el que exporta, envía, manda, vende, negocia o mercadea cualquiera existencia, producto y cualquier mercancía que se envía en el exterior y relacionado con el comercio exterior.

**Factura comercial:** Es el documento en el que se fija el importe de la mercancía vendida, se señalan las partes compradoras y vendedoras, e incluye la cantidad y descripción de los productos, etc.

**Ferías:** Es una manifestación comercial, donde se exponen productos o servicios, se proporciona información al público asistente y sirve de punto de encuentro entre empresas y clientes.

**Flujograma:** Es la representación gráfica del algoritmo o proceso. Se utiliza en disciplina como programación.

**Industrias Manufactureras:** Es aquella industria que se dedica exclusivamente a la transformación de diferentes materias primas en productos y bienes terminados y listos para que ser consumidos o bien para ser distribuidos por quienes los acercarán a los consumidores finales.

**Instituciones gubernamentales:** Es una institución estatal cuya administración está a cargo del gobierno de turno. Su finalidad es brindar un servicio público que resulta necesario para la ciudadanía.

**Logística:** Conjunto de los medios necesarios para llevar a cabo un fin determinado de un proceso complicado.

**Marca:** Es una denominación verbal, distintivo gráfico o una combinación de ambos elementos, cuyo objetivo es ser diferenciada en el mercado.

**Madera:** Parte sólida y leñosa de los árboles, materia prima para la elaboración de diferentes objetos de uso cotidiano.

**Marquetería:** Es el arte o técnica de chapar o embutir piezas de madera en una estructura formando patrones decorativos, diseños o fotos. La técnica puede ser aplicada a muebles, pavimentos, sillas, pequeños objetos de mano o incluso paneles.

**Mercado:** Es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos.

**Mercado Objetivo:** Es el grupo de personas en un determinado lugar que muy probablemente compre los productos o servicios de una empresa.

**Método:** Modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado.

**Microempresa:** Es una actividad económica de tamaño pequeño determinado por las leyes de cada país. El tamaño se define por la cantidad de empleados y / o determinado por el volumen de ventas.

**Morro:** Árbol perteneciente a la familia de las bignoniáceas. La especie es conocida con el nombre de huaje cirial en Centroamérica es conocido como morro y en algunas áreas es conocido como jícaro o tecomate.

**Oferta:** Es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los consumidores bajo determinadas condiciones de mercado.

**Organización:** Son estructuras administrativas y sistemas administrativos creadas para lograr metas u objetivos con apoyo de los propios seres humanos, y/o con apoyo del talento humano o de otras características similares. Son una entidad social que permite la asociación de personas que interactúan entre sí para contribuir mediante sus experiencias y relaciones al logro de objetivos y metas determinadas.

**Patente:** Es un conjunto de derechos exclusivos concedidos a un inventor, por un periodo limitado de tiempo a cambio de la divulgación de una invención.

**Patrimonio cultural:** Es la herencia cultural propia del pasado de una persona, mantenida hasta la actualidad y transmitida a las generaciones presentes.

**Religión:** Es un conjunto de creencias y prácticas, mediante las cuales un grupo de personas interpretan lo que piensan que es sobrenatural y sagrado y responden a ello.

**Registro:** Es una herramienta que permite registrar de forma clara y oportuna las operaciones que deseen realizar.

**Pino blanco:** Árbol de tronco fuerte y rugoso, con hojas estrechas en forma de aguja que se unen por una vaina en grupos de dos, tres o cinco, con flores masculinas y



femeninas en ramas distintas y cuyas semillas (piñones) se encuentran en el interior de una formación leñosa llamada piña.

**Plan:** Programa en el que se detalla el modo y conjunto de medios necesarios para llevar a cabo esa idea.

**Planeación:** Es la acción de la elaboración de estrategias que permiten alcanzar una meta ya establecida, para que esto se puede llevar a cabo se requieren de varios elementos, primero se debe comprender y analizar una cosa o situación en específica, para luego pasar a la definir los objetivos que se quieren alcanzar, de cierta forma, el planear algo define el lugar o momento en donde se encuentra algo o alguien, plantea a donde se quiere ir e indica paso a paso lo que se debe hacer para llegar hasta allí.

**Plan de Mercadeo:** es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva.

**Precio:** precio al pago o recompensa asignado a la obtención de bienes o servicios o, más en general, una mercancía cualquiera.

**Promoción:** Es el método en que los profesionales del mercado utilizan para comunicar sus productos o servicios a sus clientes.

**Pronóstico:** Pronóstico es un término que procede del latín prognosticum, aunque su origen más remoto se encuentra en la lengua griega. El concepto hace referencia a la acción y efecto de pronosticar (conocer lo futuro a través de ciertos indicios).

**Proyección de Ventas:** Es la cantidad de ingresos que una empresa espera ganar en algún momento en el futuro. Es una predicción que es sinónimo de una previsión de ventas. Ambas ayudan a determinar la salud de una empresa y si las tendencias de ventas están al alza o a la baja.

**Publicidad:** Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas programadas.

**Sociocultural:** Es el proceso o el fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales de una comunidad o sociedad.

**Slogan:** Es una frase memorable usada como expresión repetitiva de una idea o un propósito publicitario.

**Tallado:** Labrado o trabajo para dar forma a un material, técnica escultórica para trabajar la madera o cualquier otra materia leñosa.

**Taller Artesanal:** Es un centro de producción que atesora una serie de características que le diferencian cualitativamente de otro lugar, donde se elaboran una serie de artesanías.

**Turismo:** Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros.

**Tradiciones:** Del latín tradito, la tradición es el conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad.

**Trasporte Marítimo:** Es traslado de personas (pasajeros) o cosas (cargas sólidas, líquidas o gaseosas) por mar de un punto geográfico a otro a bordo de un buque.

**Trasporte Aéreo:** Es el servicio de trasladar de un lugar a otro, pasajeros o cargamento, mediante la utilización de aeronaves.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros:

- Antúnez Gordillo, Luis. “La Gestión Profesional de Ventas”, IT Campus Academy, 1era. Edición, noviembre 2014.
- Bernal Torres, César Augusto y Sierra Arango, Hernán Darío. “Proceso Administrativo para las Organizaciones del Siglo XXI”, editorial Pearson Prentice Hall, Primera Edición, año 2008.
- Egg, Ezequiel Ander. Introducción a la planificación estratégica - 1ª ed. - Buenos Aires: Lumen, 2007.
- Hellriegel, Don, Jackson, Susan y Slocum, Jhon. “Administración: un enfoque basado en competencias, Thompson, México, 2002.
- Holtje Herbert F. “Mercadotecnia”, McGraw-Hill, 1982
- Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la investigación, 6ª edición, derechos reservados © 2014, respecto a la sexta edición por McGraw-Hill / interamericana editores, S.A. de C.V.
- Keegan, Warren J. y Green Mark C. “Marketing Internacional”, Pearson, Quinta Edición, Año 2009.
- Koontz, Harold y Heinz Weihrich. Administración; Una perspectiva global y empresarial 14ª edición. Mc Gran – Hill, México 2012. Pág. 108 -113.
- Lerma Kirchner, Alejandro Eugenio. “La importancia del Comercio Internacional en Latinoamérica”. “Comercio y Marketing Internacional”, cuarta edición, 2010.
- Muñoz Campos, Roberto. “La Investigación Científica paso a paso”, Editorial Publitéx, Cuarta Edición, enero 2011.

## **Trabajos de Graduación:**

- Bernal Torres, César A., Sierra Arango, Hernán Darío, “Proceso Administrativo para las organizaciones del siglo XXI”, Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 1era. Edición, 2008.
- Díaz Bautista, Xiomara Liseth. Plan de Exportación de zapote al mercado italiano. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de El Salvador. Marzo 2016.
- Diana Delgado, Faustino Ventura, Historia de la tierra en El Salvador. Tratado de Libre Comercio, trabajo de graduación, Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, Antiguo Cuscatlán, junio 2013.
- Dueñas Olmedo, Karla María. “Guía de exportación de artesanías de madera hacia Los Ángeles, California”. Finanzas Empresariales. Universidad Dr. José Matías Delgado. Agosto 2011.
- Escobar García, Ileana. “Desarrollo empresarial y Competitividad del Sector Productor de Muebles Artesanales de Madera”, Trabajo de Graduación Universidad de El Salvador, enero 2010.
- Estupinian Navarrete, Manuel de Jesús. El tratado de libre comercio, su regulación en el aspecto laboral y su incidencia en la legislación laboral salvadoreña. Facultad de Ciencias y Humanidades. Universidad de El Salvador, mayo 2013.
- González Ramírez, Fátima dolores. Plan de exportación de nuez de marañón hacia Canadá. Trabajo de Graduación. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de El Salvador. Enero 2016.
- López Cabrera, Jakelyn Azucena. “Los aspectos culturales e históricos de Arcatao reflejados en las artesanías y en la literatura testimonial y costumbrista, durante la recién pasada guerra civil”. Facultad de Ciencias y Humanidades. Universidad de El Salvador, febrero de 2016.
- Torres Parada Pablo y Argueta Ramírez, Nelson, “Propuesta sobre la Factibilidad Financiera del comercio Electrónico como Canal de Exportación hacia Estados Unidos de América para las pequeñas empresas productoras de Artesanías de El Salvador” Caso Práctico: ECOBAMBU, Artesanías y Diseños”, Trabajo de Graduación Universidad Francisco Gavidia, septiembre 2009.

- Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David, "Administración Estratégica y Política de Negocios, Conceptos y Casos, Pearson Prentice Hall, Décima Edición, 2007.

### **Leyes, Decretos y Tratados:**

- **Constitución de la República de El Salvador.**  
Decreto N° 38  
Categoría: Derecho Constitucional Origen: Órgano Legislativo (Asamblea Constituyente)  
Fecha 15/12/1983 Diario Oficial: 234 Tomo: 281  
Publicación Diario Oficial: 12/16/1983
- **Ley de Reactivación de las Exportaciones**  
DECRETO LEGISLATIVO N° 460  
San Salvador, a los veintisiete días del mes de marzo de mil novecientos noventa.  
D.L. N° 460, del 15 de marzo de 1990, publicado en el D.O. N° 88, Tomo 307, del 18 de abril de 1990.  
REFORMAS:  
(1) D.L. N° 749, del 19 de abril de 1991, publicado en el D.O. N° 95, Tomo 311, del 27 de mayo de 1991.  
(2) D.L. N° 381, del 26 de noviembre de 1992, publicado en el D.O. N° 225, Tomo 317, del 7 de diciembre de 1992.
- **Ley de fomento, protección y desarrollo para la micro y pequeña empresa, Decreto No 667.**  
Decreto Legislativo No 667 1era. Edición San Salvador, El Salvador CONAMYPE, 2014.  
Diario Oficial N1 190 Tomo N1 403 Fecha: 20 de mayo de 2014.  
Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.
- **Ley especial para sancionar infracciones aduaneras**  
Decreto Legislativo No. 588, de fecha 10 de abril de 2008, publicado en el Diario Oficial No. 72, Tomo 379 de fecha 18 de abril de 2008.
- **Ley de Reactivación de las Exportaciones.**

Decreto Legislativo No. 460 del 15 de marzo de 1990.

- **Tratado de libre comercio Centroamérica – República Dominicana- Estados Unidos- República de El Salvador.**

Firma del tratado de libre comercio: 28 de mayo de 2004 (C.A. - EEUU) y 5 de agosto de 2004 (C.A.-EEUU- RD)

Entrada en vigencia: 1 de marzo de 2006.

#### **Otros documentos:**

- Boletín: Términos internacionales de comercio INCOTERMS 2010. INFOCIEX, Banco Central de Reserva. Publicación, enero - marzo Año 2013 N° 15.
- Banco Mundial, Global Economic Prospects January 2019, Table 2.3.2 Latin America and the Caribbean Country Forecasts, Pág. 84.
- Cervantes González, Jesús A. El perfil de la población de origen salvadoreño en Estados Unidos febrero de 2012. Programa de aplicación de los principios generales para los mercados de remesas de américa latina y el caribe. Documento elaborado por quien es Coordinador de Capacitación Estadística y del Programa de Principios Generales para los Mercados de Remesas de América Latina y el Caribe en el Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA).
- Comunicado de Prensa No. 10/2017. Banco Central de Reserva de El Salvador. “Exportaciones salvadoreñas crecen 3.7% en enero 2017”.
- Chacón, David. “El proceso de la artesanía en la Ciudad de La Palma, Departamento de Chalatenango”, Centro Cultural Salvadoreño Americano, Centro Educativo de Cómputo, mayo 2009.
- Guía de exportación de bienes El Salvador, Organismo Promotor de Exportaciones Inversiones de El Salvador (PROESA), publicado año 2016.
- Guía. Plan de negocio para la exportación, México, Octava edición 2000. Bancomext.

- Medición multidimensional de la pobreza en El Salvador, Secretaría Técnica y de Planificación de la Presidencia (STPP) Ministerio de Economía a través de la Dirección General de Estadística y Censos (MINEC-DIGESTYC).
- Manual de usuario para autorizar exportaciones mediante el sistema integrado de comercio exterior (SICEX), Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones, Gerencia Internacional Banco Central de Reserva de El Salvador.
- Saco Chung, Víctor. Resolución de conflictos normativos en Derecho Internacional Público. Agenda Internacional. Año 2008, XV, N° 26, pp. 231-261 ISSN 1027-6750.
- Serie de investigación n° 3, 2011. FUSADES. Departamento de Estudios Económicos y Sociales.
- Rodríguez Zanteliz, Roberto E. Catedrático Universidad El Salvador, Facultad de Economía, Técnicas Presupuestarias, guía No. 3, 2017. Pág. 3.

#### **Sitios y páginas web:**

- Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (junio 2018):  
[https://www.wto.org/spanish/docs\\_s/legal\\_s/gatt47.pdf](https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/gatt47.pdf)
- Banco Central de Reserva de El Salvador (diciembre-2018). BCR, Confirma proyección de crecimiento económico:  
[https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=1272:bcr-confirma-proyecci%C3%B3n-de-crecimiento-econ%C3%B3mico-de-26-para-2018-y-2019&Itemid=168](https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1272:bcr-confirma-proyecci%C3%B3n-de-crecimiento-econ%C3%B3mico-de-26-para-2018-y-2019&Itemid=168)
- Banco Central de Reserva de El Salvador (junio 2018). Acerca del SICEX, Quienes somos:  
[https://www.centrex.gob.sv/scx\\_html/quienes\\_somos.html#objetivos](https://www.centrex.gob.sv/scx_html/quienes_somos.html#objetivos)
- Corporación de Exportadores de El Salvador (junio 2018). Nosotros:  
<http://www.coexport.com.sv/nosotros.php>
- Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa de El Salvador (junio 2018). Filosofía: <https://www.conamype.gob.sv/institucion/filosofia/>

- Centro de Desarrollo de las MYPES (junio 2018). ¿Qué es el CDMYPE?: <https://cdmypeunicaes.wordpress.com/%C2%BFque-es-el-cdmype/>
- Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa de El Salvador (junio 2018). Servicios: <https://www.conamype.gob.sv/servicios/guia-de-servicios/servicios-cdmype/cdmype-cayaguanca/>
- El Diario de Hoy Periódico de El Salvador (junio 2018). Entrevista Fernando Llorse publicó 5 octubre 2013: <http://www.elsalvador.com/entretenimiento/115474/fernando-llort-el-artesano-que-inspiro-enlapalma/>
- El Diario de Hoy de Periódico de El Salvador (agosto-2018). Salvadoreños por el mundo: <https://www.elsalvador.com/salvadorenos-por-el-mundo/118103/281-mil-salvadorenos-viven-en-el-area-de-los-angeles/>
- Gestión de inventarios (junio 2018). Modelos Push y Pull: <https://www.transgesa.com/blog/gestion-de-inventarios-push-y-pull/>
- La Prensa Gráfica, Periódico de El Salvador (marzo 2019). Cuanto Bosque hay en El Salvador y Tipos: <https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/Estudio-define-cuanto-bosque-hay-en-El-Salvador-y-los-seis-tipos-existentes-20181018-0053.html>.
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (marzo-2019). Primer Inventario de bosque en El Salvador: <http://www.marn.gob.sv/el-marn-presenta-el-primer-inventario-nacional-de-bosque-de-el-salvador/>
- Ministerio de Economía de El Salvador (junio 2018). Historia: <http://www.minec.gob.sv/historia/>
- Ministerio de Hacienda de El Salvador (junio 2018). Definiciones Aduaneras: [http://www7.mh.gob.sv/pmh/es/Temas/Manual\\_Unico\\_de\\_Operaciones\\_Aduaneras/Definiciones.html#APMHAP740](http://www7.mh.gob.sv/pmh/es/Temas/Manual_Unico_de_Operaciones_Aduaneras/Definiciones.html#APMHAP740)
- Ministerio de Relaciones Exteriores, El Salvador (junio 2018). Filosofía: <https://rree.gob.sv/filosofia/>
- Meet Logistics (junio 2018). Cómo medir la rotura de stock: <https://meetlogistics.com/inventario-almacen/la-rotura-de-stock/>
-



- Organismo Mundial de Comercio junio 2018). Los Principios del Sistema de Comercio: [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/fact2\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm)
- Organismo Promotor de Exportaciones Inversiones de El Salvador /PROESA (junio 2018). Inversiones: <http://www.proesa.gob.sv/inversiones/haciendo-negocios-en-el-salvador/marco-legal>
- Ponce Talancón, H. "La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales" en Contribuciones a la Economía, septiembre 2006. Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>
- UNESCO, (05 junio 2018). Artesanías y Diseño: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>
- UNIVISIÓN Los Ángeles (marzo-2019). La economía de California se convierte de nuevo en la quinta mayor del mundo: <https://www.univision.com/local/los-angeles-kmex/la-economia-de-california-se-convierte-de-nuevo-en-la-quinta-mayor-del-mundo>
- Wikipedia (junio 2018). Departamento de Chalatenango El Salvador, C.A.: [https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento\\_de\\_Chalatenango](https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_Chalatenango)

**ANEXOS**

## **ANEXO I- 1 Programa de Ferias y Misiones del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA)**

### **a. Ferias Internacionales**

Son una concentración periódica de expositores de productos, oferentes y visitantes, entre ellos compradores u observadores. Estas ferias pueden ser especializadas en un sector o multisectoriales, incluyendo ruedas de negocios.

Las ferias ofrecen al expositor la posibilidad de mostrar un escaparate completo de sus productos a un elevado número de visitantes (compradores, agentes, intermediarios) en un contacto directo y abierto en cuanto a competencia.

PROESA convoca, organiza y coordina la participación de los distintos sectores exportadores en las ferias de interés exportador, lo cual genera múltiples beneficios para las empresas, tales como:

- i. Habilitación y montaje del stand.
- ii. Gestión de reuniones con posibles compradores.
- iii. Personal de apoyo, como por ejemplo traductores.

Además de lo mencionado, PROESA también presta los siguientes servicios antes, durante y después de la feria:

Antes de la feria, Entrega de una completa guía con los aspectos fundamentales a tener en cuenta para la participación en cada evento.

- i. Reserva de espacios.
- ii. Coordinación entre la organización ferial y las empresas participantes.
- iii. Contratación de la empresa que diseñará, construirá el pabellón de El Salvador.
- iv. Realización de agenda de reuniones de negocios.
- v. Coordinación de envío de muestras.
- vi. Promoción del evento en el mercado destino.
- vii. Visita guiada al evento para las empresas que desean participar bajo esta figura.

Durante la feria:

- i. Supervisión del montaje, habilitación y desmontaje del pabellón El Salvador.
- ii. Administración y dirección de la presencia salvadoreña.

- iii. Apoyo en la gestión para la contratación del personal y servicios de soporte al expositor.
- iv. Coordinación de actividades paralelas.
- v. Búsqueda de oportunidades comerciales.

Después de la feria:

- i. Balance de los resultados mediante una evaluación de la participación al finalizar la feria.
- ii. Seguimiento a actividades de apoyo que las empresas requieran.
- iii. Divulgación de oportunidades comerciales y seguimiento a las mismas.

#### **b. Misiones Comerciales**

Esta es una acción promocional que permite a las empresas exportadoras salvadoreñas sostener citas de negocios pre concertadas y lograr contactos con potenciales clientes en el país destino. Estas misiones pueden ser bajo la modalidad de que empresas salvadoreñas visiten al importador en sus instalaciones o que se realice una rueda de negocios en donde convergen tanto compradores del país de destino como exportadores salvadoreños.

Un experto conocedor del mercado destino elabora las agendas de citas de negocios, todo liderados por PROESA y en coordinación con los exportadores participantes, considerándose importante que las empresas se preparen conociendo el mercado destino, las condiciones de acceso, barreras arancelarias, permisos sanitarios, ambientales, entre otros requisitos incluidos y explicados en esta guía.

Ventajas de participar en misiones comerciales son:

- i. Obtiene una agenda de citas de negocios personalizada, adaptada a sus requerimientos.
- ii. Asesoría del mercado destino por medio de un experto conocedor del mercado.
- iii. Conoce de forma muy personal y directa el potencial de sus productos
- iv. Conoce las características de la competencia por medio de sondeos de inteligencia comercial en los puntos de venta.

- v. Se capacita en la parte legal respecto a las mejores prácticas de hacer negocios en ese mercado.

### **c. Rueda de negocios internacionales en El Salvador**

Es una actividad ejecutada en El Salvador que une a potenciales compradores previamente validados según las necesidades de los exportadores salvadoreños.

En esta actividad se identifica la necesidad de demanda del importador y se hace coincidir con la oferta exportable que cumpla con lo solicitado. El evento se planifica en formato de rueda de negocios, con agendas tanto para el comprador como para el exportador.

Entre las principales ventajas de participar en estas actividades se identifican:

- i. Se garantizan agendas personalizadas según las necesidades tanto de los importadores como de los exportadores.
- ii. Es un medio eficaz para las empresas exportadoras que encuentran obstáculos al tratar de ser recibidos por algunos importadores.
- iii. Es una actividad que le permite a las empresas exportadoras a reducir sus costos en promoción comercial.
- iv. Ayuda al posicionamiento de la imagen país.

**ANEXO II- 1. GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LA PROPIETARIA DE LA MICRO EMPRESA “ARTESANÍAS EL SOL” UBICADA EN EL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Estudiantes egresados de la carrera de Licenciatura de Administración de Empresas le solicitamos su colaboración en el sentido de ayudarnos a contestar el siguiente cuestionario, la información que proporcione será utilizada para el desarrollo de proyecto de investigación: Plan exportador que permita el fortalecimiento de las ventas al exterior.

**OBJETIVO:** Obtener información relevante para realizar un diagnóstico que permita evaluar la situación actual de la micro empresa “Artesanías El Sol” ubicada en el Departamento de Chalatenango.

**I. GENERALIDADES**

Nombre: \_\_\_\_\_ Giro de la empresa: \_\_\_\_\_

Dirección de la Empresa: \_\_\_\_\_

Número de empleados: \_\_\_\_\_

¿Cuándo se fundó la empresa? \_\_\_\_\_

**II. DATOS DE CONTENIDO**

1. ¿Cómo es la estructura organizativa de la microempresa?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. ¿Cuáles son los productos con mayor demanda? Mencione 3 productos.

a) \_\_\_\_\_  
b) \_\_\_\_\_  
c) \_\_\_\_\_

3. ¿Cumple con exactitud el plazo de entrega que se establece en los pedidos de mercadería tanto para pedidos pequeños como grandes? (Sí /No)

¿Por qué? \_\_\_\_\_

4. ¿La empresa posee marca, logo o lema que identifique sus productos?, Y si cuentan con registro de propiedad en el Centro Nacional de Registro (CNR).

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. ¿Cuáles son los criterios que utiliza para determinar el precio de las artesanías de madera?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. ¿Cuáles son las estrategias que utiliza la empresa para competir en el mercado?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. Si utiliza medios publicitarios, ¿Cuáles son?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8. ¿Cómo responde la empresa en caso de quejas o producto defectuoso?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

9. ¿Qué parámetros utiliza para adquirir mercadería?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta al momento de adquirir la mercadería?

---

---

11. ¿Actualmente exporta artesanías de madera? (Si la respuesta es no, finaliza entrevista).

---

12. ¿A qué país ha exportado y quienes fueron los clientes?

---

---

13. ¿En qué meses del año se incrementan las ventas al exterior?

---

---

14. ¿Cuáles son los pasos y requisitos que utiliza actualmente para poder exportar al mercado exterior?

---

---

15. ¿Considera que hay barreras al momento de exportar al exterior?

---

---

16. ¿Conoce la competencia actual del mercado exterior?

---

---



17. ¿La Microempresa tienen la capacidad de obtener suficiente mercadería para exportar artesanías de madera?

---

---

18. ¿Los talleres cuentan con la capacidad de producción de artesanías de madera para cubrir la demanda del mercado exterior?

---

---

19. ¿Cuenta con el personal capacitado y suficiente para la producción y comercialización en el exterior de artesanías de madera?

---

---

**ANEXO II- 2. GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LOS TALLERES DE ARTESANÍAS DE MADERA EN LA PALMA, CHALATENANGO.**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS TALLERES PRODUCTORES DE ARTESANÍAS.**

La información que proporcione será utilizada para conocer la capacidad productiva de los talleres en la elaboración de artesanías de madera.

**OBJETIVO:** Obtener información específica sobre la producción de artesanías de madera para llevar a cabo un plan que permita el fortalecimiento de las ventas en el exterior de la microempresa “Artesanías El Sol” ubicada en el Departamento de Chalatenango.

Entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Nombre del Taller: \_\_\_\_\_

**I. GENERALIDADES DEL TALLER**

1. ¿Cuántas personas y de que género trabajan en el taller?

Sexo: Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

2. ¿Es una empresa familiar? \_\_\_\_\_

3. Cantidad de personas de la misma familia \_\_\_\_\_

4. Cantidad de personas particulares \_\_\_\_\_

5. Cantidad de personas permanentes (entre familiares y particulares) \_\_\_\_\_

6. Cantidad de personas temporales (entre familiares y particulares) \_\_\_\_\_

7. ¿Cuenta con una línea de crédito o financiamiento actualmente?, si su respuesta es afirmativa, especifique por favor \_\_\_\_\_

## II. CAPACIDAD PRODUCTIVA

8. ¿La producción programada es con base a pedidos? \_\_\_\_\_  
Especifique, \_\_\_\_\_

9. ¿Cuenta con inventario de productos terminados?

\_\_\_\_\_

10. Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cuántas unidades de dicho inventario manejan?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

11. ¿Cuáles son los principales tipos de artesanías que fabrica? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

12. ¿Qué método utiliza para realizar el proceso de secado de madera?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

13. ¿Qué ventaja le proporciona dicho método? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

14. ¿Cuánto tiempo demora el proceso de secado con el método que utiliza?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

15. ¿Cuenta con materia prima preparada para atender cualquier pedido de artesanías?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

16. De acuerdo al tipo de artesanía y sus dimensiones ¿Cuál es el tiempo de fabricación por unidad?

Tipo de Artesanía	Medidas	Tiempo de Fabricación

17. ¿Cuántas piezas se pueden producir simultáneamente en un día de trabajo?

\_\_\_\_\_

18. ¿Con qué tipo de herramientas y equipos cuenta la empresa?

\_\_\_\_\_

19. Dichas herramientas y equipos, ¿Son suficiente para la producción actual?

\_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

20. ¿Cuenta con maquinaria especializada para la producción? \_\_\_\_\_

Especifique, \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

21. ¿Cuánto tiempo demora el proceso de producción de una pieza de artesanía?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

22. ¿En qué época del año incrementan los volúmenes de producción y ventas?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

23. ¿A qué factores atribuye el comportamiento de las ventas? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

24. ¿Cuenta con el apoyo actualmente de una institución para la elaboración de artesanías? \_\_\_\_\_, Especifique, \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

25. ¿Qué condiciones ayudarían al desarrollo de los talleres de artesanías?

- Apoyo del Gobierno con créditos
- Capacitaciones en nuevas técnicas de manufactura
- Mayor publicidad
- Otros, especifique \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

26. ¿Cuánto podría incrementar su capacidad actual?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

27. ¿Consideraría formar parte de una alianza para realizar exportaciones a Estados Unidos de América? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**ANEXO II- 3 GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO DE EXPORTACIÓN.**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Estudiantes egresados de la carrera de Licenciatura de Administración de Empresas han diseñado la siguiente guía de entrevista, la cual, está dirigida a las instituciones gubernamentales, que brindan apoyo al sector exportador de El Salvador; la información proporcionada será utilizada para el desarrollo del proyecto de investigación: Plan exportador que permita el fortalecimiento de las ventas al exterior de la microempresa “Artesanías El Sol”.

**OBJETIVO:** Obtener información relevante que dé soporte al proyecto de investigación y nos permita brindar una propuesta exitosa para la exportación de artesanías a la microempresa “Artesanías El Sol” ubicada en el Departamento de Chalatenango.

**I. GENERALIDADES**

1. Institución: \_\_\_\_\_
2. Entrevistado: \_\_\_\_\_
3. Cargo: \_\_\_\_\_
4. Inicio de Operaciones \_\_\_\_\_
5. Dirección: \_\_\_\_\_

**II. DATOS DE CONTENIDO**

1. ¿Cuáles son los principales programas, servicios y/o apoyo que brinda la institución a la micro y pequeña empresa que desean exportar sus productos?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. ¿De qué manera interviene esta institución en el proceso de exportación?

\_\_\_\_\_

3. ¿Qué documentos o requisitos deben presentar /cumplir las empresas para acceder a los programas o servicios que brinda la institución?

---

---

4. ¿Cuáles son los países a los que van dirigidas los productos salvadoreños?

---

---

5. ¿Cuáles son los productos que actualmente tiene mayor auge en las exportaciones?

---

---

6. ¿Qué mecanismos o programas de financiamiento existen en el país para incentivar la exportación de productos salvadoreños?

---

---

7. ¿Cuáles son los requisitos para aplicar a dichos programas?

---

---

8. En el caso de las artesanías de madera, ¿existe alguna normativa o requisito que deba cumplir el producto para su aceptación en el exterior?

---

---

9. Para una microempresa, ¿Cuál sería la mejor forma para distribuir artesanías de madera?\_\_\_\_\_

---

---

10. ¿Cuál es el mejor medio de transporte para exportar artesanías de madera?

---

---

**ANEXO II- 4. CUESTIONARIO DIRIGIDO A POBLACIÓN OBJETIVO DE ARTESANÍAS EL SOL, (SALVADOREÑOS RESIDIENDO EN EL EXTERIOR).**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**ENCUESTA DIRIGIDA A SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR**

La información proporcionada en la siguiente encuesta será utilizada para llevar a cabo el proyecto de investigación de estudiantes de la Facultad de Economía, Universidad de El Salvador: Plan exportador que permita el fortalecimiento de las ventas de artesanías de madera para salvadoreños en el exterior.

**OBJETIVO:** Recopilar información a través del siguiente instrumento que nos permita identificar demanda, oferta, producto, precio, plaza y promoción de las artesanías de madera salvadoreñas en el mercado exterior.

**INDICACIONES:** A continuación, se le presentan una serie de preguntas de opción múltiple para que Ud. pueda marcar con una "X" la respuesta que considere conveniente y explicar si es necesario.

**I. DATOS GENERALES CONSUMIDORES:**

1. Sexo: Femenino  Masculino
2. Edad: 18 a 30 años  31 a 43 años   
44 a 55 años  más de 56 años
3. Nacionalidad salvadoreña(a): Sí  No
4. País de Residencia: Estados Unidos

Especifique Ciudad y/o Estado: \_\_\_\_\_



## II. ASPECTOS ESPECÍFICOS (OFERTA Y DEMANDA):

5. ¿Compra usted actualmente artesanías de madera salvadoreñas?

Objetivo: Conocer la demanda actual de artesanías de madera en el exterior

Sí

No

**Si su respuesta es no, pasar a la sección III**

6. ¿Con qué frecuencia realiza este tipo de compras?

Objetivo: Identificar la frecuencia con la que los consumidores adquieren artesanías en el exterior.

Cada dos años  Una vez al año  Dos veces al año  Otro

Especifique \_\_\_\_\_

7. ¿En qué meses del año generalmente realiza compras de artesanías?

Objetivo: Conocer los meses con mayor demanda de artesanías de madera

Enero

Julio

Febrero

Agosto

Marzo

Septiembre

Abril

Octubre

Mayo

Noviembre

Junio

Diciembre

8. ¿Cuál es la razón por la que compra artesanías de madera salvadoreñas?

Objetivo: Identificar las principales fuentes de motivación para la adquisición de artesanías de madera salvadoreñas.

Para decoración  Para regalo  Por ser producto nostálgico   
Otro

Especifique \_\_\_\_\_

9. ¿Según su utilidad que tipo de artesanía adquiere con mayor frecuencia?

Objetivo: Identificar el rubro del producto potencial a exportar que tenga mayor demanda en el mercado exterior.

Para el hogar  Para la Oficina  Otros

Especifique \_\_\_\_\_

10. La última compra de artesanías de madera que realizó, ¿desde qué lugar geográfico la efectuó?

Objetivo: Conocer la disponibilidad de artesanías de madera salvadoreñas en el mercado exterior.

El Salvador  Estados Unidos  Otros

Especifique \_\_\_\_\_

11. Si su respuesta anterior fue Estados Unidos, ¿Quién es su proveedor actualmente? (empresa o persona natural).

Objetivo: Conocer la oferta en el mercado exterior de artesanías de madera salvadoreñas.

---

12. ¿A qué precio compra actualmente las artesanías de madera que consume?

Objetivo: Conocer los precios que se manejan actualmente en el exterior.

Menos de \$15.00  De \$16.00 a \$30.00  De \$31.00 a \$45.00   
Más de \$46.00

13. ¿Cuál es la modalidad de compra que usted utiliza actualmente al momento de adquirir artesanías de madera?

Objetivo: Conocer la modalidad que se utiliza actualmente para la venta de artesanías de madera salvadoreñas.

Compra directa  Bajo pedido  Otros

Especifique \_\_\_\_\_

14. En caso que su compra sea bajo pedido ¿Con cuánto tiempo de anticipación debe realizar el pedido a su proveedor de artesanías de madera salvadoreñas?

Objetivo: Identificar la eficiencia en la modalidad bajo pedido que el proveedor ofrece.

---

15. ¿Son oportunos los períodos de entrega de su proveedor de artesanías de madera salvadoreñas?

Objetivo: Identificar la eficacia con la que son cumplidos los tiempos de entrega del proveedor.

Sí

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

### III. ASPECTOS ESPECÍFICOS (MEZCLA DE MERCADEO)

16. ¿Conoce las artesanías elaboradas en madera provenientes del Municipio de La Palma en el Departamento de Chalatenango en El Salvador?

Objetivo: Conocer el alcance, identificación y aceptación de este tipo de artesanías y su procedencia.

Sí

No

17. ¿Estaría Ud. dispuesto a comprar artesanías elaboradas en madera provenientes de La Palma?

Objetivo: Conocer la aceptación y demanda de las artesanías de madera que ofrece "Artesanías El Sol".

Sí

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**Si su respuesta es no, finaliza la encuesta**

18. De las siguientes opciones, ¿Qué características considera más importantes al momento de adquirir su producto?

Objetivo: Conocer los principales atributos que demanda actualmente la población objetivo.

- Buena Calidad
- Durabilidad
- Diseño
- Color
- Funcionalidad
- Otros, Especifique \_\_\_\_\_

19. ¿Qué tipo de artesanías para el hogar le gustaría adquirir?

Objetivo: Identificar el producto para el hogar con mayor preferencia entre los salvadoreños

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Cuadros                  | <input type="checkbox"/> Cruces con motivos religiosos |
| <input type="checkbox"/> Mapas                    | <input type="checkbox"/> Servilleteros                 |
| <input type="checkbox"/> Cofres                   | <input type="checkbox"/> Espejo                        |
| <input type="checkbox"/> Otros, Especifique _____ |  |

20. ¿Qué tipo de artesanías para la oficina le gustaría adquirir?

Objetivo: Identificar el producto para la oficina con mayor preferencia entre los salvadoreños

- Tarjeteros
- Portalápices
- Porta velas
- Porta vasos
- Otros, Especifique \_\_\_\_\_

21. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pieza de artesanía elaborada en madera proveniente de La Palma?

Objetivo: Conocer el precio que la población objetivo estaría dispuesta a pagar por el producto ofertado.

- Menos de \$15.00  De \$16.00 a \$30.00  De \$31.00 a \$45.00
- Más de \$46.00

22. ¿Qué medio le resultaría más cómodo para realizar una compra?

Objetivo: Identificar los medios óptimos para la distribución del producto.

- Internet
- Tienda
- Otro (por favor especifique) \_\_\_\_\_

23. ¿Cuál es el tiempo que usted considera razonable para que el proveedor le entregue el producto solicitado?

Objetivo: Identificar el tiempo máximo de espera aceptable para recibir el producto por parte del cliente potencial.

De 3 a 6 días  De 7 a 10 días  De 11 a 14 días

Otro

Especifique \_\_\_\_\_

24. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este producto?

Objetivo: Conocer el medio que prefieren los clientes para recibir información de los productos que “Artesanías El Sol” ofrece.

Internet

Anuncios

Correo Electrónico

Fan Page – Facebook

Instagram

Otro, Especifique \_\_\_\_\_

**ANEXO II- 5. LISTA DE COTEJO UTILIZADA EN SALA DE VENTAS DE ARTESANÍAS EL SOL EN CHALATENANGO Y TALLERES DE ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS EN EL MUNICIPIO DE LA PALMA.**



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**LISTA DE COTEJO UTILIZADA EN SALA DE VENTAS DE ARTESANÍAS EL SOL  
EN CHALATENANGO Y TALLERES DEL MUNICIPIO DE LA PALMA**

**OBJETIVO:** Recopilar información a través de la observación directa sobre las instalaciones y la capacidad productiva de la microempresa “Artesanías El Sol”, que permita a simple vista identificar fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de mejora.

LISTA DE COTEJO			
N	PREGUNTA	CUMPLIMIENTO	
		SI	NO
1	Área de parqueo para clientes y/o carga		
2	Fácil acceso a la sala de venta y los talleres		
3	Marca logo y slogan		
4	Diversidad de productos		
5	Calidad en los productos		
6	Precios visibles y competitivos		
7	Exhibición adecuada de los productos		
8	Almacenamiento de productos terminados		
9	Página web para dar a conocer los productos		
10	Establecimiento adecuado para la elaboración de artesanías.		
11	Maquinaria especializada		
12	Maquinaria en secuencia según el proceso de producción.		
13	Abastecimiento de materias primas		
14	Proceso de producción eficaz		
15	Inventario de materia prima		



## **ANEXO II- 6 RESULTADOS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LA PROPIETARIA DE LA MICROEMPRESA “ARTESANÍAS EL SOL”.**

A continuación, se presente los resultados según el orden de la guía de entrevista, las respuestas a las preguntas de tipo descriptivas se han comparado e interpretado y las preguntas con respuestas múltiples cuyo resultado fue analizado. A partir de los resultados obtenidos se les ha dado respuesta a las preguntas de la investigación y de estos datos se desprenden también las diferentes conclusiones y recomendaciones que serán presentadas al final del capítulo.

Giro de la microempresa: Comercial.

Dirección: Entre la 2° y 4° Calle oriente, Barrio San Antonio, local No. 4, Chalatenango.

Número de empleados: tres

Tiendas (salas de ventas): solo cuenta con una sala y una página web.

Fecha de fundación de la microempresa: 1° septiembre del año 2014.

### **Pregunta No. 1 ¿Cómo es la estructura organizativa de la microempresa?**

La respuesta de la propietaria fue, La estructura organizacional de la microempresa solo cuenta con un contador (no está a tiempo completo) que se encarga de los registros contables y financieros.

La estructura organizacional administrativa, solo cuenta con una persona que realiza diversas tareas, financieras, logísticas, compra de mercadería, liquidación de la mercadería que no se mueve mucho, etc.

A medida crezca la entidad se considera la contratación de nuevo personal y tener una estructura más organizada manejar su negocio de forma eficiente.

### **Pregunta No. 2 ¿Cuáles son los productos con mayor demanda?**

La respuesta de la propietaria fue, a nivel local hay mayor demanda de ropa para eventos artísticos, trajes bordados a mano, bisutería, y souvenir de madera (llaveros, recuerdos y otros) son los que más demanda tienen. Clientes en el exterior buscan más artesanías de madera para decorar de tipo religioso, oficina y utilitario. (Comentó que no podría precisar cantidades y tipos que más se venden).

Por otra parte, actualmente se cuenta con una página web, pero, no se han realizado

ventas por este medio ya que, no se ha colocado los elementos que permitan aceptar tarjetas de débito o crédito para cobrar por los productos y que esto esté enlazado a una cuenta bancaria y cerrar ventas.

**Pregunta No. 3 ¿Cumple con exactitud el plazo de entrega que se establece en los pedidos de mercadería tanto para pedidos pequeños como grandes?**

Respuesta de la propietaria: Por lo general se cumple con los tiempos de entrega establecidos, pero en caso hubiese un contratiempo se avisa al cliente de cuánto será la demora (siempre hay comunicación con el cliente de manera oportuna).

La demora ocurre generalmente en los siguientes casos:

- No contar con mercadería disponible para la venta, lo cual sucede por dos razones; la primera, por no contar con capital de trabajo para invertir y la segunda, las dimensiones del local no permiten almacenar volúmenes grandes de mercadería.
- En los talleres, proceso de secado de la madera depende del clima, ya que no cuentan con hornos para secar madera y darle un acabado uniforme.
- Cuando el proveedor de madera, no cuenta con la documentación en regla: Permisos ambientales. El cual se utilizará más adelante como guía de transportación y certificado de origen en el proceso de exportación.

**Pregunta No. 4 ¿La empresa posee marca, logo o lema que identifique sus productos?, Y si cuentan con registro de propiedad en el Centro Nacional de Registro (CNR).**

Respuesta de la propietaria: La microempresa está registrada como persona natural con el nombre de Marisol Ramírez, el nombre comercial es “Artesanías El Sol” y cuenta con un lema: “El arte en un recuerdo” (No está registrado).

Cabe mencionar que en el país no hay otra empresa registrada con el mismo nombre. A nivel local los principales competidores son: Cooperativa “Semilla de Dios” y el taller “Madero de Jesús”, son los competidores más fuertes de la zona con respecto a las artesanías de madera.

**Pregunta No. 5 ¿Cuáles son los criterios que utiliza para determinar el precio de las artesanías de madera?**

Respuesta de la propietaria: La microempresa define el precio de las artesanías con base a los costos y el margen de utilidad. El precio de venta se calcula incrementando en un 65% sobre el precio al que se adquirió, además, se sondean los precios en las ferias de artesanías.

**Pregunta No. 6 ¿Cuáles son las estrategias que utiliza la empresa para competir en el mercado?**

Respuesta de la propietaria:

Se usa la diferenciación, se intenta sobresalir del resto a través de los estilos propios y la calidad del producto.

**Pregunta No. 7 Si utiliza medios publicitarios, ¿Cuáles son?**

Respuesta de la propietaria:

- Se usa la página web.
- Página en Facebook.
- Folleto informativo desplegable.
- Ferias y exposiciones a nivel local.

**Pregunta No. 8 ¿Cómo responde la empresa en caso de quejas o producto defectuoso?**

Respuesta de la propietaria:

Se revisan los productos de manera minuciosa antes de hacer los envíos (control de calidad), en caso de daño se sustituye la pieza dañada sin ningún costo extra, además, se envían piezas extras para cubrirlos.

**Pregunta No. 9 ¿Qué parámetros utiliza para adquirir mercadería?**

Respuesta de la propietaria:

Actualmente no se tiene una política de inventarios ya que deben de liquidar cada fin de año las artesanías que no lograron las expectativas de venta y recuperar la mayor parte de la inversión que sea posible.

**Pregunta No. 10 ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta al momento de adquirir la mercadería?**

Respuesta de la propietaria:

- La microempresa no tiene el capital de trabajo para adquirir productos para la venta.
- Demasiados requisitos del sector financiero.
- Los talleres, no pueden producir más porque, no cuentan con capital de trabajo para comprar madera y mantener en existencias.

**Pregunta No. 11 ¿Actualmente exporta artesanías de madera?**

Respuesta de la propietaria:

- Se exporta actualmente, en el mes de febrero del presente año se realizó el ultimo envío a Italia.
- En vista de que los clientes que realizaron el pedido son italianos. También, hay salvadoreños que residen en Italia que solicitan productos.

**Pregunta No. 12 ¿A qué país ha exportado y cuál fue el mercado destino?**

Respuesta de la propietaria:

- Estados Unidos de América: Maryland, Washington y Los Ángeles. Los clientes son salvadoreños residentes o que viajan a El Salvador y llevan encomiendas.
- Italia: los clientes fueron salvadoreños e italianos.
- Australia: comunidad de salvadoreños residentes.

**Pregunta No. 13 ¿En qué meses del año se incrementan las ventas al exterior?**

Respuesta de la propietaria:

Los pedidos se envían con mayor frecuencia en los meses de febrero, abril, agosto y diciembre.

**Pregunta No. 14 ¿Cuáles son los pasos y requisitos que utiliza actualmente para poder exportar al mercado exterior?**

Respuesta de la propietaria.

Pasos:

- El cliente elige las piezas, cantidades y lugar de envío.
- Se acuerda el pago anticipado del 50% del total de la factura y el resto contra entrega. El tiempo de entrega.
- Dependiendo de la cantidad solicitada se trabaja con un taller o con cuatro para, lograr cumplir con los tiempos de entrega.
- El taller o los talleres, también solicitan un anticipo para comprar madera a los aserraderos asegurándose que los proveedores de materia prima cuenten con los permisos ambientales de la madera.
- Se realiza todo el proceso de fabricación dependiendo del tipo de artesanía hasta los acabados de pintura y diseños solicitados.
- Se revisan, se cuentan, se envuelven en papel y se colocan en cajas para su envío.

Requisitos y trámites:

- La microempresa debe estar registrada (como persona natural o jurídica) en el Ministerio de Hacienda, contar con Número de identificación Tributaria (NIT) y Número de Registro al contribuyente (NRC) para el pago de IVA.
- Debe estar registrado en el Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX – BCR).
- Se debe contar con un certificado de origen o guía, se obtiene con los permisos ambientales de la madera.
- Se busca una empresa que se dedica a realizar los envíos, se trabaja actualmente con DHL (Se envía por avión).

**Pregunta No. 15 ¿Qué tipos de barreras afectan al momento de exportar al exterior?**

Respuesta de la propietaria:

El costo elevado del envío, el tiempo en realizar todos los trámites y el costo del transporte desde La Palma, Chalatenango hasta el aeropuerto.

**Pregunta No. 16 ¿Conoce la competencia actual del mercado exterior?**

Respuesta de la propietaria:

Los productos de origen mexicanos y algunos talleres fuertes de La Palma entre ellos Cooperativa "Semilla de Dios".

**Pregunta No. 17 ¿La Microempresa tienen la capacidad de obtener suficiente mercadería para exportar artesanías de madera?**

Respuesta de la propietaria: la capacidad es limitada para la microempresa por el capital de trabajo y espacio para almacenar.

**Pregunta No. 18 ¿Los talleres cuentan con la capacidad de producción de artesanías de madera para cubrir la demanda del mercado exterior?**

En los talleres la mayor limitante es el tiempo de secado de la madera y no se cuenta con máquinas (horno de secado y compresor para pintar).

**Pregunta No. 19 ¿Cuenta con el personal capacitado y suficiente para la producción y comercialización en el exterior de artesanías de madera?**

Respuesta de la propietaria:

El personal es limitado, se necesita mejorar las técnicas y diseños.

## ANEXO II- 7. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS PROPIETARIOS DE LOS TALLERES DE ARTESANÍAS EN LA PALMA, CHALATENANGO.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a cada uno de los talleres con los que trabaja la Microempresa “Artesanías El Sol” con base a la guía de entrevista estructurada en el Anexo II- 2.

TALLER	TALLER 1 “ARTES AMANECER”	TALLER 2 Dibujo, Pintura, Completado y Barnizado	TALLER 3 Pintura, Completado Tinte y Barnizado,
ENTREVISTADO	Sr. Alberto Chacón	Sr. Ángelberto Landaverde Mejía	Sra. Morena Rodríguez
DIRECCIÓN	Barrio San Antonio La Palma,	Colonia La Tejera, La Palma	Colonia La Tejera, La Palma
<b>I. GENERALIDADES DEL TALLER</b>			
PREGUNTAS	RESPUESTAS		
1. ¿Cuántas personas y de que género trabajan en el taller?	7. Femenino, 7 Masculinos	1. Femenino, 1 Masculinos	5. Femenino, 3 Masculinos
2. ¿Es una empresa familiar?	Sí	Sí	Sí
3. Cantidad de personas de la misma familia	6	2	5
4. Cantidad de personas particulares	8	0	3
5. Cantidad de personas permanentes (entre familiares y particulares)	10	2	
6. Cantidad de personas temporales (entre familiares y particulares)	4, pero pueden llegar a ser hasta 25 personas.	Se ha llegado a subcontratar hasta 12 personas en su mayoría mujeres.	Temporales se ha llegado a contratar hasta 17 personas.
7. ¿Cuenta con una línea de crédito o financiamiento actualmente?, si su respuesta es afirmativa, especifique por favor	No se cuenta con línea de crédito o financiamiento externo, de los pedidos realizados por los clientes, se solicita el 50% de anticipo y el reto se financia con recursos propios, debido a que es muy difícil para los artesanos acceder a un crédito con una institución bancaria por varios factores entre ellos cuotas altas, intereses altos, etc.	No se cuenta con línea de crédito o financiamiento externo, de los pedidos realizados por los clientes, se solicita el 50% de anticipo y el reto se financia con recursos propios, debido a que es muy difícil para los artesanos acceder a un crédito con una institución bancaria por varios factores entre ellos cuotas altas, intereses altos, etc.	No se cuenta con línea de crédito o financiamiento externo, de los pedidos realizados por los clientes, se solicita el 50% de anticipo y el reto se financia con recursos propios, debido a que es muy difícil para los artesanos acceder a un crédito con una institución bancaria por varios factores entre ellos cuotas altas, intereses altos, etc.
<b>I. CAPACIDAD PRODUCTIVA</b>			
8. ¿La producción programada es con base a pedidos?, Especifique	Sí,	Sí	Pedidos

9. ¿Cuenta con inventario de productos terminados?	Sí	No	No
10. Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿Cuántas unidades de dicho inventario manejan? Y ¿Por qué?	Se manejan aproximadamente 10 unidades de cada producto.	N/A	N/A
11. ¿Cuáles son los principales tipos de artesanías que fabrica?	Cruces de madera con temas religiosos, cuadros y cofres de madera.	Se elaboran diseños en semillas de pacun, artesanías derivadas de las estopas de coco, cruces de madera con diseños religiosos o relieve en arena.	Cruces de Madera
12. ¿Qué método utiliza para realizar el proceso de secado de madera?	De manera Tradicional, porque el horno es demasiado costoso para adquirirlo, sin embargo, se sabe que es un método mucho más efectivo en calidad y tiempo.	N/A	N/A
13. ¿Qué ventaja le proporciona dicho método?	Se ahorra energía eléctrica y los costos de administración disminuyen.		
14. ¿Cuánto tiempo demora el proceso de secado con el método que utiliza?	Cuando la madera viene en bruto del aserradero el proceso de secado dura de 20 a 30 días, el cual incluye un pre-secado al Sol y finaliza con el secado en sombra. Para el invierno se almacena madera ya seca debido a que el proceso de secado en esta época es más tardado (aproximadamente de 30 a 45 días).	N/A	N/A
15. ¿Cuenta con materia prima preparada para atender cualquier pedido de artesanías?	Sí, la madera no es curada con químicos por tratarse de piezas que tendrán contacto directo con el consumidor final	Sí se cuenta con materia prima preparada para los pedidos solicitados.	Sí
16. De acuerdo al tipo de artesanía y sus dimensiones ¿Cuál es el tiempo de fabricación por unidad?	Cruces de Madera de 4x3 cm., se producen 20 piezas en 8 horas (aprox. 560 piezas al mes)	En el caso de este taller las piezas ya vienen fabricadas para dibujo, pintado, completado y barnizado, si el barniz es colocado a mano, la pieza demorará dos días aproximadamente en estar completamente seca.	No se puede determinar porque depende de las especificaciones de cada tipo de artesanía.
17. ¿Cuántas piezas se pueden producir simultáneamente en un día de trabajo?	5,000 piezas de 20 cm. x 20 cm. de hasta 3 productos distintos. En las etapas de Completado, Barnizado, Empacado y Embalaje se pueden sacar unas 100 piezas por hora, (800 piezas al día en cada etapa)		En el proceso de pintado a pincel se pueden realizar hasta 10 piezas por persona al día, con un diseño complicado.
18. ¿Con qué tipo de herramientas y equipos cuenta la empresa?	Cepilladoras, Sierras de Mesa de Disco, Sierra de Inglete, Sierras Caladoras, Máquinas Lijadoras (Pulidoras), Sierra de Cinta.	En cuanto a herramientas y materiales que se utilizan para los procesos que se llevan a cabo en este taller se pueden mencionar: pinceles, rapidograf, pinturas, barniz.	No se cuenta con herramientas ni equipo para estos procesos, lo que se utiliza son utensilios como: Rapidograf, Plumas con tinta china, Pinceles.



19. Dichas herramientas y equipos, ¿Son suficiente para la producción actual? Y ¿Por qué?	Sí, son suficientes para cubrir la demanda actual	Sí	Sí
20. ¿Cuenta con maquinaria especializada para la producción?	Torno para madera	En ocasiones se utiliza la ayuda de un compresor para barnizar las piezas ya que es más rápido, tanto la aplicación como el secado, y así mismo también se hace uso de la serigrafía cuando son piezas seriadas, y deben ir todas uniformes con el mismo diseño. (Sin embargo, este trabajo se manda a hacer no se cuenta con la maquinaria).	No
21. ¿Cuánto tiempo demora el proceso de producción de una pieza de artesanía?			
22. ¿En qué época del año incrementan los volúmenes de producción y ventas?	Existen 3 momentos, marzo, agosto y diciembre.	Existen tres momentos durante el año donde las ventas de artesanías tienden al alza, marzo y abril, junio a Agosto, Noviembre y Diciembre.	Este taller cuenta con tres clientes que hacen sus pedidos durante el año en los meses de enero, agosto y Diciembre
23. ¿A qué factores atribuye el comportamiento de las ventas?	Los meses con mayor venta se relacionan a festividades en el país, semana santa, fiestas agostinas y navidad donde incrementa el turismo y las visitas al Municipio.	A las vacaciones, porque incrementa las visitas a estas zonas turísticas.	
24. ¿Cuenta con el apoyo actualmente de una institución para la elaboración de artesanías?, Especifique	Sí, CDMYPE CAYAGUANCA, comercialización y publicidad.	Actualmente están trabajando por cuenta propia, sin embargo, conocen las instituciones que brindan apoyo a la producción de artesanías.	No
25. ¿Qué condiciones ayudarían al desarrollo de los talleres de artesanías?	Capacitaciones a los Obreros Mayor comercialización y publicidad Apoyo al incremento de la productividad y bajar los costos Financiamiento más accesible para los artesanos (bajos intereses, mayores plazos, cuotas bajas).	Capacitaciones a los Obreros Mayor comercialización y publicidad Apoyo al incremento de la productividad y bajar los costos Financiamiento más accesible para los artesanos (bajos intereses, mayores plazos, cuotas bajas).	Capacitaciones a los Obreros Mayor comercialización y publicidad Apoyo al incremento de la productividad y bajar los costos Financiamiento más accesible para los artesanos (bajos intereses, mayores plazos, cuotas bajas).
26. ¿Cuánto podría incrementar su capacidad actual?	Actualmente se podrá incrementar hasta un 20% más, por la falta de recursos y de capital de trabajo no se puede tener un incremento mayor.		
27. ¿Consideraría formar parte de una alianza para realizar exportaciones a Estados Unidos de América?	Sí	Sí	Sí

**ANEXO II- 8. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN REALIZADA POR OBSERVACIÓN DIRECTA A TRAVÉS DEL INSTRUMENTO LISTA DE COTEJO.**

Nº	FACTORES	CUMPLIMIENTO							
		SALA DE VENTAS		TALLER 1		TALLER 2		TALLER 3	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	Área de parqueo para clientes y/o carga		X		X		X		X
2	Fácil acceso a la sala de venta y los talleres	X		X		X		X	
3	Marca logo y slogan	X		X			X		X
4	Diversidad de productos	X		X		X		X	
5	Calidad en los productos	X		X		X		X	
6	Precios visibles y competitivos	X		X		X		X	
7	Exhibición adecuada de los productos	X							
8	Almacenamiento de productos terminados		X						
9	Página web para dar a conocer los productos	X							
10	Establecimiento adecuado para la elaboración de artesanías de madera				X		X		X
11	Maquinaria especializada				X		X		X
12	Maquinaria en secuencia según el proceso de producción			X		X		X	
13	Abastecimiento de materias primas			X		X		X	
14	Proceso de producción eficaz			X		X		X	
15	Inventario de materia prima			X		X		X	
CONTEO		7	2	9	3	8	4	8	4
PORCENTAJE		77.78%	22.22%	75%	25%	66.67%	33.33%	66.67%	33.33%
PROMEDIO		SI				71.53%			
		NO				28.47%			

## **Interpretación**

Los resultados de la observación directa en los Municipios de Chalatenango y La Palma del Departamento de Chalatenango muestran un 71.53% en promedio de las respuestas favorables en cuanto a las condiciones que se necesitan para la creación de un plan de exportación que permita el fortalecimiento de las ventas al mercado exterior de artesanías de madera.

La sala de venta de la microempresa y los talleres se encuentran en un lugar accesible para los clientes y ofrecen variedades de productos de calidad hechos en madera, según lo observado la microempresa Artesanías El Sol, junto a los talleres tienen un proceso de producción y de ventas muy eficiente, por lo cual pueden estar aptos para exportar.

Mientras que el 28.47% de los resultados de las observaciones fueron de carácter negativo, ya que la sala de venta de la microempresa y los talleres no cuentan con un parqueo para los vehículos de los clientes, de igual manera los talleres carecen de maquinaria especializada y de un establecimiento adecuado para la elaboración productos artesanales, y carecen de una página web donde pueda dar a conocer sus productos que elaboran.

Se logró determinar que existen muchas necesidades en general para el cumplimiento del objetivo.

**ANEXO II- 9. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO DE EXPORTACIÓN.**

INSTITUCIÓN	CONAMYPE	CD-MYPE CAYAGUANCA	PROESA	COEXPORT	BCR
ENTREVISTADO	Lic. Roberto Quezada	Licda. Karla Vanesa Cortez	Lic. Mario Tenorio	Licda. Silvia Cuellar	Licda. Nidia de Castillo
CARGO	Gerente de Desarrollo Artesanal	Asesora Empresarial	Especialista de Desarrollo Exportador	Directora Ejecutiva	Jefa Sección de Exportaciones
PREGUNTAS	RESPUESTAS				
1. ¿Cuáles son los principales programas, servicios y/o apoyo que brinda la institución a la micro y pequeñas empresas que desean exportar sus productos?	<p>CONAMYPE a través de su unidad Desarrollo Artesanal, en conjunto con Asociaciones como: CASART (Cámara Salvadoreña de Artesanos), ANAS (Asociación Nacional de Artesanos Salvadores). Implementó una Estrategia Integral la cual contempla: 1. Apoyo a Procesos Asociativos, CONAMYPE crea la Mesa de Desarrollo Artesanal para que asociaciones y personas artesanas participen en la creación y ejecución de políticas públicas (Actualmente se cuentan con 26 mesas a nivel nacional), 2. Formación Especializada Artesanal, 3. Fomento y Difusión al Sector, en el que también incluye la dignificación del sector Artesanal y es ahí donde nace el Premio Nacional de Artesanías donde los participantes pueden acceder premios en efectivo; 4. Fortalecimiento de las Capacidades Productivas en el cual se brindan: Asistencias Técnicas, Programas de Eventos de Comercialización, Ferias de Artesanías, Etc., De hecho se está promoviendo un</p>	<p>CDMYPE es un Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas, funciona gracias a la alianza entre la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). (CDMYPE) que promueve y brinda servicios de asesoría, asistencia técnica, capacitaciones generales y especializadas y vinculaciones a otras instituciones o programas de apoyo; acercando los servicios de desarrollo empresarial a las micro y pequeñas empresas con potencial de crecimiento, productividad y competitividad en el país, contribuyendo a la dinamización de las economías locales y a la formación de tejidos productivos y empresariales.</p>	<p>PROESA se divide en diferentes áreas: Inversiones, Asocios Público/Privado, Marca País y Exportaciones. El área de Exportaciones se divide en dos áreas más: 1. Promoción Comercial y 2. Desarrollo Exportador, donde se buscan empresas que deseen y tengan el potencial para exportar y se les invita a participar en diferentes programas:                      - Exportar Paso a Paso, el cual se desarrolla cada dos años incluye 5 módulos, talleres de negociación, cómo determinar el precio de exportación, además se facilitan medios para viajar al mercado meta (para poner en práctica todo lo aprendido en el programa).                      - Para los que aprobaron el Programa Exportar Paso a Paso (EPAP), pueden también optar al siguiente programa el cual se brinda apoyo a las empresas sobre las debilidades que debe solventar, por ejemplo creación de páginas web.                      - Exportar Más, diversificación de mercados, el cual busca nuevos mercados para que las empresas que ya exportan se expandan a</p>	<p>COEXPORT, ofrece apoyo a todas las empresas del país pequeñas y grandes, en el fomento y la promoción de sus exportaciones de bienes y servicio. Busca con las empresas y para las empresas, actividades, proyectos, asistencias y acuerdos que les permitan tener éxito en los mercados internacionales. Nuestros servicios son en tres grandes áreas: Información y capacitación, gestoría y promoción. Al tener contacto directo con los exportadores, nos acercamos a sus necesidades y problemas y eso nos convierte en el elemento que conecta los problemas con las soluciones, buscando coordinación a nivel nacional e internacional. La presenta herramienta es ejemplo de un trabajo que coordinamos a nivel interinstitucional y que permite dar a conocer el fruto de nuestro trabajo</p>	<p>El Banco Central como tal no brinda ningún servicio y/o programa dirigido a las micro y pequeñas empresas, sin embargo, el 31 de Enero de 2011 es publicado en el Diario Oficial el Decreto N° 599, Ley de Creación del Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX El Salvador), como un sistema de ventanilla única cuyo objetivo es centralizar, agilizar y simplificar los trámites legalmente establecidos para el registro, autorización y emisión de los documentos de las diferentes instituciones y/o dependencias del Estado involucradas en las Importaciones y Exportaciones de conformidad a sus competencias. El Banco Central es la institución administradora de CIEX El Salvador y es donde se encuentran las oficinas de la misma.</p>

	Festival de Artesanías específicamente en La Palma.		nuevas empresas. - Asistencia de consultas diarias.	diario: los exportadores de El Salvador.	
2. ¿De qué manera interviene esta institución en el proceso de exportación?	CONAMYPE no interviene directamente en el proceso exportador, la institución cuenta con recursos de FANTEL, los cuales son utilizados para el desarrollo del Sector Artesanal y el desarrollo de la internacionalización de las artesanías.	CDMYPE no interviene en el proceso de exportación, solamente brinda asesoría a las micro y pequeñas empresas con potencial de crecimiento, productividad y competitividad en el país, contribuyendo a la dinamización de las economías locales y a la formación de tejidos productivos y empresariales.	PROESA, interviene con orientación, ser una guía para las empresas que deseen exportar, evitar que cometan errores al exportar.	COEXPORT contribuye a mejorar la competitividad del sector exportador del país, brindando diferentes servicios; entre ellos Asistencias técnicas (AT), que están a disposición de todas las empresas que lo requieran para mejorar o cumplir con los requisitos para exportar.	El Banco Central como administrador de las oficinas de CIEX EL SALVADOR, se encarga del cumplimiento del objetivo de la entidad los cuales son: centralizar, agilizar y simplificar la obtención de las autorizaciones previas que en el marco de sus competencias otorgan las instituciones del Estado que conforman dicho órgano. El CIEX ejerce además el rol de entidad Certificadora de Origen de las mercancías exportadas a los países con los que El Salvador tiene suscritos acuerdos preferenciales, lo que permite que se obtengan beneficios al eliminar o reducir los aranceles de ingreso.

<p>3. ¿Qué documentos o requisitos deben presentar /cumplir las empresas para acceder a los programas o servicios que brinda la institución?</p>	<p>El requisito principal para gozar de los beneficios y del apoyo que CONAMYPE brinda al sector artesanal es ser 100% artesano, así como el producto debe ser 100% artesanal, la institución utiliza una técnica creada por FONART en México para diferenciar si un producto es artesanía o es manualidad, (Matriz DAM, Matriz de Diferenciación entre Artesanía y Manualidad), una vez identificado como artesano es enviado al Registro Nacional de Artesanos para su registro y carnetización de Artesano identificando su rubro, (base legal: Ley de Fomento y Protección del Sector Artesanal). El siguiente requisito es estar acreditado y ser participante de las mesas de desarrollo artesanal.</p>	<p>Para aquellas entidades formales o informales, constituidas por personas naturales o jurídicas, con fines de lucro. los requisitos para las micro empresa, persona natural o jurídica que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales hasta CUATROCIENTOS OCHENTA Y DOS salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y hasta 10 trabajadores.</p>	<p>Antes de llegar a PROESA, las empresas generalmente informales o sin un flujo de ventas constante, deben pasar inicialmente por los programas de CONAMYPE para fortalecer varias áreas antes de dedicarse a exportar. Dentro de PROESA, cada programa tiene sus propios requisitos para formar parte de ellos, por ejemplo, para el programa EPAP las empresas deben generar \$75,000.00 de ventas anuales, existen excepciones de aquellos casos en que no se llegue al límite de ventas pero que el producto tenga potencial. El requisito para el programa Club EPAP, es haber completado satisfactoriamente el programa EPAP. Para el programa Exportar más, es indispensable que la empresa ya se encuentre exportando actualmente.</p>	<p>COEXPORT ha sido designado como el ente privado, que acompaña el esfuerzo con la coordinación y ejecución de las capacitaciones y asistencia técnicas. COEXPORT no pide ningún tipo de documentación a las empresas que deseen registrarse, sino que la institución ha creado un perfil del exportador, (no es obligatorio) donde la empresa da a conocer la situación actual en el ámbito financiero y de producción a través de un diagnóstico, de esa manera la institución les da una pauta de cómo ayudar a las empresas.</p>	<p>Principalmente deben encontrarse inscritos en el Ministerio de Hacienda como exportadores, deberán llenar una ficha de inscripción en la Dirección General de Aduana con lo cual tendrán acceso a la emisión de facturas de exportación una vez cuenten con esos requisitos deberán acercarse posteriormente en la ventanilla CIEX donde serán capacitados en relación al uso del sistema para facilitar sus transacciones y se le otorgará el manual de usuario.</p>
<p>4. ¿Cuáles son los países a los que van dirigidas los productos salvadoreños?</p>	<p>Según los Estudios de Mercado realizados por la Institución los principales países donde se comercializan las artesanías es Estados Unidos, Italia, Jerusalén, etc.</p>	<p>Por los resultados obtenidos de una investigación de mercado, los principales países donde se exportan las artesanías de madera son: Estados Unidos, Italia, Jerusalén, Canadá, etc.</p>	<p>Alrededor del 50% de los productos van dirigidos a Estados Unidos, el siguiente lugar sería la región centroamericana, y finalmente países europeos. La mayor parte de las exportaciones se hace con países con los cuales se tengan Tratados de Libre Comercio con El Salvador.</p>	<p>Según Silvia Cuéllar, directora ejecutiva de la gremial, la mayor parte de la producción de El Salvador va dirigida a los siguientes países; Europa, Estados Unidos, Canadá, Australia.</p>	<p>Según datos del Informe de Comercio Exterior de El Salvador Junio 2018, Estados Unidos es el principal destino con un 43.30% de las exportaciones, Honduras con un 15%, Guatemala 13.8%, Nicaragua 6.9%, Costa Rica 4.2%, República Popular de China 2.7%, México 2.2%, Panamá 2.0%, República Dominicana 1.6%, España 0.8% y el resto de países representan un 7.5%</p>

<p>5. ¿Cuáles son los productos que actualmente tiene mayor auge en las exportaciones?</p>	<p>Generalmente la Industria Textil y artículos de madera.</p>	<p>Según la institución los productos que más se exportan en el exterior son, Textil, confección, Química, farmacéutica y cosmética natural, Alimentos y bebidas, Plásticos y Servicios vinculados al sector aeronáutico. Entre otros.</p>	<p>En El Salvador existen Zonas Francas donde las empresas extranjeras vienen e instalan sus fábricas y producen en el país, ese producto se reexportan a Estados Unidos al 0% y así se hace un aprovechamiento de los Tratados de Libre Comercio, actualmente el producto con mayor auge en las exportaciones son Textiles y Confecciones, sin embargo no es un producto netamente salvadoreño, productos agrícolas como café y caña de azúcar, también son parte de los productos con mayor auge en las exportaciones.</p>	<p>Actualmente los productos con mayor auge de exportación son textil y artículos de madera, sin embargo, existen otros tipos de productos que se exportan con frecuencia, como son; alimentos, artículo de confección, químico farmacéutico, plásticos.</p>	<p>Con base al Informe de Comercio Exterior de El Salvador junio 2018, el ranking de exportaciones según productos destacan: T-shirts y camisetas, suéteres, azúcar de caña o de remolacha entre otros.</p>
<p>6. ¿Qué mecanismos o programas de financiamiento existen en el país para incentivar la exportación de productos salvadoreños?</p>	<p>CONAMYPE no es una institución que brinde financiamiento a todos los artesanos, sin embargo, en conjunto con la Unidad de Comercialización de la institución se tiene un programa con el cual se identifica aquellos talleres con mayor potencial de exportación y se apadrinará en los procesos al artesano (como por ejemplo boleto de avión, rueda de negocios, etc.)</p>	<p>CDMYPE es una institución que ofrece capacitar a las personas naturales y jurídicas, pero no ayuda económicamente. CDMYPE es una dependencia de CONAMYPE y en conjunto, le ofrecen a los artesanos que tienen mayor potencial en producción, boletos de avión, ruedas comerciales entre otros.</p>	<p>PROESA no facilita fondos, la institución facilita programas, ferias, etc. FONDEPRO sí es una institución que brinda fondos a los exportadores a través de diferentes programas también, como, por ejemplo: hasta 70% de lo que pudiese costar una maquinaria, o hasta un 80% para cubrir los gastos en boletos aéreos y viáticos para participar en alguna feria. BANDESAL, que es la Banca para el Desarrollo, brinda créditos a tasas de intereses más bajas, y programas de pago a plazos o períodos de gracia para pagar la primera cuota.</p>	<p>COEXPORT no es una institución que apoye con financiamiento a las Microempresas. Si bien es cierto es una gremial sin fines de lucro que brinda apoyo a las empresas en actividades, proyectos, asistencias y acuerdos que les permitan tener éxito en los mercados internacionales.</p>	<p>El Ministerio de Economía es quien se encarga a través de sus instituciones centralizadas y descentralizadas a facilitar fondos o financiamiento para incentivar proyectos de exportación</p>
<p>7. ¿Cuáles son los requisitos para aplicar a dichos programas?</p>			<p>Principalmente presentar un buen proyecto, sustentado y que sea rentable</p>		

<p>8. En el caso de las artesanías de madera, ¿existe alguna normativa o requisito que deba cumplir el producto para su aceptación en el exterior?</p>	<p>N/A</p>	<p>N/A</p>	<p>Exportar artesanías es fácil porque es un producto que no tiene vencimiento, sin embargo, debe tenerse cuidado con el plomo, ya que algunas artesanías hacen uso de metales.</p>	<p>El Ministerio de Agricultura y ganadería brinda un permiso para los talleres artesanales que necesitan madera como materia prima. Y para la exportación el producto debe de cumplir ciertos parámetros, ejemplo no debe contener plomo o cualquier otro metal que puede poner en riesgo las vidas de las personas.</p>	<p>A través del Ministerio de Agricultura y Ganadería se emiten los certificados CITES y permisos No CITES, ya sea para exportar, importar o reexportar, en el caso de las artesanías el requisito que deben cumplir es tener un permiso No CITES el cual confirme que la madera que se está utilizando para la fabricación de dichas piezas de artesanías no son especies amenazadas.</p>
<p>9. Para una microempresa, ¿Cuál sería la mejor forma para distribuir artesanías?</p>	<p>N/A</p>	<p>N/A</p>	<p>A través de un distribuidor, que tenga acceso a diferentes tiendas especializadas, supermercados, quien a cambio de una comisión del porcentaje de las ventas se encargue de que los productos se estén promoviendo, calidad, etc. A través del sitio web pudiese llegar directamente al consumidor final.</p>	<p>Por medio de un distribuidor que tenga acceso o contacto con otras tiendas. Y a través de páginas web se dar a conocer los productos y se pueden llegar hasta el consumidor final.</p>	<p>El Banco Central no posee competencia sobre este tema, se recomienda consultar con el Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones en El Salvador-PROESA</p>
<p>10. ¿Cuál es el mejor medio de transporte para exportar artesanías?</p>	<p>N/A</p>	<p>N/A</p>	<p>El barco es un medio de transporte barato, en el caso de artesanías el producto se moviliza en contenedores consolidados y también depende del volumen que se desee exportar, por ejemplo, en un barco se pueden enviar 42,000 libras., por \$3,000.00. El tiempo de entrega hacia Estados Unidos oscila entre 7 a 10 días.</p>	<p>Las artesanías de madera se pueden enviar a través de barco o de avión, cada una de estas dos opciones tiene ventajas y desventajas, el barco es más barato, pero se tarda más tiempo en llegar la mercadería al lugar de destino, en avión se llega más rápido pero el costo del envío es más alto.</p>	<p>El Banco Central no posee competencia sobre este tema, se recomienda consultar con el Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones en El Salvador-PROESA</p>



## ANEXO II- 10 TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SALVADOREÑOS RESIDIENDO EN EL EXTERIOR.

### I. DATOS GENERALES CONSUMIDORES:

#### PREGUNTA N° 1:

¿Cuál es su género?

#### OBJETIVO:

Conocer el porcentaje de población en relación al género de los consumidores encuestados.

Población objetivo en relación a su género		
Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	72	48.00%
Masculino	78	52.00%
TOTAL	150	100%



#### INTERPRETACIÓN:

Pese a que existe una pequeña diferencia entre ambos porcentajes, se puede decir que el nivel de participación en la encuesta fue equitativo entre ambos géneros y se podrán conocer los gustos y preferencias de ambas partes.

**PREGUNTA N° 2:**

¿Cuál es su edad?

**OBJETIVO:**

Conocer el perfil y el comportamiento del consumidor potencial en relación a su edad.

Población objetivo en relación a su edad		
Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 30 años.	37	24.7%
31 a 42 años.	63	42.0%
43 a 54 años.	30	20.0%
Más de 55 años.	20	13.3%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>



**INTERPRETACIÓN:**

La mayor parte de la población objetivo se encuentra en el rango de edad entre los 31 a 42 años, económicamente activa que manejan sus hábitos de consumo, internet y telecomunicaciones, aquí también se incluyen las personas mayores de 43 años que buscan productos nostálgicos o religiosos.

**PREGUNTA N° 3:**

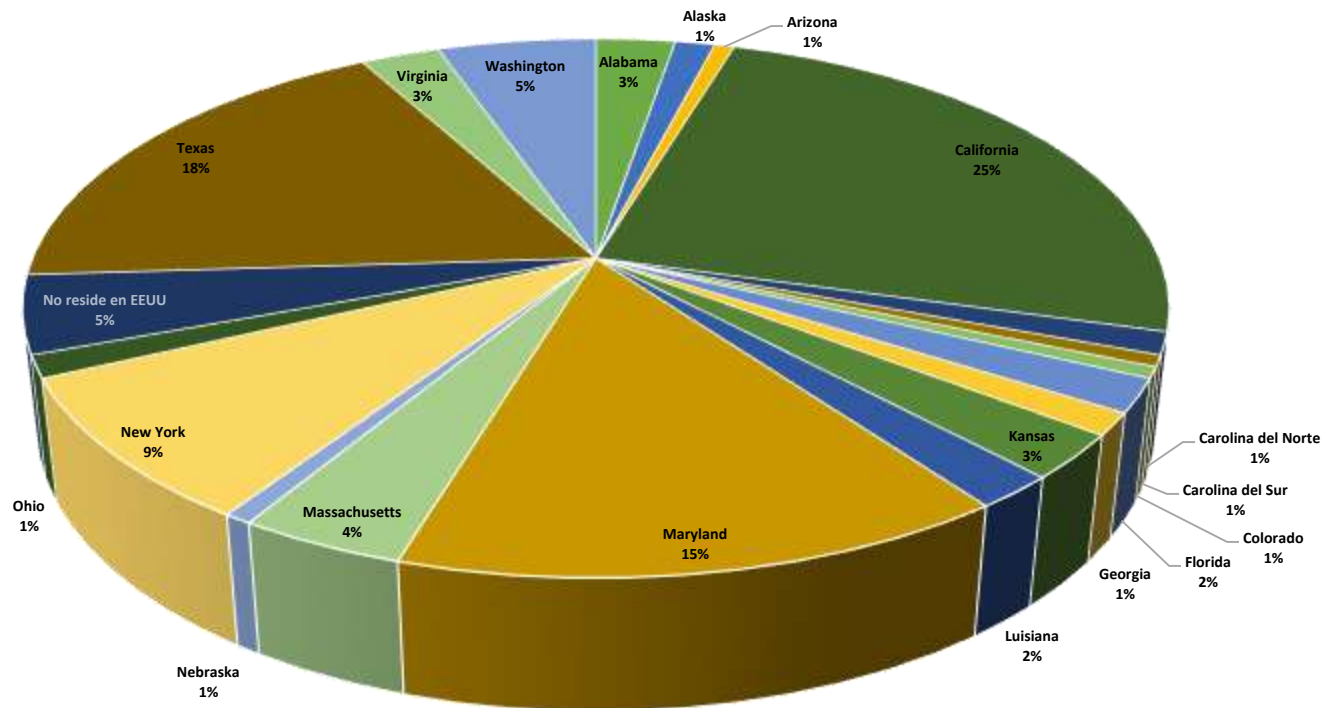
¿En cuál de los 50 Estados o Ciudad de Estados Unidos de América reside actualmente?

**OBJETIVO:**

Identificar los Estados con mayor porcentaje de residentes salvadoreños en Estados Unidos.

<b>Población objetivo y su distribución por Estados</b>		
<b>Estados</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Alabama</b>	4	2.7%
<b>Alaska</b>	2	1.3%
<b>Arizona</b>	1	0.7%
<b>California</b>	37	24.7%
<b>Carolina del Norte</b>	2	1.3%
<b>Carolina del Sur</b>	1	0.7%
<b>Colorado</b>	1	0.7%
<b>Florida</b>	3	2.0%
<b>Georgia</b>	2	1.3%
<b>Kansas</b>	4	2.7%
<b>Luisiana</b>	3	2.0%
<b>Maryland</b>	22	14.7%
<b>Massachusetts</b>	6	4.0%
<b>Nebraska</b>	1	0.7%
<b>New York</b>	13	8.7%
<b>Ohio</b>	2	1.3%
<b>No reside en Estados Unidos</b>	7	4.7%
<b>Texas</b>	27	18.0%
<b>Virginia</b>	4	2.7%
<b>Washington</b>	8	5.3%
<b>TOTAL</b>	150	100%

## Población objetivo y su distribución por Estados



### INTERPRETACIÓN:

Entre los Estados con mayor porcentaje de salvadoreños residiendo en ellos destacaron: California (Los Ángeles), Texas (Houston), Maryland, New York y Washington, siendo estos los Estados más representativos y con una mayor demanda entre los cuales podrían comercializarse las artesanías de madera.

## II. ASPECTOS ESPECÍFICOS (OFERTA Y DEMANDA)

### PREGUNTA N° 4:

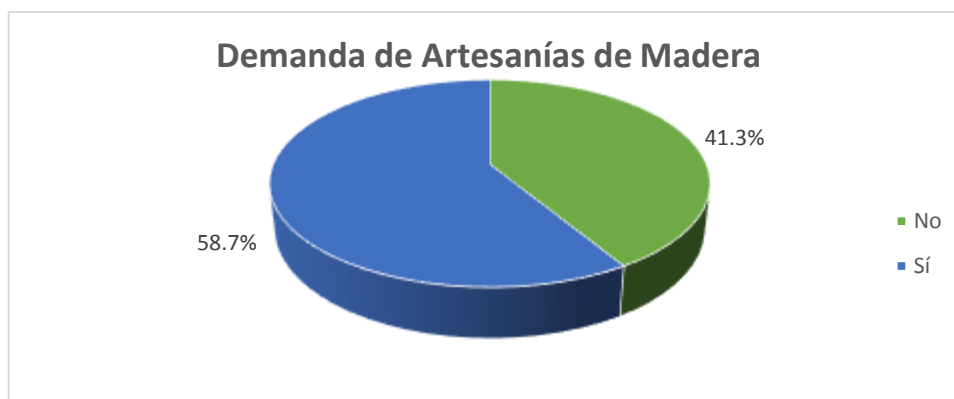
¿Ha comprado artesanías de madera hechas en El Salvador anteriormente?

**Nota: Si su respuesta es “No”, pasa a la Sección III.**

### OBJETIVO:

Conocer la demanda actual de artesanías de madera en el exterior

Demanda de Artesanías de Madera		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
No	62	41.3%
Sí	88	58.7%
<b>TOTAL</b>	150	100%



### INTERPRETACIÓN:

En el mercado objetivo existe un importante porcentaje de salvadoreños que ya adquieren artesanías salvadoreñas en la actualidad, convirtiéndose en un mercado potencial para la comercialización de artesanías elaboradas en madera por parte de la microempresa “Artesanías El Sol”. Así mismo existe un mercado latente de aquellas personas que aún no adquieren artesanías o desconocen las piezas elaboradas en El Salvador, quienes con la promoción de los productos pueden formar parte de la demanda.

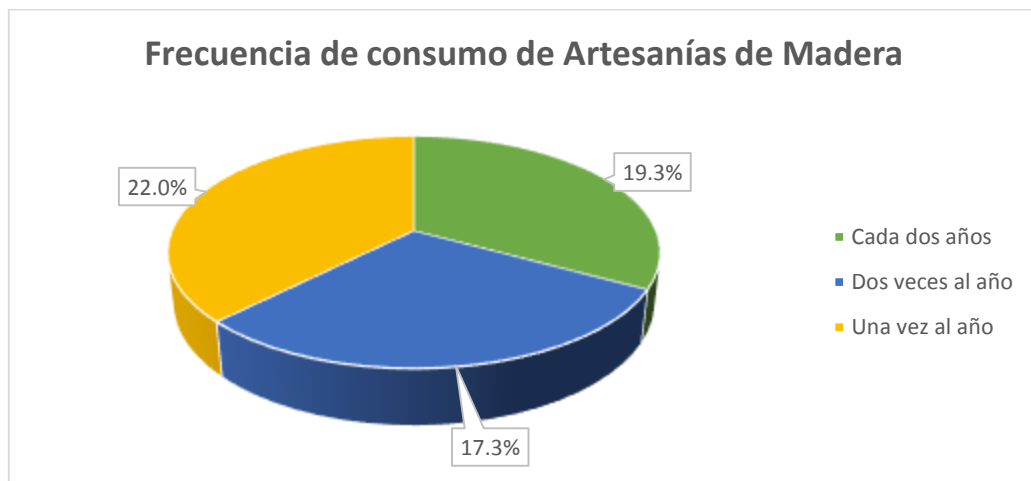
**PREGUNTA N° 5:**

¿Con qué frecuencia realiza este tipo de compras?

**OBJETIVO:**

Identificar la frecuencia con la que los consumidores adquieren artesanías en el exterior.

Frecuencia de consumo de Artesanías de Madera		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Cada dos años	29	19.3%
Dos veces al año	26	17.3%
Una vez al año	33	22.0%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>88</b>	<b>58.7%</b>



**INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo al segmento de la pregunta anterior (58.7%) que afirma comprar Artesanías de Madera. La frecuencia con la que actualmente la población objetivo está demandando piezas de artesanías oscila de una a dos veces durante el año, lo que significa que sí existe mercado potencial para la microempresa “Artesanías El Sol”.

**PREGUNTA N° 6:**

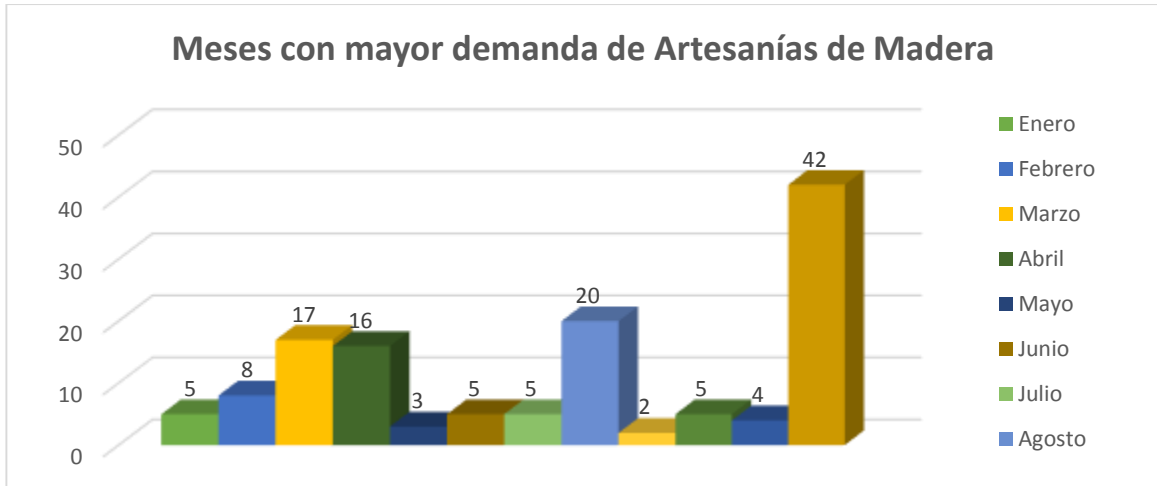
¿En qué meses del año generalmente ha efectuado las compras de artesanías?  
(Se permite marcar más de un mes).

**OBJETIVO:**

Conocer los meses con mayor demanda de artesanías de madera

<b>Meses con mayor demanda de Artesanías de Madera</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Enero</b>	5	3.33%
<b>Febrero</b>	8	5.33%
<b>Marzo</b>	17	11.33%
<b>Abril</b>	16	10.67%
<b>Mayo</b>	3	2.00%
<b>Junio</b>	5	3.33%
<b>Julio</b>	5	3.33%
<b>Agosto</b>	20	13.33%
<b>Septiembre</b>	2	1.33%
<b>Octubre</b>	5	3.33%
<b>Noviembre</b>	4	2.67%
<b>Diciembre</b>	42	28.00%
<b>TOTAL (n=150)</b>	132	

**Muestra ocasional**



**INTERPRETACIÓN:**

Del segmento que afirmo comprar Artesanías de Madera (Pregunta No. 4), Los meses en que se adquirió más productos fue en: Diciembre, agosto, marzo y abril. Meses que coinciden con los periodos vacacionales en El Salvador en los cuales muchos compatriotas salvadoreños aprovechan de viajar, visitar a sus familiares y amigos. Por tanto, la microempresa “Artesanías El Sol” deberá aprovechar la oportunidad y establecer estrategias de abastecimiento y comercializar para sus productos en estos meses donde incrementa la demanda.



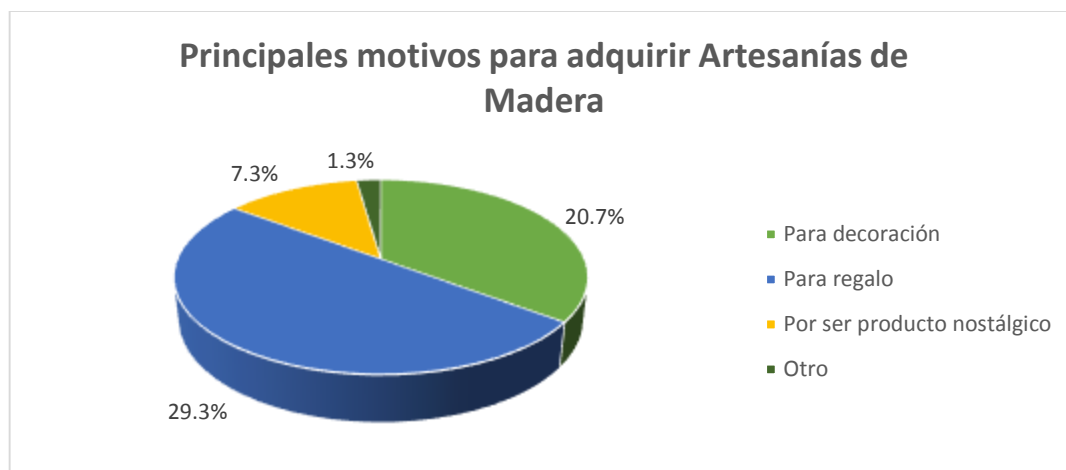
### PREGUNTA N° 7:

¿Cuál es motivo por el cual compra artesanías de madera salvadoreñas?

### OBJETIVO:

Identificar las principales fuentes de motivación para la adquisición de artesanías de madera salvadoreñas.

Principales motivos para adquirir Artesanías de Madera		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Para decoración	31	20.7%
Para regalo	44	29.3%
Por ser producto nostálgico	11	7.3%
Otro	2	1.3%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>88</b>	<b>58.7%</b>



### INTERPRETACIÓN:

La principal fuente de motivación para adquirir de artesanías actualmente es para regalo, para compartir, y dar muestras de cariño a sus familiares y amigos, así como decorar sus hogares y la de ellos a través de los productos de Artesanías de Madera.

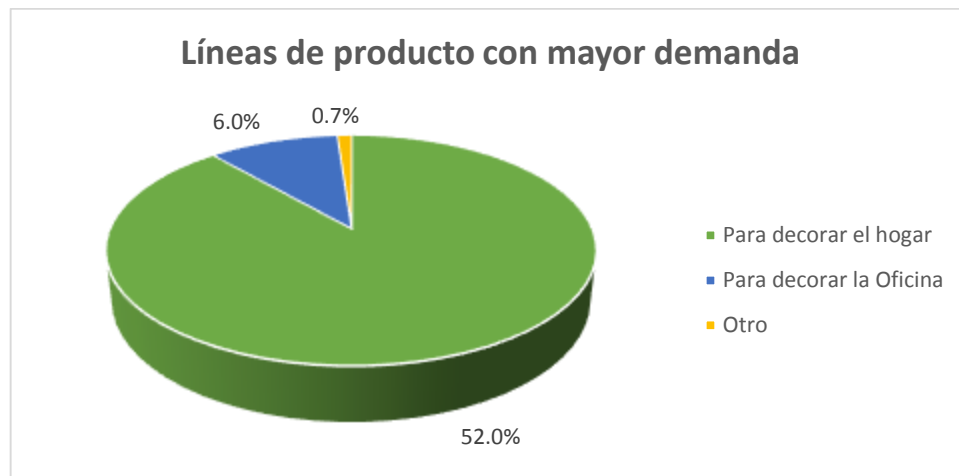
**PREGUNTA N° 8:**

¿Cuál es la línea de producto que adquiere con mayor frecuencia?

**OBJETIVO:**

Identificar la línea de producto con mayor demanda en el mercado exterior.

Líneas de producto con mayor demanda		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Para decorar el hogar	78	52.0%
Para decorar la oficina	9	6.0%
Otro	1	0.7%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>88</b>	<b>58.7%</b>



**INTERPRETACIÓN:**

La población objetivo se inclina más por la decoración para el hogar al momento de adquirir piezas de artesanías de madera salvadoreñas, sin embargo, la línea de productos para decorar la oficina también representa una línea de producto importante para diversificar el mercado y llegar a más consumidores.

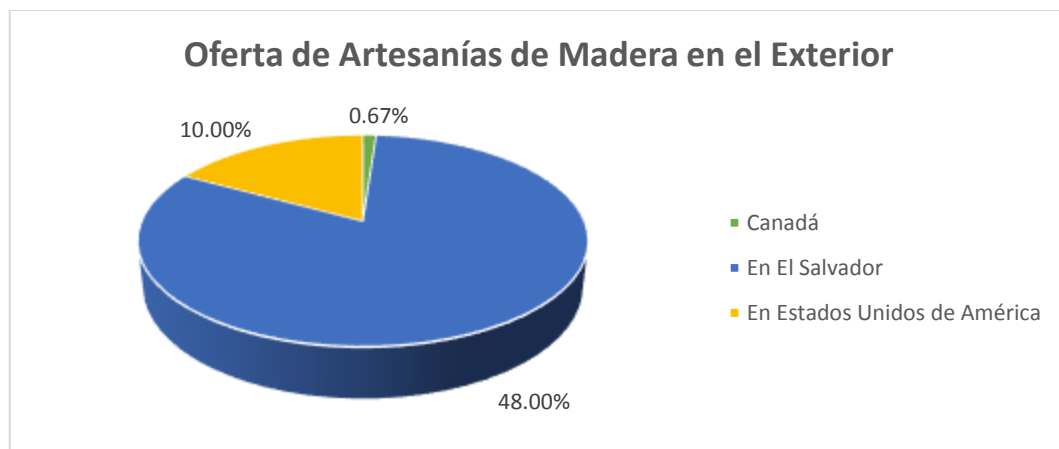
**PREGUNTA N° 9:**

La última compra de artesanías de madera que realizó, ¿desde qué lugar geográfico la efectuó?

**OBJETIVO:**

Conocer el comportamiento de compra del consumidor y la disponibilidad de artesanías de madera salvadoreñas en el mercado exterior.

Oferta de Artesanías de Madera en el Exterior		
	Frecuencia	Porcentaje
Canadá	1	0.67%
El Salvador	72	48.0%
Estados Unidos	15	10.0%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>88</b>	<b>58.7%</b>



**INTERPRETACIÓN:**

Actualmente en el mercado objetivo existe muy poca oferta de artesanías salvadoreñas, ya que la población está realizando sus compras directamente en El Salvador, convirtiéndose esto en una oportunidad para la microempresa “Artesanías El Sol” de incursionar en el mercador exterior.

**PREGUNTA N° 10:**

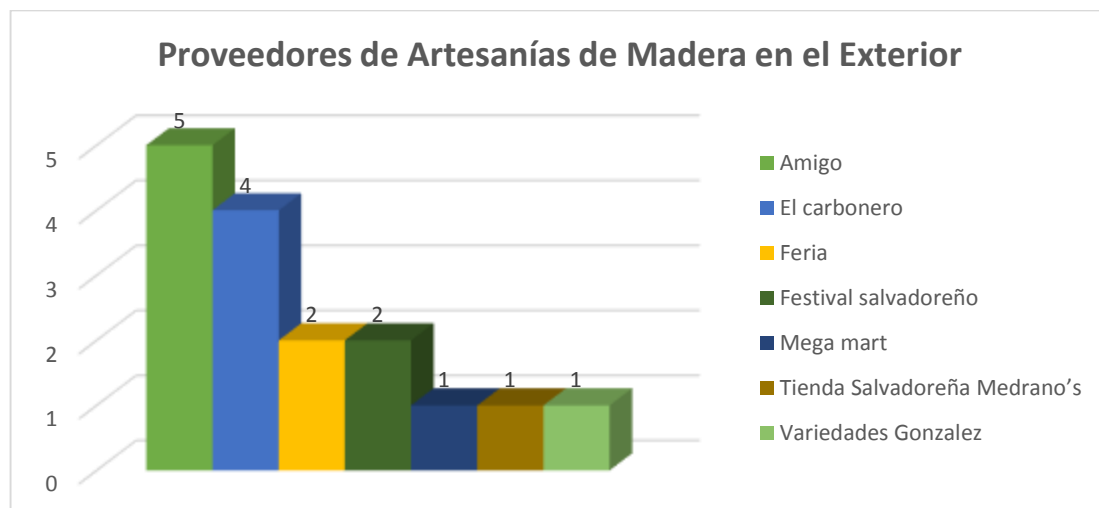
Si su respuesta anterior fue Estados Unidos, ¿Quién es su proveedor actualmente?  
(Empresa o persona natural).

**OBJETIVO:**

Conocer la oferta en el mercado exterior de artesanías de madera salvadoreñas.

Proveedores de Artesanías de Madera en el Exterior		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
A través de un amigo	5	3.33%
El carbonero	4	2.67%
Feria	2	1.33%
Festival salvadoreño	2	1.33%
Mega Mart	1	0.67%
Tienda Salvadoreña Médrano's	1	0.67%
Variedades González	1	0.67%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>16</b>	

**Muestra ocasional**



**INTERPRETACIÓN:**

Dada la poca oferta de artesanías salvadoreñas en establecimientos o tiendas dedicadas a la comercialización de estos productos como El Carbonero, por ejemplo, existen otro medio por los cuales se distribuye este tipo de productos nostálgicos: las ferias y festivales entre la comunidad salvadoreña son puntos de venta estratégicos para la compra venta de artesanías, así como también las personas, amigos o familiares que realizan encomiendas y viajan constantemente para llevar encargos, será necesaria la implementación de estrategias de comercialización y fidelización para la atracción de la población objetivo.

Todo esto representa a la competencia a la que estaría enfrentándose la microempresa "Artesanías El Sol" para introducirse al mercado estadounidense. Por otra parte se considera una oportunidad de negocios para que Artesanías El Sol se convierta en un proveedor de mercadería a las tiendas ya establecidas.

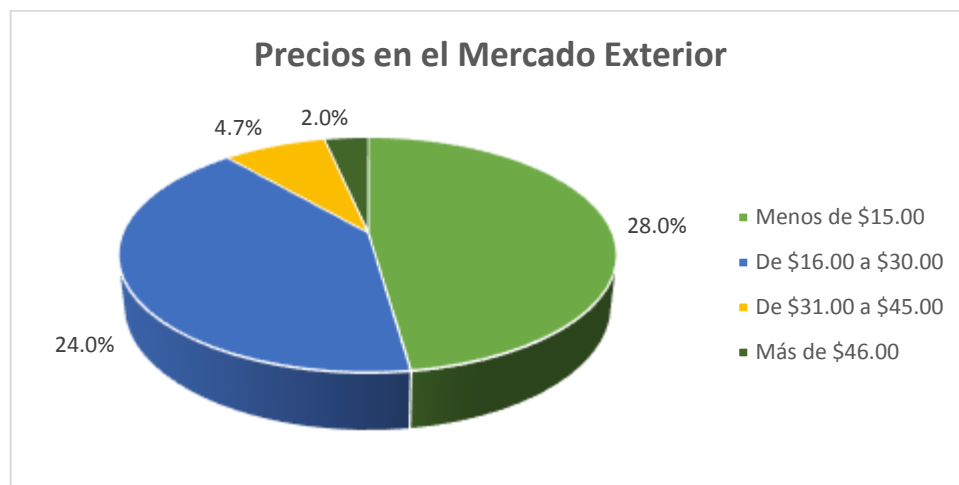
**PREGUNTA N° 11:**

¿A qué precio compra actualmente las artesanías de madera que consume?

**OBJETIVO:**

Conocer los precios que se manejan actualmente en el exterior.

Precios en el Mercado Exterior		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
<b>Menos de \$15.00</b>	42	28.0%
<b>De \$16.00 a \$30.00</b>	36	24.0%
<b>De \$31.00 a \$45.00</b>	7	4.7%
<b>Más de \$46.00</b>	3	2.0%
<b>TOTAL (n=150)</b>	88	58.7%



**INTERPRETACIÓN:**

El mercado objetivo adquiere artesanías a un valor de \$15.00 o menos, cabe destacar que dada la poca oferta en Estados Unidos la mayoría de la población está comprando este producto en El Salvador directamente, este resultado brinda información relevante para estimar los precios de las Artesanías de Madera.

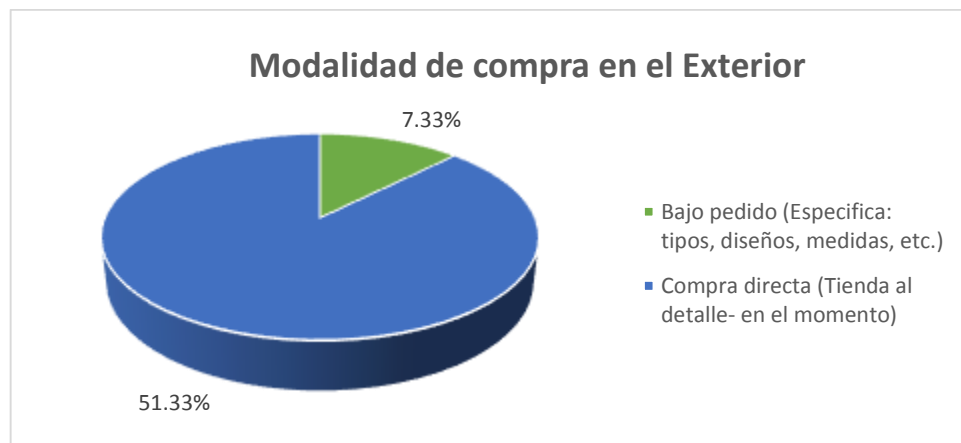
**PREGUNTA N° 12:**

¿Cuál es la modalidad de compra que usted utiliza actualmente al momento de adquirir artesanías de madera?

**OBJETIVO:**

Conocer la modalidad que se utiliza actualmente para la venta de artesanías de madera salvadoreñas.

Modalidad de compra en el Exterior		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Bajo pedido (Especifica: tipos, diseños, medidas, etc.)	11	7.33%
Compra directa (Tienda al detalle- en el momento)	77	51.33%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>88</b>	<b>58.7%</b>



**INTERPRETACIÓN:**

La mayor parte de la población objetivo prefiere realizar sus compras de manera directa en una tienda, donde los productos ya se encuentren terminados, lo que indica que "Artesanías el Sol" deberá considerar un inventario acorde a la demanda y ofrecer variedad de productos a sus clientes potenciales directos.

### PREGUNTA N° 13:

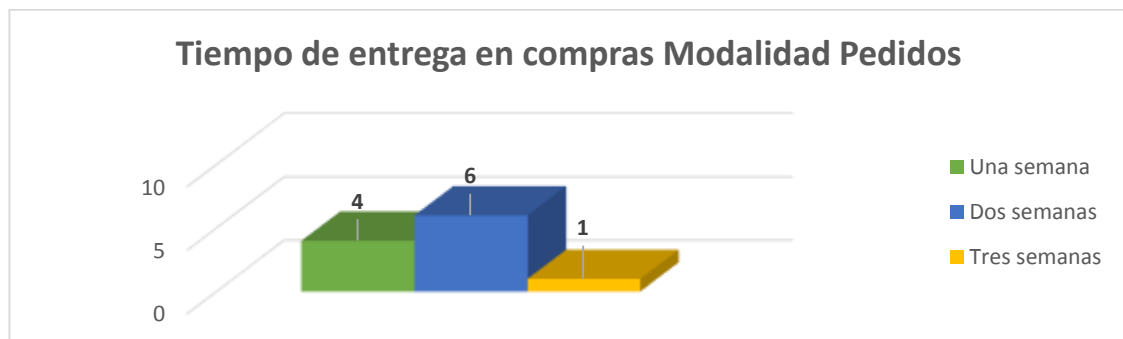
En caso que su compra sea bajo pedido ¿Con cuánto tiempo de anticipación debe realizar el pedido a su proveedor de artesanías de madera salvadoreñas?

### OBJETIVO:

Identificar la eficiencia en la modalidad bajo pedido que el proveedor ofrece.

Tiempo de entrega en compras Modalidad Pedidos		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Una semana	4	2.7%
Dos semanas	6	4.0%
Tres semanas	1	0.7%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>11</b>	

### Muestra ocasional



### INTERPRETACIÓN:

Actualmente en el mercado objetivo, el tiempo de entrega de los productos adquiridos bajo pedidos es de dos semanas, esto quiere decir que, si “Artesanías El Sol” desea competir en el mercado exterior y satisfacer a sus clientes será necesario igualar o mejorar dicho tiempo de entrega, siempre encontrando un punto de equilibrio entre costo y beneficio.



**PREGUNTA N° 14:**

¿Son oportunos los períodos de entrega de su proveedor de artesanías de madera salvadoreñas?

**OBJETIVO:**

Identificar la eficacia del proveedor en relación al cumplimiento de los tiempos de entrega.

Eficacia en el Cumplimiento de los Tiempos de Entrega		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Sí	13	8.7%
No	0	0%
<b>TOTAL (n=150)</b>	13	

**Muestra ocasional**



**INTERPRETACIÓN:**

Las personas que representan el 8.7% de la muestra ocasional (Pregunta No. 12), consideran que los tiempos ofrecidos actualmente en el mercado objetivo son aceptables en relación a la puntualidad con la que es realizada la entrega de los productos incluso en aquellos casos en los que deben esperar hasta tres semanas para recibirlos. Por tanto el cumplimiento de los tiempos de entrega de los pedidos en el mercado objetivo son factores importantes que la microempresa debe considerar para la satisfacción de sus potenciales clientes.

### III. ASPECTOS ESPECÍFICOS (MEZCLA DE MERCADEO)

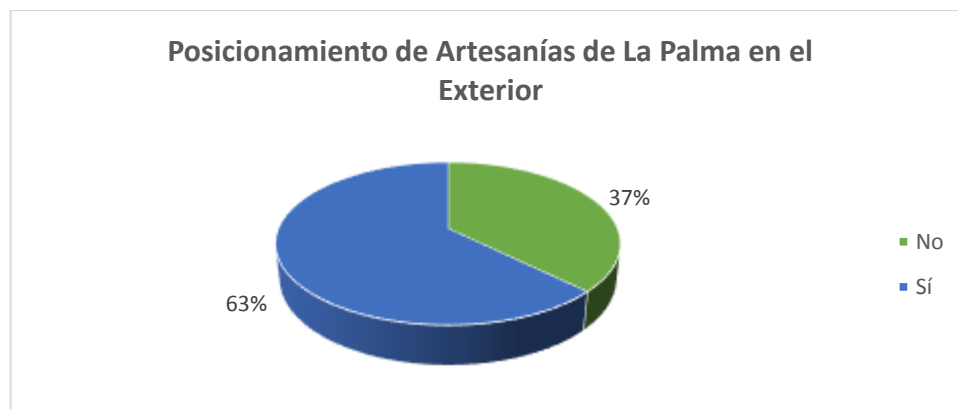
#### PREGUNTA N° 15:

¿Conoce las artesanías elaboradas en madera provenientes del Municipio de La Palma en el Departamento de Chalatenango en El Salvador?

#### OBJETIVO:

Conocer el alcance, identificación y aceptación de este tipo de artesanías y su procedencia.

Posicionamiento de Artesanías de La Palma en el Exterior		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
No	56	37.0%
Sí	94	63.0%
<b>TOTAL (n=150)</b>	150	100%



#### INTERPRETACIÓN:

Las artesanías salvadoreñas elaboradas en madera provenientes de La Palma, Departamento de Chalatenango tienen buena aceptación en el mercado objetivo, ya que existe un buen porcentaje que conoce el producto, sin embargo, la microempresa debe considerar estrategias de promoción y comercialización para obtener un mayor alcance, llegando e incentivando a aquellas personas que aún desconocen el producto.

**PREGUNTA N° 16:**

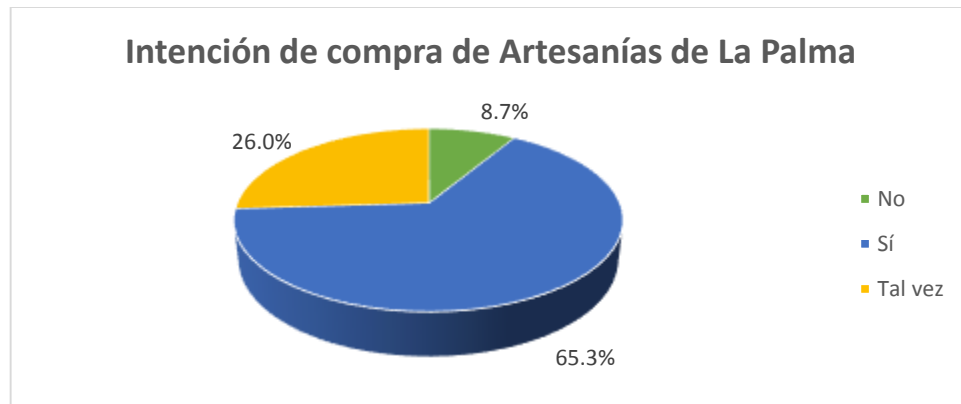
¿Estaría Ud. dispuesto a comprar artesanías elaboradas en madera provenientes de La Palma?

**Nota: Si la respuesta es “No”, finaliza la encuesta.**

**OBJETIVO:**

Conocer la aceptación y demanda de las artesanías de madera que ofrece Artesanías El Sol.

Intención de compra de Artesanías de La Palma		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
No	13	8.7%
Sí	98	65.3%
Tal vez	39	26.0%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>



**INTERPRETACIÓN:**

En el mercado objetivo, existe una demanda de más del 90% que consideran comprar artesanías de madera provenientes de La Palma, Municipio del Departamento de Chalatenango tanto por aquellas personas que sí comprarían con seguridad estas piezas, como por aquellas personas que tal vez podrían hacerlo. Será necesario la implementación de estrategias para que adquieran los productos.

### PREGUNTA N° 17:

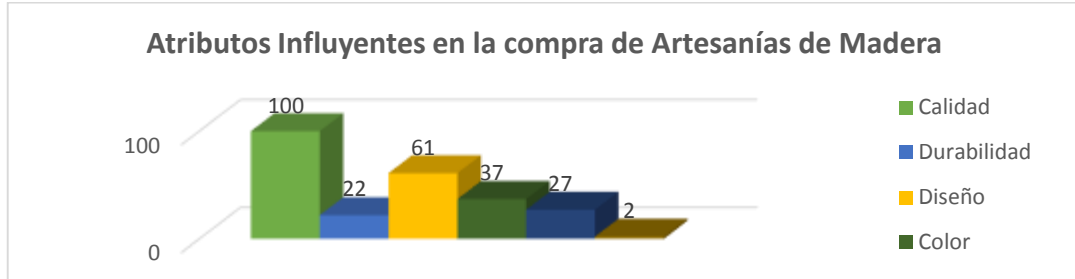
De las siguientes opciones, ¿Qué características considera más importantes al momento de adquirir su producto? (Puede seleccionar más de una característica).

### OBJETIVO

Conocer los principales atributos que demanda actualmente la población objetivo.

Atributos Influyentes en la compra de Artesanías de Madera		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	100	44.7%
Durabilidad	22	14.7%
Diseño	61	40.7%
Color	37	24.7%
Funcionalidad	27	18.0%
Otros	2	1.3%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>249</b>	

### Muestra ocasional



### INTERPRETACIÓN:

Pregunta quedó abierta para que los encuestados hicieran diferentes combinaciones de atributos los cuales consideran más importantes. Existen 3 características que para la población objetivo son indispensables al momento de adquirir piezas de artesanías de madera: calidad, diseño y color, lo que quiere decir que “Artesanías El Sol” deberá tomar muy en cuenta los controles de calidad e innovación en la elaboración de sus productos para competir en el exigente mercado exterior.

**PREGUNTA N° 18:**

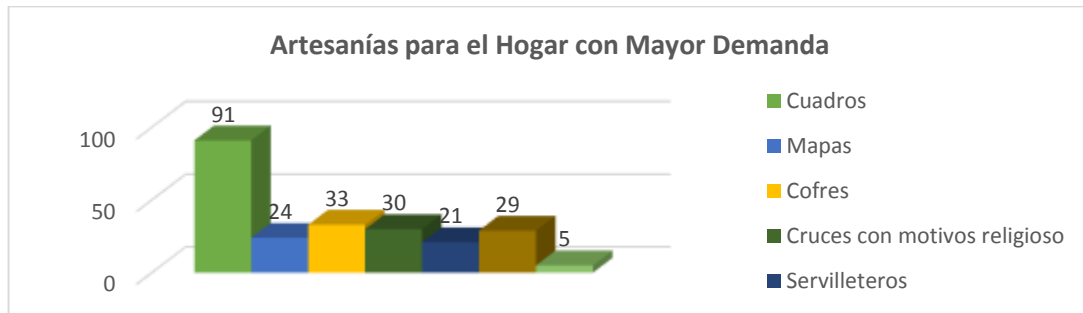
¿Qué tipo de artesanías para el hogar le gustaría adquirir? (Opción múltiple)

**OBJETIVO:**

Identificar el producto para el hogar con mayor preferencia entre los salvadoreños

Artesanías para el Hogar con mayor Demanda		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Cuadros	91	60.7%
Mapas	24	16.0%
Cofres	33	22.0%
Cruces con motivos religioso	30	20.0%
Servilleteros	21	14.0%
Espejos	29	19.3%
Otros	5	3.3%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>233</b>	

**Muestra ocasional**



**INTERPRETACIÓN:**

Pregunta quedo abierta para que el encuestado seleccionará diferentes productos. Dentro de los usos que la población objetivo brinda a las piezas de artesanías de madera destacan la utilización de las piezas como decoración para sus hogares, entre los artículos con mayor auge se pueden mencionar: cuadros, cofres, cruces, espejos, mapas y servilleteros en ese orden, resultados que marcan la tendencia sobre aquellas piezas de artesanías a considerar en la producción que tendrán mayor aceptación en el mercado exterior.

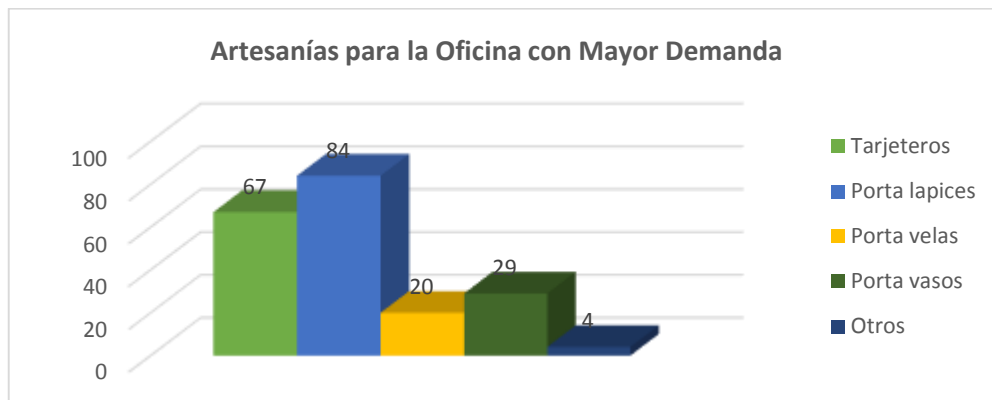
**PREGUNTA N° 19:** ¿Qué tipo de artesanías para la oficina le gustaría adquirir? (Opción múltiple)

**OBJETIVO:**

Identificar el producto para la oficina con mayor preferencia entre los salvadoreños

Artesanías para la oficina con mayor Demanda		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Tarjeteros	67	44.67%
Porta lápices	84	56.00%
Porta velas	20	13.33%
Porta vasos	29	19.33%
Otros	4	2.67%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>204</b>	

**Muestra ocasional**



**INTERPRETACIÓN:**

Al igual que la pregunta No. 18, deberán ser considerados en la producción para competir en el mercado exterior, aquellas piezas de artesanías que sean utilizadas para la decoración de una oficina; entre las piezas más destacadas se pueden mencionar: portalápices, tarjeteros, portavaso y porta velas en ese orden.

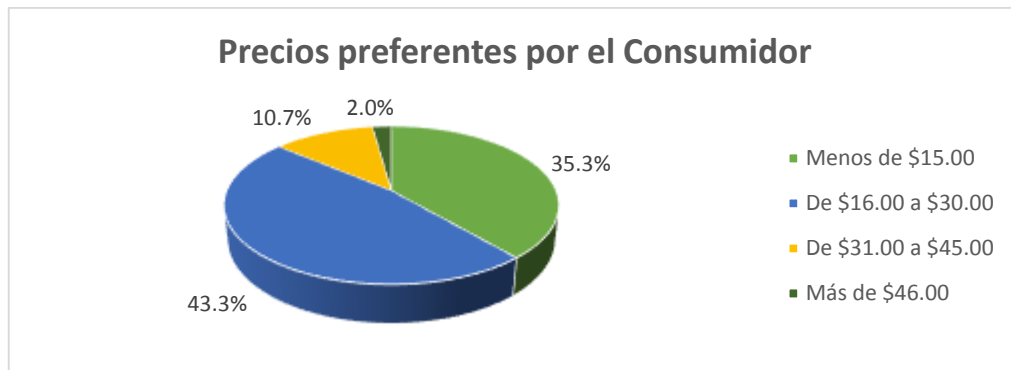
**PREGUNTA N° 20:**

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una pieza de artesanía elaborada en madera proveniente de La Palma?

**OBJETIVO:**

Conocer el precio que la población objetivo estaría dispuesta a pagar por el producto ofertado.

Precios preferentes por el Consumidor		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$15.00	53	35.3%
De \$16.00 a \$30.00	65	43.3%
De \$31.00 a \$45.00	16	10.7%
Más de \$46.00	3	2.0%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>137</b>	<b>91.3%</b>



**INTERPRETACIÓN:**

De acuerdo al segmento de población de la pregunta No. 16, que tiene una intención de compra afirmativa. El mercado objetivo estaría dispuesto a adquirir Artesanías de Madera a \$15.00 o menos por una pieza, la gráfica nos indica que un 43.3% de la muestra están dispuestos a pagar hasta \$30.00 máximo por una pieza, situación que la microempresa "Artesanías El Sol" deberá considerar al momento de determinar sus costos y establecer sus precios, adicional este último deberá ser compensado con la calidad e innovación que el producto ofrezca.

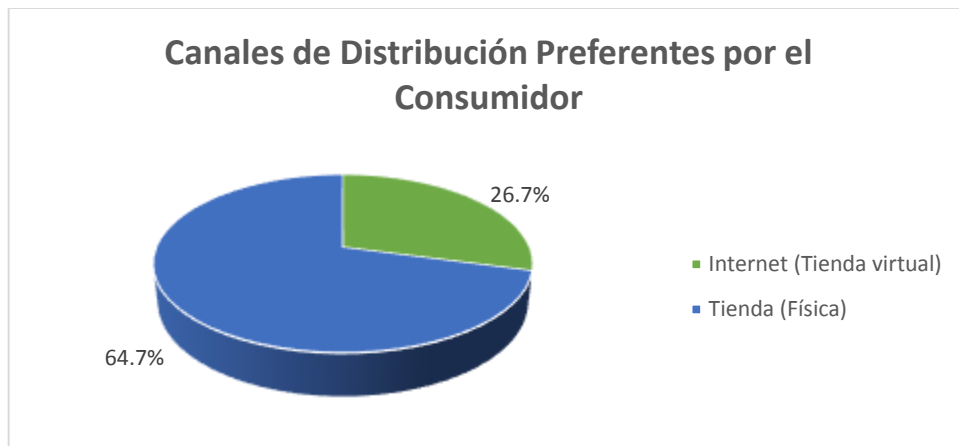
**PREGUNTA N° 21:**

¿Qué medio le resultaría más cómodo para realizar una compra?

**OBJETIVO:**

Identificar los medios óptimos para la distribución del producto.

Canales de Distribución Preferentes por el Consumidor		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Internet (Tienda virtual)	40	26.7%
Tienda (Física)	97	64.7%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>137</b>	<b>91.33%</b>



**INTERPRETACIÓN:**

Actualmente y a pesar de encontrarse el mundo en una era digital, la mayor parte de la población objetivo prefiere acercarse a un establecimiento a realizar sus compras de la manera tradicional, presencialmente, viendo y palmando el producto que adquirirá, por tanto, deberán ser consideradas ambas formas (presencial y virtual) para la comercialización y distribución de las piezas de artesanías en el mercado exterior. Se deberán de colocar todas las especificaciones técnicas, peso, dimensiones y colores, para facilitar la elección de productos que se ofrezcan en las plataformas virtuales como lo son las redes sociales y la página web.



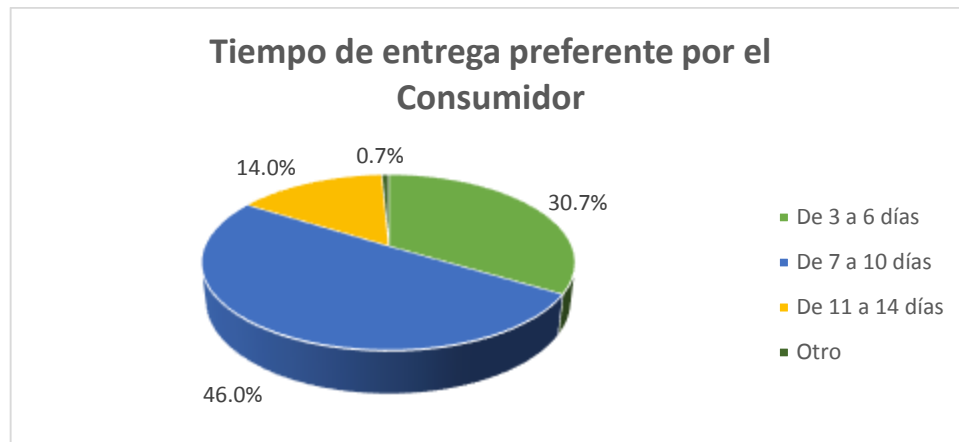
### PREGUNTA N° 22:

¿Cuál es el tiempo que usted considera razonable para que el proveedor le entregue el producto solicitado?

### OBJETIVO

Identificar el tiempo máximo de espera aceptable para recibir el producto por parte del cliente potencial.

Tiempo de entrega preferente por el Consumidor		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
De 3 a 6 días	46	30.7%
De 7 a 10 días	69	46.0%
De 11 a 14 días	21	14.0%
Otro	1	0.7%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>137</b>	<b>91.3%</b>



### INTERPRETACIÓN:

Para la mayor parte de la población objetivo 10 días o menos es un tiempo considerablemente aceptable para recibir su pedido en Estados Unidos, desde El Salvador, se propone utilizar un medio transporte adecuado para realizar el envío a bajos costos y en el menor tiempo posible para satisfacer a los clientes potenciales.

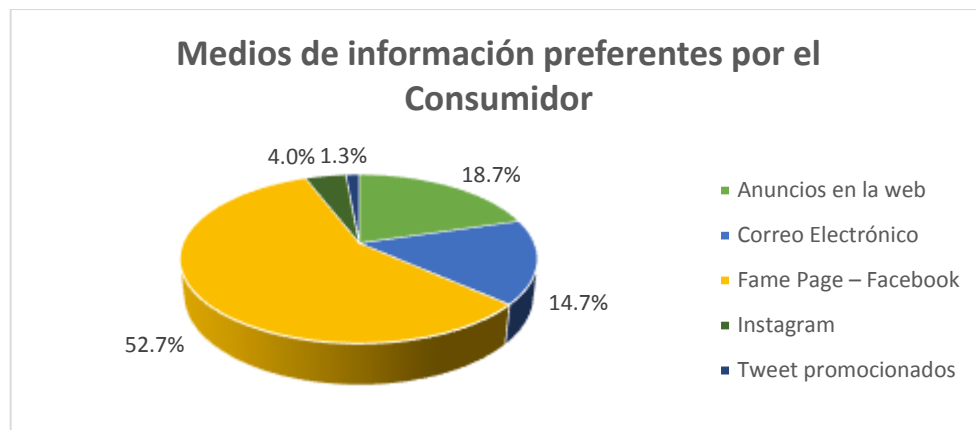
**PREGUNTA N° 23:**

¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

**OBJETIVO:**

Crear fidelidad sobre la marca y dar a conocer nuevos productos.

Medios de información preferentes por el Consumidor		
Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Anuncios en la web	28	18.7%
Correo Electrónico	22	14.7%
Facebook	79	52.7%
Instagram	6	4.0%
Twitter	2	1.3%
<b>TOTAL (n=150)</b>	<b>137</b>	<b>91.3%</b>



**INTERPRETACIÓN:**

La red social más utilizada entre la población objetivo es Facebook y más de la mitad de los encuestados esperan encontrar información acerca de los productos y las promociones que la microempresa ofrece en dicha plataforma, entre otros medios electrónicos, para ello será necesaria la creación de estrategias de comercialización que incluyen estos medios digitales para la difusión de promocionales.

## ANEXO III- 1 PASOS PARA COTIZAR ENVÍO DE MERCADERÍA EN DHL

A continuación se detallan los pasos, con un ejemplo para obtener cotización en el sitio oficial de DHL:

- Ingresar al sitio web de DHL, a través de la siguiente dirección:  
<https://www.logistics.dhl/sv-es/home/obtenga-una-cotizacion.html>

### Sitio web de DHL para obtener una cotización



The screenshot shows the DHL website's quote request interface. At the top, there is a yellow navigation bar with the DHL logo and various menu items. The main heading is "OBTENGA UNA COTIZACIÓN" in red. Below this, there is a sub-heading "Estoy Enviando ..." and two selection options: "Paquetes o Documentos" and "Carga Pallet Más de 20 kg". Below that, there is another sub-heading "Soy un ..." and two selection options: "Cliente Comercial" and "Cliente Particular". At the bottom, there is a section titled "Socio Oficial de Logística" with several partner logos.

Fuente: <https://www.logistics.dhl/sv-es/home/obtenga-una-cotizacion.html>

- Seleccionar el tipo carga a enviar:
- Identificarse como cliente comercial, por el tipo de carga a enviar: cliente comercial o particular.
- Seleccionar el tipo de transporte para, "Artesanías El Sol": Transporte aéreo.
- Elegir tipo de envío: Envío Único (Un origen y un destino).
- Tipo de embalaje: pallets, cajas sueltas y otros.

- Para el caso se está realizando un envío de 20 cuadros de madera con paisajes pintados (Astillas de madera), especificar: cantidad de cuadros, con un peso individual de 2.3 lb o su equivalente en kilos y dimensiones de 55 cm x 25 cm x 2 cm de espesor.
- Origen del embarque: País (El Salvador), código postal, dirección de Artesanías El Sol, Local No. 4, pasaje García, Barrio San Antonio Chalatenango.
- Destino del embarque: World Way, Los Ángeles, California, CA 90045, United States.
- Términos de envío: seleccionar INCOTERM: Aeropuerto ->Aeropuerto; DAT: Entrega en Terminal.
- Detallar especificaciones del producto: código arancelario- 44201000, Artesanías de madera (Cofres, Servilleteros, etc.).
- Necesitará ayuda en aduanas: si/no.

Para facilitar el envío se deberá realizar un Trámite Aduanal Anticipado: para que la exportación tenga un tránsito expedito en aduanas, se necesitara anticipadamente la siguiente información:

- Copia de Factura, con la descripción clara en español de cada producto de la misma.
- Razón social a quien se le efectuará el trámite.
- NIT

## ANEXO III- 2 REQUISITOS ADMINISTRATIVOS PARA EXPORTAR, REGISTRO DE MARCA Y DOCUMENTACIÓN.

### Guía de Trámites de exportación

#### Paso 1: Registro de exportador

“Para realizar cualquier operación de exportación, deberá inscribirse como exportador en el Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX), para lo cual debe llenar la solicitud de inscripción de exportador cumpliendo con la documentación necesaria para inscribirse como exportador.

#### Requisitos a presentar para registrarse como exportador en CIEX

SI ES EMPRESA:	SI ES PERSONA NATURAL:
<p>Original y fotocopia de:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Número de Identificación Tributaria (NIT), actualizado como importador (Deberá solicitar previamente el NIT de importador en el Ministerio de Hacienda en la oficina Nacional de Inversiones del Ministerio de Economía).</li><li>2. Carné de Contribuyente del IVA.</li><li>3. Escritura de Constitución de la empresa (deberá estar inscrita en el Centro Nacional de Registros).</li><li>4. Punto de Acta y/o Poder vigente de la representación legal de la empresa (si de acuerdo a la Escritura de Constitución esta vencida u otros).</li><li>5. Documento Único de Identidad (DUI), Carné de Residente o Pasaporte, del Representante Legal y de las personas que autorizarán las exportaciones en nombre de la empresa.</li><li>6. Resolución emitida por el Departamento Jurídico de la Dirección General de Aduanas, donde se autoriza como Despachante de Aduanas a la persona que firmará las Declaraciones de Mercancías y actuar ante las diferentes Aduanas del país.</li></ol>	<p>Original y fotocopia de:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Número de Identificación Tributaria (NIT), actualizado como importador (Deberá solicitar previamente el NIT de importador en el Ministerio de Hacienda en la oficina Nacional de Inversiones del Ministerio de Economía).</li><li>2. Carné de Contribuyente del IVA (si aplica).</li><li>3. Documento Único de Identidad (DUI), Carné de Residente o Pasaporte, del exportador y de las personas que autorizarán las exportaciones en nombre del exportador.</li><li>4. Resolución emitida por el Departamento Jurídico de la Dirección General de Aduanas, donde se autoriza como Despachante de Aduanas a la persona que firmará las Declaraciones de Mercancías y actuar ante las diferentes Aduanas del país.</li></ol>
<p>Nota:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>a. Los documentos originales serán devueltos inmediatamente después de haber sido confrontados con las respectivas fotocopias. Si alguno de los documentos no puede ser presentado en original, deberá estar notariado.</li><li>b. Las personas autorizadas en la Solicitud de Inscripción de Exportador, son las únicas que podrán autorizar vía internet las exportaciones y firmar las distintas operaciones de exportación, por esta razón, es importante notificar cuando dejan de laborar para la empresa o sean removidos de sus cargos.</li></ol> <p>*Deberá solicitar previamente el NIT de importador en el Ministerio de Hacienda en la oficina Nacional de Inversiones del Ministerio de Economía. Además, deberá estar inscrita en el Centro Nacional de Registros.</p>	

Fuente: Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX): [www.ciex.com](http://www.ciex.com)

## Número de Identidad Tributaria (NIT)

MINISTERIO DE HACIENDA DIRECCIÓN GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS NÚMERO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTES		DIRECCION DE CASA MATRIZ	
NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE		CATEGORIA DE CONTRIBUYENTE: OTRO	
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT)	Nº DE REGISTRO (NRC)	FIRMA DEL FUNCIONARIO AUTORIZADO LIC. HECTOR ANTONIO ORTIZ RUANO JEFE SEC. REGIST. DE CONTRIB. Y MAG. EXENTACIONES	
GRUPO O ACTIVIDAD ECONÓMICA PRIMARIA: ACTIVIDADES DE CONTABILIDAD, TENERCERIA DE LIBROS Y AUDITORIA; ASESORAMIENTO EN MATERIA DE IMPUESTOS SECUNDARIA: ACTIVIDADES DE CONSULTORIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL TERCIARIA:		ESTA TARJETA ACREDITA LA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE CONTRIBUYENTES DEL IMPUESTO A LA TRANSFERENCIA DE BIENES MUEBLES Y A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	
17210A020900 www.rica.gob.sv		17210A020900 www.rica.gob.sv	

## Número de Registro de Contribuyente (Carné de IVA)

MINISTERIO DE HACIENDA DIRECCIÓN GENERAL DE IMPUESTOS INTERNOS TARJETA DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA	
NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE	
Nº. DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT)	
FIRMA DEL FUNCIONARIO AUTORIZADO	
FECHA DE EXPIRACIÓN	



### Paso 2: Solicitud de inscripción

Posterior a inscribirse como exportador, CIEX remite por correo electrónico el usuario y clave de acceso para que autorice desde Internet las exportaciones a través del Sistema de Comercio Exterior (SICEX).

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

[www.centrexonline.com](http://www.centrexonline.com).

## Solicitud de inscripción

	Banco Central de Reserva de El Salvador		Alameda Juan Pablo II, entre 15 y 17 Av. Norte, San Salvador, El Salvador, C.A. Tels.: 2281-8085 al 91; 8538 Fax: 2281-8088 Correo electrónico: clexportaciones@bcr.gub.sv http://www.centrex.gob.sv ó www.centrexonline.com
<b>SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN</b>			
IMPORTADOR <input type="checkbox"/> EXPORTADOR <input type="checkbox"/> AMBOS <input type="checkbox"/>			
NIT (sin guiones)	<input style="width: 100%;" type="text"/>	CÓDIGO	<input style="width: 100%;" type="text"/>
NOMBRE SEGÚN NIT	<input style="width: 100%;" type="text"/>	Uso exclusivo del CIEX El Salvador	
INSCRIPCIÓN EN EL CENTRO NACIONAL DE REGISTROS (CNR) (si es persona jurídica)			
No.:	<input style="width: 100%;" type="text"/>	Libro:	<input style="width: 100%;" type="text"/>
Folio:	<input style="width: 100%;" type="text"/>	Fecha:	<input style="width: 100%;" type="text"/>
DIRECCION DEL EXPORTADOR / IMPORTADOR			
<input style="width: 100%;" type="text"/>		MUNICIPIO	DEPARTAMENTO
TELÉFONOS	FAX	SITIO WEB	CORREO ELECTRONICO
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>
NÚMERO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTE (NRC)	GIRO O ACTIVIDAD SEGÚN EL NRC	¿ES GRAN CONTRIBUYENTE?	
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
¿ES TASA 0% IVA?		ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>	
¿OPERA EN ZONA FRANCA?		¿OPERA EN DEPOSITO PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO (DPA)?	
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Nombre de la Zona Franca:		Acuerdo No.:	
<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Acuerdo No.:		Fecha:	
<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>	
No. De Empleados Remunerados:			
Hasta 10 Trabajadores <input type="checkbox"/> Hasta 50 Trabajadores <input type="checkbox"/> Hasta 100 Trabajadores <input type="checkbox"/> De 101 en Adelante <input type="checkbox"/>			
PERSONAS AUTORIZADAS PARA FIRMAR DOCUMENTOS Y/O AUTORIZAR EXPORTACIONES EN EL (SICEX)*			
NOMBRE	CARGO	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>
			FIRMA
			<input style="width: 100%;" type="text"/>
PERSONA DE CONTACTO			
Nombre:		PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN / IMPORTACIÓN	
<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Correo electrónico:		Teléfono:	
<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>	
DATOS DE IMPORTADOR - EXPORTADOR Ó R.L.		USO EXCLUSIVO DEL CIEX	
Nombre del Representate Legal:		Observaciones:	
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
Correo electrónico:			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
Bajo juramento declaro que los datos proporcionados son expresión fiel de la verdad, por lo que asumo la responsabilidad correspondiente.			
Firma del Representante Legal o Persona Natural, y sello de la empresa		Firma, fecha y sello de autorizado CIEX EL SALVADOR	
<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>	

\*Sistema Integrado de Comercio Exterior, a través del cual se autorizan las exportaciones por internet, disponible las 24 horas, los 365 días del año; para lo cual se creará clave de acceso y se remitirá al correo electrónico de cada usuario autorizado.

**Paso 3:** Si el producto a exportar está controlado por alguna institución, debe gestionar previamente la autorización respectiva. Para el caso de las artesanías de madera no se requiere autorización de otras instituciones, previo a tramites en CIEX El Salvador.

**Paso 4:** Para autorizar los documentos de exportación a través de SICEX es necesario realizar previamente los pagos de derechos de autorización de exportaciones, los cuales puede hacerlos electrónicamente o en oficinas de CIEX.

### **Pago electrónico.**

Para autorizar sus documentos de exportación es necesario que realice los pagos de Derechos de Autorización de Exportaciones del CIEX y del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el pago electrónico es la modalidad para realizar dichos pagos, utilizando los servicios electrónicos de la banca detallada a continuación:

- i. Para Banco Agrícola, en la opción Banca en línea empresarial y personas. Mayor información tel. 2521-4435 y 2521-4401.
- ii. Para Citibank El Salvador, en la opción Netbanking/Cuentas/Pagos/CENTREX Mayor información tels. 2212-3499, 2212-3527, 2212-3492 y 2212-2274.
- iii. Para el Banco de América Central (CREDOMATIC), en la opción Pago de servicios Mayor información tel. 2206-4691.
- iv. Para el Banco HSBC, en la opción Banca empresa plus Mayor información tel. 2214-2195.

El proceso para realizar el pago es el siguiente:

- El Exportador debe ingresa a cualquiera de los sitios web del banco del sistema financiero salvadoreño con el cual tenga cuenta corriente, de ahorro u otra modalidad de pago establecida por el banco participante; deberá digitar usuario y clave de banca electrónica e ingresar la siguiente información:
  - ✓ NIT del exportador
  - ✓ Código de división del exportador
  - ✓ Tipo de servicio a pagar
  - ✓ Monto a cancelar y



- ✓ Número de cuenta a debitar
- El Sistema bancario transfiere electrónicamente al BCR-CIEX la información del pago recibido.
- CIEX-BCR actualiza la base de datos del SICEX.
- El exportador autoriza las operaciones de exportación.
- CIEX envía por correo los comprobantes por los pagos recibidos.

**Paso 5:** Al momento de autorizar sus documentos de exportación y según el país de destino, CIEX emite:

- i. Declaración de Mercancías (DM), para las exportaciones hacia fuera de Centroamérica.
- ii. Certificados de origen según el destino de la exportación. Como se muestra a continuación:

#### **Certificado de origen de país**

TIPO DE CERTIFICADO	PAÍSES DE DESTINO
<b>TLC ESTADOS UNIDOS, REPÚBLICA DOMINICANA Y CENTROAMÉRICA *</b>	Estados Unidos, Puerto Rico, Islas Vírgenes de Estados Unidos, República Dominicana, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Costa Rica,
<b>*Se emiten vía electrónica mediante el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX).</b>	

Fuente: [www.ciex.com](http://www.ciex.com)

#### **Pasos para el llenado del certificado de origen:**

Este modelo de Certificación cumple los requerimientos de la autoridad aduanera y constituye un modelo sugerido. Esta certificación no será válida si presenta tachaduras, enmiendas o entrelíneas.

**Campo 1:** "Indique el nombre completo, la dirección (incluyendo el país) y el número de registro fiscal del exportador. El número del registro fiscal será en:

El Salvador: el Número de Identificación Tributaria (N.I.T.)

**Campo 2:** Llene este Campo si la Certificación ampara varios embarques de mercancías idénticas, tal como se describe en el Campo 5, que son importadas a los países Parte del Tratado dentro de un período no mayor de 12 meses (período que cubre). "De" es la fecha desde la cual la certificación será aplicable respecto de la mercancía amparada por la Certificación (puede ser previo a la fecha de la firma de esta certificación). "A" es la fecha en que expira el período que cubre la certificación. La importación de cualquiera de las mercancías amparadas por la certificación deberá efectuarse dentro de las fechas indicadas en este campo.

**Campo 3:** Si existe un solo productor, indique el nombre completo, la dirección (incluyendo el país) y el número de registro fiscal, como se señala en el Campo 1. Si en la Certificación se incluye más de un productor, indique "VARIOS" y adjunte una lista de todos los productores, incluyendo su nombre, dirección (incluyendo el país) y el número de registro fiscal, haciendo referencia a la mercancía o mercancías descritas en el Campo 5. Si desea que esta información sea confidencial, anote "DISPONIBLE A SOLICITUD DE LA AUTORIDAD COMPETENTE". Si el productor y el exportador son la misma persona, llene el campo anotando "IGUAL". Si el productor es desconocido, indique "DESCONOCIDO".

**Campo 4:** Indique el nombre completo, dirección (incluyendo el país) y el número de registro fiscal del importador, tal como se define en el Campo 1.

**Campo 5:** Proporcione una descripción completa de cada mercancía. La descripción deberá ser lo suficientemente detallada para relacionarla con la descripción de la mercancía contenida en la factura y en el Sistema Armonizado (SA). Si la Certificación ampara sólo un envío de una mercancía, incluya el número de la factura comercial. Si el número de factura es desconocido, indique otro número único de referencia, como el número de orden de embarque, el número de orden de compra o cualquier otro número que sea capaz de identificar las mercancías.

**Campo 6:** Para cada mercancía descrita en el Campo 5, identifique los seis dígitos correspondientes a la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado (SA). Si la

mercancía está sujeta a una regla específica de origen que requiera ocho o diez dígitos, identifíquela a este nivel de detalle utilizando la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado del país de importación.

**Campo 7:** Para cada mercancía descrita en el Campo 5, indique qué criterio (A, B1, B2 o C) es aplicable, seguido de la codificación descrita en la nota de este campo dependiendo de la preferencia del régimen que se está solicitando. Las reglas de origen se encuentran en el Capítulo 4, en el Anexo 4.1 (Reglas específicas de origen) del Tratado o en el Apéndice 3.3.6. Con el fin de acogerse al trato arancelario preferencial, cada mercancía debe cumplir con alguno de los siguientes criterios:

**Criterios para trato preferencial:**

**A:** La mercancía se obtiene en su totalidad o es producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes;

**B:** La mercancía es producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes y

(1) Cada uno de los materiales no originarios empleados en la producción de la mercancía sufre un cambio aplicable en la clasificación arancelaria.

(2) La mercancía por otra parte cumpla con el correspondiente valor de contenido regional u otro requisito.

y la mercancía cumple con los demás requisitos aplicables del capítulo 4 del Tratado;

**C:** La mercancía es producida enteramente en el territorio de una o más de las Partes, a partir exclusivamente de materiales originarios.

**Nota:** A cada criterio para trato Preferencial agregar la codificación siguiente:

**CAFTA:** Si se solicita el trato arancelario preferencial del régimen CAFTA.

**CA-RD:** Si se solicita el trato arancelario preferencial del régimen Centroamérica - República Dominicana.

**Campo 8:** Para cada mercancía descrita en el Campo 5 que aplique el criterio para trato arancelario preferencial B (2) del campo 7, indique el método utilizado para determinar el origen, según corresponda:

**VCR:** Valor de Contenido Regional, seguido por (1), (2) o (3):

**(1)** Método de reducción

**(2)** Método de aumento

**(3)** Costo Neto

**ACU:** Acumulación

**DM:** De Mínimos

**MF:** Mercancías fungibles

**JM:** Juegos de Mercancías

**Campo 9:** Para cada mercancía descrita en el Campo 5, indique "SI", si usted es el productor de la mercancía. Si usted no fuera el productor de la mercancía, indique "NO" seguido por (1) o (2), dependiendo de si la Certificación se basa en uno de los siguientes supuestos:

**(1)** Emitido sobre la base de una Certificación emitida por el exportador o productor;

**(2)** Conocimiento por parte del importador o exportador que la mercancía califica como originaria.

**Nota:** La emisión de la Certificación conforme al supuesto (2), no le exime de la obligación de comprobar que la mercancía califica como originaria.

**Campo 10:** Este campo deberá ser utilizado para indicar cualquier otra información referente a la comprobación del origen de la mercancía o mercancías, como, por ejemplo: la ruta del transporte, resoluciones anticipadas, facturación en un tercer país o si es una mercancía sujeta a un contingente (cuota), entre otros. En caso de mercancías acogidas al régimen de preferencias CA-RD descrito en el campo 7, el exportador o importador deberá indicar expresamente, si la mercancía ha sido producida bajo regímenes de Zona Franca o en los demás regímenes fiscales y aduaneros especiales.

**Campo 11:** Este Campo debe ser llenado, firmado y fechado por el emisor de la Certificación (importador, exportador o productor). La fecha debe ser aquella en que la Certificación haya sido llenada y firmada. En caso de haber utilizado la(s) hoja(s) anexa(s), ésta(s) también deberá(n) ser firmada(s) por el importador, exportador o productor, según corresponda.

## Formato de Certificado de Origen

Central America-Dominican Republic-United States Free Trade Agreement CERTIFICATION (Instructions on reverse)			Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y los Estados Unidos CERTIFICACIÓN (Instrucciones al reverso)		
1 Exporter's name, address and tax identification number: <b>Nombre, dirección y número de registro fiscal del exportador:</b>	2 Blanket period: <b>Período que cubre:</b>  From De      D    M    Y- A      To A      D    M    Y-A				
3. Producer's name, address and tax identification number: (If Known) <b>Nombre, dirección y número de registro fiscal del productor: (Si es conocido)</b>	4. Importer's name, address and tax identification number: <b>Nombre, dirección y número de registro fiscal del importador:</b>				
5 Description of good(s) - <b>Descripción de la(s) mercancía(s)</b>	6. HS tariff classification <b>Clasificación arancelaria</b>	7. Preferential tariff Treatment criteria <b>Criterio para trato arancelario preferencial</b>	8. Other criteria <b>Otros criterios</b>	9. Producer <b>Productor</b>	
1. Remarks – <b>Observaciones</b>					
11. Under oath I certify that: The information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document. I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this certification, and to inform, in writing, all persons to whom the certification was given of any changes that would affect the accuracy or validity of this Certification. The goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the Central America- Dominican Republic - United States Free Trade Agreement, and that there has been no further processing or any other operation outside the territories of the Parties, other than unloading, reloading, or any other operation necessary to preserve the good in good condition or to transport the good to the territory of a Party.			<b>Declaro bajo juramento que:</b> La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí certificado. Estoy consciente que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión material hecha en o relacionada con el presente documento. Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido de la presente certificación, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes se ha entregado la presente certificación, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. Las mercancías son originarias del territorio de una o más Partes y cumplen con todos los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos, y que no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, excepto la descarga, recarga o cualquier otra operación necesaria para mantener la mercancía en buena condición o para transportarla a territorio de una Parte.		
This Certification consists of _____ pages, including all attachments <b>Esta Certificación se compone de _____ hojas incluyendo todos sus anexos.</b>					
Authorized Signature - <b>Firma autorizada</b>			Company – <b>Empresa</b>		
Name – <b>Nombre</b>			Title – <b>Cargo</b>		
Date - <b>Fecha</b>	D	M	Y - A	Telephone – <b>Teléfono</b>	Fax

Fuente: [https://www.centrex.gob.sv/scx\\_html/certificados\\_origen\\_pais.html](https://www.centrex.gob.sv/scx_html/certificados_origen_pais.html)

## Requerimientos técnicos para la importación de artesanías de madera a Estados Unidos de América.

Nombre: Artesanías de madera		Nombre Científico: N/A	
Descripción: la madera tallada se utiliza para fabricar artesanías de madera tales como; tarjeteros, cuadros, porta retratos, cofres, servilleteros, etc.			
Partida: 44201000		Partida HTS, USA: 44201000	
Arancel, categoría de desgravación: Categoría 'A'; Arancel cero; aplica a: CR, GT, NI, SV a partir de la entrada en vigencia del tratado. Ver <a href="http://www.minec.gob.sv/tlc/tlc_web/pdf/usa/ListaUSA.pdf">http://www.minec.gob.sv/tlc/tlc_web/pdf/usa/ListaUSA.pdf</a>			
Agencias Reguladoras: Food and Drug Administration, FDA; U.S. Department of the Treasury; U.S. Patent and Trademark Office, USPTO; U.S. Customs and Border Protection, CBP; U.S. International Trade Commission, USITC; Tratado de Libre Comercio C.A-USA-RD, CAFTA-RD; Arancel Centroamericano de Importación, SAC; y Convención sobre Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora, CITES.			
Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (Producción primaria).		NO APLICA	
Aditivos (Directos e Indirectos).			
Buenas prácticas de manufactura (BPM)			
Trazabilidad			
Pesticidas			
Residuos Tóxicos			
Otros reglamentos técnicos o Normas Obligatorias: está protegido por la CITES (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre), el cual es un acuerdo internacional concertado entre los gobiernos.			
Empaque:		NO APLICA	
Embalaje de madera: las empresas que utilicen embalaje de madera (WPM) para enviar productos a USA deberán de cumplir con la norma NIMF 15 (ISPM 15). Ver norma en: <a href="https://www.ippc.int/srvlet/BinaryDownladerServlet/133703_ISPM15_2002_whit_Ann.pdf">https://www.ippc.int/srvlet/BinaryDownladerServlet/133703_ISPM15_2002_whit_Ann.pdf</a> o <a href="https://www.ippc.int/largefiles/adopted_ISPMs_previousversions/es/ISPM_15_2002_Es_2006-05-02.pdf">https://www.ippc.int/largefiles/adopted_ISPMs_previousversions/es/ISPM_15_2002_Es_2006-05-02.pdf</a>			
Marcado y Etiquetado:		NO APLICA	
Registro de Marcas: Food and Drug Administration, FDA; U.S. Department of the Treasury; U.S. Patent and Trademark Office, USPTO; U.S. Customs and Border Protection, CBP; U.S. International Trade Commission, USITC; Tratado de Libre Comercio C.A-USA-RD, CAFTA-RD; Convención sobre Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora, CITES.			

Fuente: Ficha técnica: sobre requerimientos técnicos de acceso al mercado de Estados Unidos de América. [http://www.coexport.com.sv/ckfinder/userfiles/files/3ES\\_ARTESANIAS%20DE%20MADERA.pdf](http://www.coexport.com.sv/ckfinder/userfiles/files/3ES_ARTESANIAS%20DE%20MADERA.pdf)

**Paso 6:** Los documentos autorizados deberán ser firmados por el exportador y entregados al transportista para realizar la exportación, debiendo el exportador guardar una copia para su control interno.

**Paso 7:** Los precios por servicios al exportador se detallan a continuación:

#### **Tarifas por servicios al exportador**

TIPO DE TRÁMITE	PRECIO EN DÓLARES
Registro de Exportador	SIN COSTO
Estadísticas Especiales	US \$1.00 + 13% IVA** por página
Autorización de Certificados de Origen (SGP, ALADI, CIEX–BCR) y los Tratados de Libre	SIN COSTO
Transmisión y registro en el Sistema de la Dirección General de Aduanas en El Control de Cuotas de Exportación	SIN COSTO
Inspección y certificación de granos y madera para exportación, por embarque (cuando requiera una declaración adicional en el certificado fitosanitario).	US \$45.00 + IVA** por cada operación***.
<p>**Impuesto al Valor Agregado.</p> <p>***De acuerdo a tarifa establecida por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.(Diario oficial No. 13, tomo No. 390, de fecha 19 de enero de 2011).</p>	

Fuente: Guía de trámites de exportación:

[https://www.centrex.gob.sv/scx\\_html/GUIA%20DE%20TRAMITES%20DE%20EXPORTACION-2012.pdf](https://www.centrex.gob.sv/scx_html/GUIA%20DE%20TRAMITES%20DE%20EXPORTACION-2012.pdf)

#### **Registro de marca “Artesanías El Sol”**

Actualmente la microempresa “Artesanías El Sol” no tiene la marca legalmente registrada como tal; en un mercado tan extenso y competitivo como es la Ciudad de Los Ángeles, California, es necesario tener debidamente regularizado y documentado todo lo relacionado a la microempresa para evitar cualquier tipo de competencia desleal o fraude. Por tanto, se propone el registro de la marca “Artesanías El Sol” como entidad salvadoreña dedicada a la comercialización y exportación de artesanías de madera provenientes del Municipio de La Palma, Departamento de Chalatenango, trámite que deberá realizar tanto en El Salvador como en Estado Unidos.

La entidad competente para el registro de marca en El Salvador es el Centro Nacional de Registro, a continuación, se presentan los pasos y las tarifas que deberán cumplirse para completar el trámite:

**Paso 1:** Realizar una búsqueda de anterioridad por el valor de \$ 20.00 dólares.

**Paso 2:** Presentar solicitud original y dos copias según modelo, será necesario anexar 15 facsímiles debidamente cortados en un sobre. Una vez entregado esto, el interesado podrá preguntar por su solicitud dentro de 5 días hábiles.

**Nota:** Una vez ingresados los datos de la solicitud, se arma el expediente y se califica. Si la solicitud no cumple con algunos de los requisitos que establece el art. 10 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, el registrador pronuncia una prevención.

Si la solicitud incurre dentro de las prohibiciones establecidas en el Art. 8 y 9, se dicta resolución y el interesado tiene un plazo de 4 meses para contestar.

**Paso 3:** El interesado presenta el escrito donde subsana la prevención dentro de los 4 meses que establece la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

El interesado presenta el escrito donde contesta sobre la objeción que se le haya hecho a su marca, dentro de los 4 meses, el Registrador estimare que subsisten las objeciones planteadas, se denegará el registro mediante resolución razonada; sí el registrador considera que la objeción hecha no es procedente, se admite la solicitud.

**Nota:** Se califica el expediente y si el escrito cumple con los requisitos establecidos en los artículos 13 y 14 de ley, se admite la solicitud y se entrega el cartel original al interesado para que le saque una copia para llevar a publicar al diario de mayor circulación y original al Diario Oficial por tres veces alternas.

**Paso 4:** Transcurrido los 2 meses de la primera publicación del Diario Oficial, el interesado presenta un escrito adjuntando las primeras publicaciones de ambos diarios s si presenta fotocopias de las publicaciones estas deben de presentarse debidamente certificadas.

**Nota:** El expediente se pasa nuevamente a calificación, si la publicación ha sido presentada dentro del término de ley, se le notifica al interesado el auto donde se ordena



el registro previo pago de derechos de registro; si no se le ha presentado oposición a la marca.

**Paso 5:** Si a la solicitud de registro se le presenta escrito de oposición, se suspenden las diligencias de registro de la marca, mientras se conoce el incidente de oposición.

**Paso 6:** El interesado presenta el recibo de los derechos de registro por un valor de \$100.00 dólares dentro de los 3 meses que establece la ley.

**Nota:** Se califica el expediente y el registrador elabora el auto de inscripción y el certificado de registro de la marca.

**Paso 7:** Se le entrega el auto de inscripción y el certificado de registro original al interesado. Los modelos de solicitudes que se entregan en el Registro de Propiedad Intelectual son para que los clientes tengan una idea como redactar las solicitudes y los demás escritos.

La autoridad administrativa que tiene la facultad, entre otras, de tramitar y otorgar el registro de marca en el país de destino es la Oficina de Patentes y Marcas Registradas de los Estados Unidos (USPTO, por sus siglas en inglés), agencia perteneciente al Departamento de Comercio del mismo país.

A continuación, se enlistan los pasos y tarifas requeridos para la concesión de dicho registro, proceso que, desde el ingreso de la solicitud hasta el registro de marca tiene una duración de aproximadamente 10 meses, es recomendable la asesoría y representación legal; En el caso de no presentarse ninguna oposición a la solicitud, el registro de marca se concede por una duración de 10 años:

Para realizar el proceso de registro de marca en Estados Unidos es necesario llevar a cabo el siguiente proceso:

**Paso 1:** Solicitud de la marca ante la Oficina de Patentes y Marcas Registradas de los Estados Unidos (USPTO, por sus siglas en inglés).

**Paso 2:** Examen de forma, al solicitar la marca (1-2 días desde la recepción del encargo), pasa un primer examen formal por parte de la Oficina Estadounidense de marcas. En este punto se revisa si la solicitud cumple todos los requisitos formales, así como la búsqueda de marcas anteriores que impidan el registro de su marca.

**Paso 3:** En el caso que se reciba un suspenso formal por parte de la entidad, es necesario dar respuesta para que la solicitud de marca siga adelante con el proceso.

**Paso 4:** Publicación de la solicitud, una vez pasado el examen formal y superados los suspensos formales, la marca se publica en un Boletín Oficial del Estado.

**Paso 5:** Plazo para oposiciones de terceros, se abre entonces un periodo de un mes para recibir oposiciones que impidan el registro de la marca solicitada.


**Paso 6:** Si no se recibe oposición por parte de terceros se concede la marca.

**Paso 7:** El proceso termina con la emisión del título de propiedad.

El precio de la solicitud de registro para una marca mixta (compuesta por elementos verbales y de diseño incluidos el texto estilizado) es de \$ 474.00, con una duración del proceso de 10 meses en promedio; Adicional a ello se puede solicitar un estudio de factibilidad de la marca extensivo que consiste en la búsqueda de marcas similares así como el análisis y recomendación sobre las posibilidades del registro por \$ 450.00. El cual es otorgado en 5 días hábiles.

## Documentos para exportar artesanías de madera

### Factura de exportación

FACTURA COMERCIAL							
EMPRESA EXPORTADORA:							
Direccion:.....							
Telefono / Fax:.....							
E-mail:.....							
Señores:			Nombre de Contacto:.....				
EMPRESA IMPORTADORA:			Nuestra referencia:.....				
Direccion:.....			N° Cliente:.....				
Atencion:.....			N° de Orden de Pedido:.....				
INVOICE (FACTURA COMERCIAL) N°.....							
La mercancia ha sido enviada en:							
Dimensiones Embalaje:			Fecha:.....				
Grossweight (Peso Bruto): 231,524.60 kg			.....				
Netweight (Peso Neto): 230,000.00 kg							
Mbrks (marcas): CALLAO PERU							
Vía: Maritima							
Made in: Brasil							
ITEM	CANTIDAD	UNID.	DESCRIPCION DE MERCANCIAS	PARTIDA ARANCELARIA	MONEDA	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
01	CONTAINERS 14 (9,200 BAGS)	230	TM DE POLIPROPILENO PROLEM			USD / MT 760.87	USD 175,000.00
			FOB VALUE				175,000.00
			FREIGHT VALUE				25,700.00
			CFR CALLAO				200,700.00
			FREIGHT PREPAID				
INCOTERM: CFR CALLAO			TOTAL FACTURADO:				200,700.00

## Guía de Remisión

<b>1</b>	<b>IDENTIFICACIÓN DEL TRANSPORTISTA</b>	1.1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	RUC/DNI	<b>2</b>	<b>REGISTRO ADUANA</b>						
1.2 DIRECCIÓN					NUMERO F. NUMERAC ESPECIALISTA						
<b>3</b>	<b>IDENTIFICACIÓN DE VEHÍCULOS</b>	PLACA/MATRÍCULA	PLACA/MATRÍCULA								
	PLACA/MATRÍCULA	PLACA/MATRÍCULA	PLACA/MATRÍCULA								
<b>4</b>	<b>DATOS DEL TRANSPORTE</b>	4.1 PAIS DE EMBARQUE	COD .	4.2 PUERTO DE EMBARQUE		COD .					
	4.3 ADUANA DE DESTINO	COD .	4.4 DEPOSITO TEMPORAL	RUC							
4.5	CARTA PORTE N°	4.6	CONSIGNATARIO	4.7	MARCAS/PRECINTOS	4.8	CANTIDAD DE BULTOS	4.9	DESCRIPCIÓN DE MERCANCIAS	4.10	PESO BRUTO (KGS)
TOTAL VEHICULO KGS		TOTAL DE BULTOS				TOTAL PESO BRUTO (Kgs)					
4.11 N° CONTENEDOR						4.12 N° CARTA PORTE					
<b>5</b>	<b>CONTROL ADUANERO FRONTERIZO</b>					<b>6</b>	<b>DEPOSITO TEMPORAL</b>				
AUTORIZACION DE TRASLADO AL ALMACEN FECHA SALIDA     ././. HORA DE SALIDA   ././						FECHA DE RECEPCION   ././. HORA DE RECEPCION   ././					
_____ FIRMA-SELLO _____						_____ FIRMA SELLO _____					
<b>7</b>	<b>TRANSPORTISTA</b>					<b>8</b>	<b>OBSERVACIONES</b>				
FECHA DE ELABORACION     ././. FECHA TERMINO DE DESCARGA   ././						_____ FIRMA-SELLO _____					

## ANEXO III- 3 PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO BANDESAL PARA EMPRENDEDORES DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.

### Banca Mujer

**Objetivo:** Promover la autonomía económica e inclusión financiera de las mujeres empresarias, facilitándoles líneas de crédito, líneas de garantía y fortalecimiento de las capacidades a través de capacitación y asistencia técnica.



### LÍNEA DE CRÉDITO PARA MUJERES EMPRESARIAS

**OBJETIVO:**

Financiar directamente a mujeres empresarias de la micro, pequeña y mediana empresa, interesadas en invertir en proyectos productivos, los cuales incluyen gastos de formación de capital y gastos corrientes o capital de trabajo entre otros.

**MONTOS:**

Créditos mayores a US\$25,000.00

DESTINO	PLAZO MÁXIMO	PERÍODO DE GRACIA
Adquisición de inmuebles asociados a proyectos productivos.	15 años	2 años
Construcciones, remodelaciones, ampliación de instalaciones e infraestructura física de inmuebles productivos.	15 años	2 años
Adquisición de maquinaria, equipo u otros activos inmobiliarios, que incluye gastos de instalación	8 años	2 años
Obtención, implementación y mejoras relacionadas a una certificación.	5 años	1 año
Capital de trabajo	3 años	1 año
Capacitación de personal: Estudios de especialización o transferencia tecnológica Contratación de expertos, asesores o consultores.	2 años	1 año

## Solicitudes y otra documentación para personas naturales

### Requisitos:

San Salvador, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

Estimado

Usuario(a): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Atentamente, en esta oportunidad nos referimos a su solicitud de información de crédito

**Banca Mujer**, con el objetivo de realizar una pre-evaluación, para lo cual solicitamos nos

presente los siguientes documentos:

Solicitud de Crédito

Solicitud de Co-deudor

Carta de compartir Información deudor y co-deudor

DUI a 150% (deudor y co-deudor)

NIT a 150% (deudor y co-deudor)

Recibo de agua o luz (deudor casa y negocio)

Recibo de agua o luz (co-deudor)

Respaldo y comprobantes de garantía a ofrecer



\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

A la vez le recordamos que en caso de no obtener toda la información detallada previamente, no será posible recibir ningún documento, lo anterior es con el objetivo de poder cumplir con los tiempos establecidos de respuesta y así brindarle una atención adecuada a su caso.

## Solicitud de Crédito para persona natural.

 <b>BANDESAL</b> <small>BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR</small>	<b>PROGRAMA BANCA MUJER</b> <b>SOLICITUD DE CREDITO PERSONA NATURAL</b>	Fecha: _____ Número de solicitud: _____																
<b>1. Datos de la solicitante</b>																		
Nombre Completo (según DUI): _____ Conocida por: _____	Género <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M	Estado civil <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> V																
Número de DUI: _____ - _____ Registro fiscal: _____ - _____	NIT: _____ - _____ - _____ Fecha de nacimiento: _____	Edad: _____ Salvadoreña: <input type="checkbox"/> Por nacimiento <input type="checkbox"/> Naturalizada <input type="checkbox"/>																
Ocupación: _____	Departamento: _____    Municipio: _____    Colonia, Barrio o Cantón: _____    No: _____																	
Dirección según DUI: _____ Dirección actual (si es diferente a DUI): _____																		
Teléfonos: _____    e-mail: _____																		
Tiempo de residir en esta dirección: _____    Tipo de vivienda: Propia <input type="checkbox"/> Alquilada <input type="checkbox"/> Financiada <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/>																		
Educación: 1° - 6° <input type="checkbox"/> 7° - 9° <input type="checkbox"/> Bachillerato <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> No posee <input type="checkbox"/> Familiares en BDES: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>																		
No. de hijos(as): Menores de 18 años _____    Mayores de 18 años _____    No. De personas que dependen económicamente _____																		
Servicios: Agua <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Cable <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>																		
<b>2. Datos Generales del Negocio:</b>																		
Sector: Comercio <input type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Servicios <input type="checkbox"/> Agropecuario <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>																		
Tipo de Empresa: Nueva <input type="checkbox"/> Existente <input type="checkbox"/> Tiempo de operar (años) _____    Local: Propio <input type="checkbox"/> Alquilado <input type="checkbox"/> casa de habitación <input type="checkbox"/>																		
Detallar actividad productiva: _____																		
Nombre del negocio: _____																		
Detallar dirección exacta del negocio: _____																		
Empleos: <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Fijos</td> <td style="text-align: center;">Temporales</td> <td style="text-align: center;">Aprendices</td> <td style="text-align: center;">Género de empleados</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Externos   Familiares</td> <td style="text-align: center;">Externos   Familiares</td> <td style="text-align: center;">Externos   Familiares</td> <td style="text-align: center;">F    M</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">_____</td> </tr> </table>			Fijos	Temporales	Aprendices	Género de empleados	Externos   Familiares	Externos   Familiares	Externos   Familiares	F    M	_____	_____	_____	_____				
Fijos	Temporales	Aprendices	Género de empleados															
Externos   Familiares	Externos   Familiares	Externos   Familiares	F    M															
_____	_____	_____	_____															
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 5%;"></td> <td style="width: 5%;">No</td> <td style="width: 5%;">Sí</td> <td style="width: 85%;">Dónde</td> </tr> <tr> <td>¿Posee empleo a parte del negocio?</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>¿Desempeña o ha desempeñado algún cargo público en los últimos 5 años?</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>¿Tiene algún pariente que desempeñe cargo público?</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		No	Sí	Dónde	¿Posee empleo a parte del negocio?				¿Desempeña o ha desempeñado algún cargo público en los últimos 5 años?				¿Tiene algún pariente que desempeñe cargo público?			
	No	Sí	Dónde															
¿Posee empleo a parte del negocio?																		
¿Desempeña o ha desempeñado algún cargo público en los últimos 5 años?																		
¿Tiene algún pariente que desempeñe cargo público?																		

**3. Datos del Crédito solicitado:**Monto US\$:  Plazo (meses):  Período gracia:  Tasa de interés: Destino: Garantía a ofrecer: Codeudor(a)  Prendaria inscribible  Prendaria no inscribible  Hipotecaria  Otra Detalle de la garantía: 

Referencias:	Nombre	Relación	Dirección	Teléfono
Personales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Personales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Comerciales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Comerciales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

DECLARACIÓN JURADA: a) Que todos los datos proporcionados anteriormente son verdaderos y correctos; b) Que mis (nuestros) ingresos y activos provienen de actividades lícitas, y cumplen con lo requerido por la Ley Contra el Lavado de Dinero; c) Que los fondos para cancelar el crédito provienen de mi (nuestra) actividad económica.

\_\_\_\_\_  
Firma de la solicitante

**4. Comentarios y propuesta asesor(a) comercial**

\_\_\_\_\_  
Nombre del asesor(a)

\_\_\_\_\_  
Firma asesor(a)



## Carta para compartir información persona natural

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 201\_\_\_\_\_

**Señores**  
**BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR.**  
**Administrador del FONDO DE DESARROLLO ECONÓMICO.**  
**Presente.**

Estimados Señores:

Yo, \_\_\_\_\_  
mayor de edad, del domicilio de \_\_\_\_\_, los autorizo  
para que conjunta o separadamente puedan:

- 1) Compartir mi información personal y crediticia, así como mi comportamiento crediticio, ya sea entre ambas Instituciones, otras Instituciones Financieras y Bancarias, proveedores o a través de entidades especializadas en la prestación de servicios de información.
- 2) Investigar mi comportamiento crediticio (y la información proporcionada por mi representada), sin que esto represente un compromiso para la aprobación de cualquier operación activa a mi cargo, tanto con las personas naturales como con entidades o personas jurídicas, incluyendo aquellas que recolectan, registran, procesan y distribuyen datos referentes al comportamiento crediticio de las personas.
- 3) Adicionar y actualizar cualquier dato proporcionado por mi (representada) (persona), incluyendo los de esta solicitud y cualquier otro dato que requieran en un futuro respecto de mi (representada) (persona), para los usos que estimen convenientes.

Atentamente,

**Firma** \_\_\_\_\_

**DUI** \_\_\_\_\_

**NIT** \_\_\_\_\_

## Banca Emprendes

**Objetivo:** Financiar directamente a emprendedores de la micro y pequeña empresa interesados en iniciar o desarrollar proyectos productivos, los cuales incluyan inversión en formación de capital, gastos corrientes o capital de trabajo y prestación de servicios, entre otros.



### LÍNEA DE CRÉDITO DIRECTO BANCA EMPRENDES

**OBJETIVO:**

Financiar directamente a personas emprendedoras, interesadas en iniciar o financiar proyectos productivos y/o comerciales existentes, que tengan menos de dos años de operación, los cuales incluyan inversión en formación de capital y capital de trabajo.

**MONTO:**

Créditos mayores a US\$1,000.00 hasta US\$25,000.00

DESTINO	PLAZO MÁXIMO	PERÍODO DE GRACIA
Adquisición de maquinaria, equipo u otros activos mobiliarios, incluyendo los gastos de internación, impuestos por importación, instalación, así como remodelaciones necesarias para la instalación de la maquinaria y el equipo.	5 años	1 año
Capital de Trabajo	3 años	N/A

**Condiciones Especiales:**

La persona emprendedora deberá presentar un Plan de Negocios que contenga información mínima establecida por el BDES.

La persona emprendedora deberá presentar una constancia o documento que evidencie haber participado en un proceso de formación emprendedora, impartido por una entidad de apoyo a la cultura emprendedora.



## Solicitudes y otra documentación para personas naturales

### Requisitos:

San Salvador, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Estimado

Usuario(a): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_


Atentamente, en esta oportunidad nos referimos a su solicitud de información de crédito **Banca Emprendes**, con el objetivo de realizar una pre-evaluación, para lo cual solicitamos nos presente los siguientes documentos:

Solicitud de Crédito	<input type="checkbox"/>
Solicitud de Co-deudor	<input type="checkbox"/>
Carta de compartir Información deudor y co-deudor	<input type="checkbox"/>
DUI a 150% (deudor y co-deudor)	<input type="checkbox"/>
NIT a 150% (deudor y co-deudor)	<input type="checkbox"/>
Plan de negocios (de acuerdo a la guía entregada)	<input type="checkbox"/>
Certificación como emprendedor	<input type="checkbox"/>
Permisos que ya posee y los que están en trámite (actividad propia de la empresa)	<input type="checkbox"/>
Ficha de Conformación de Grupos Económicos	<input type="checkbox"/>
Respaldo y comprobantes de garantía a ofrecer	<input type="checkbox"/>

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

A la vez le recordamos que en caso de no obtener toda la información detallada previamente, no será posible recibir ningún documento, lo anterior es con el objetivo de poder cumplir con los tiempos establecidos de respuesta y así brindarle una atención adecuada a su caso.

## Solicitud de Crédito para persona natural.

 <b>BANDESAL</b> <small>BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR</small>	<b>PROGRAMA BANCA EMPRENDES</b> <b>SOLICITUD DE CREDITO PERSONA NATURAL</b>	Fecha: _____  Número de solicitud: _____																								
<b>1. Datos de solicitante</b>																										
Nombre Completo (según DUI): _____ Conocida(o) por: _____	Género: <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M	Estado civil: <input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> V																								
Número de DUI: _____ NIT: _____	Registro fiscal: _____	Edad: _____ Fecha de nacimiento: _____																								
Ocupación: _____	Salvadoreña (o): <input type="checkbox"/>	Por nacimiento <input type="checkbox"/> Naturalizada <input type="checkbox"/>																								
Dirección según DUI:	Departamento: _____ Municipio: _____	Colonia, Barrio o Cantón: _____ No: _____																								
Dirección actual (sí es diferente a DUI): _____																										
Teléfonos: _____	e-mail: _____																									
Tiempo de residir en esta dirección: _____	Tipo de vivienda: Propia <input type="checkbox"/> Alquilada <input type="checkbox"/> Financiada <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/>																									
Educación: 1° - 6° <input type="checkbox"/> 7° - 9° <input type="checkbox"/> Bachillerato <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> No posee <input type="checkbox"/>	Familiares en BDES: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>																									
No. de hijos(as): Menores de 18 años _____ Mayores de 18 años _____	No. De personas que dependen económicamente _____																									
Servicios: Agua <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Cable <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/>																										
<b>2. Datos Generales del Proyecto:</b>																										
Sector: Comercio <input type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Servicios <input type="checkbox"/> Agropecuario <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>																										
Tipo de proyecto: Nuevo <input type="checkbox"/> Existente <input type="checkbox"/> Tiempo de operar (años) _____ Local: Propio <input type="checkbox"/> Alquilado <input type="checkbox"/> casa de habitación <input type="checkbox"/>																										
Detallar la idea de negocio o actividad: _____																										
Nombre del negocio: _____																										
Detallar dirección exacta del negocio: _____																										
Empleos:																										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2">Fijos</th> <th colspan="2">Temporales</th> <th colspan="2">Aprendices</th> <th colspan="2">Género de empleados</th> </tr> <tr> <th>Externos</th> <th>Familiares</th> <th>Externos</th> <th>Familiares</th> <th>Externos</th> <th>Familiares</th> <th>F</th> <th>M</th> </tr> <tr> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	Fijos		Temporales		Aprendices		Género de empleados		Externos	Familiares	Externos	Familiares	Externos	Familiares	F	M										
Fijos		Temporales		Aprendices		Género de empleados																				
Externos	Familiares	Externos	Familiares	Externos	Familiares	F	M																			
¿Posee empleo a parte del negocio?	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th>No</th> <th>Sí</th> <th>Dónde</th> </tr> <tr> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	No	Sí	Dónde																						
No	Sí	Dónde																								
¿Desempeña o ha desempeñado algún cargo público en los últimos 5 años?	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th>No</th> <th>Sí</th> <th>Dónde</th> </tr> <tr> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	No	Sí	Dónde																						
No	Sí	Dónde																								
¿Tiene algún pariente que desempeñe cargo público?	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th>No</th> <th>Sí</th> <th>Dónde</th> </tr> <tr> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 25px; height: 20px;"></td> <td style="width: 50px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	No	Sí	Dónde																						
No	Sí	Dónde																								

**3. Datos del Crédito solicitado:**

Monto US\$:  Plazo (meses):  Periodo gracia:  Tasa de interés:

Destino:

Garantía a ofrecer: Codeudor(a)  Prendaria inscribible  Prendaria no inscribible  Hipotecaria  Otra

Detalle de la garantía:

Referencias:	Nombre	Relación	Dirección	Teléfono
Personales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Personales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Comerciales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Comerciales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

DECLARACIÓN JURADA: a) Que todos los datos proporcionados anteriormente son verdaderos y correctos; b) Que mis (nuestros) ingresos y activos provienen de actividades lícitas, y cumplen con lo requerido por la Ley Contra el Lavado de Dinero; c) Que los fondos para cancelar el crédito provienen de mi (nuestra) actividad económica.

\_\_\_\_\_

Firma de la persona emprendedora solicitante

**4. Comentarios y propuesta asesor(a) comercial**

\_\_\_\_\_

Nombre del asesor(a) Firma asesor(a)

## Carta para compartir información persona natural

\_\_\_\_\_ , \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 201\_\_\_\_\_

**Señores**  
**BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR.**  
**Administrador del FONDO DE DESARROLLO ECONÓMICO.**  
**Presente.**

Estimados Señores:

Yo, \_\_\_\_\_  
mayor de edad, del domicilio de \_\_\_\_\_, los autorizo  
para que conjunta o separadamente puedan:

- 1) Compartir mi información personal y crediticia, así como mi comportamiento crediticio, ya sea entre ambas Instituciones, otras Instituciones Financieras y Bancarias, proveedores o a través de entidades especializadas en la prestación de servicios de información.
- 2) Investigar mi comportamiento crediticio (y la información proporcionada por mi representada), sin que esto represente un compromiso para la aprobación de cualquier operación activa a mi cargo, tanto con las personas naturales como con entidades o personas jurídicas, incluyendo aquellas que recolectan, registran, procesan y distribuyen datos referentes al comportamiento crediticio de las personas.
- 3) Adicionar y actualizar cualquier dato proporcionado por mi (representada) (persona), incluyendo los de esta solicitud y cualquier otro dato que requieran en un futuro respecto de mi (representada) (persona), para los usos que estimen convenientes.

Atentamente,

**Firma** \_\_\_\_\_

**DUI** \_\_\_\_\_

**NIT** \_\_\_\_\_



## ANEXO III- 4. BANCO MUNDIAL, PROYECCIONES DE CRECIMIENTO ECONÓMICO

STATISTICAL  
ANNEX

Real GDP growth (%) <sup>1</sup>	Annual estimates and forecasts <sup>1</sup>						Quarterly growth <sup>2</sup>					
	2016	2017	2018e	2019f	2020f	2021f	17Q2	17Q3	17Q4	18Q1	18Q2	18Q3e
<b>World</b>	2.4	3.1	3.0	2.9	2.8	2.8	2.9	3.2	3.2	3.0	3.2	2.9
<b>Latin America and the Caribbean (LAC)</b>	-1.5	0.8	0.6	1.7	2.4	2.5	1.5	1.9	2.3	1.9	1.6	1.6
Argentina	-1.8	2.9	-2.8	-1.7	2.7	3.1	3.0	3.8	3.9	3.9	-4.0	-3.5
Belize	-0.5	1.2	1.5	1.9	1.7	1.7	..	..	..	..	..	..
Bolivia	4.3	4.2	4.5	4.3	3.8	3.4	3.8	4.3	5.2	4.4	4.4	..
Brazil	-3.3	1.1	1.2	2.2	2.4	2.4	0.6	1.4	2.2	1.2	0.9	1.3
Chile	1.3	1.5	3.9	3.5	3.3	3.2	0.5	2.5	3.3	4.5	5.4	2.8
Colombia	2.0	1.8	2.7	3.3	3.7	3.6	1.7	1.7	1.8	2.2	2.8	2.7
Costa Rica	4.2	3.3	2.7	2.7	2.8	3.0	3.7	2.7	3.0	2.8	3.6	..
Dominican Republic	6.6	4.6	5.8	5.1	5.0	4.8	3.1	3.1	6.5	6.4	7.1	..
Ecuador	-1.2	2.4	1.0	0.7	0.7	1.2	2.1	2.9	2.8	1.6	0.9	..
<b>El Salvador</b>	<b>2.6</b>	<b>2.3</b>	<b>2.8</b>	<b>2.5</b>	<b>2.4</b>	<b>2.4</b>	<b>0.3</b>	<b>3.2</b>	<b>2.5</b>	<b>2.7</b>	<b>2.9</b>	<b>..</b>
Grenada	3.7	5.1	5.2	4.2	2.8	2.8	..	..	..	..	..	..
Guatemala	3.1	2.8	2.7	2.9	3.0	3.1	2.2	2.7	2.9	2.0	3.3	..
Guyana	2.6	2.1	3.4	4.6	30.0	24.8	..	..	..	..	..	..
Haiti <sup>3</sup>	1.5	1.2	1.6	2.3	2.4	2.5	..	..	..	..	..	..
Honduras	3.8	4.8	3.6	3.8	3.8	3.7	3.5	5.9	4.2	3.0	4.0	..
Jamaica	1.4	1.0	1.7	1.8	2.0	2.0	0.1	1.0	1.2	1.4	2.2	..
Mexico	2.9	2.1	2.1	2.0	2.4	2.4	1.9	1.5	1.5	1.2	2.6	2.5
Nicaragua	4.7	4.9	-3.8	-0.5	2.6	3.6	4.1	3.2	4.7	2.5	-4.4	..
Panama	5.0	5.3	4.0	6.0	5.4	5.2	5.1	5.2	4.4	4.0	3.1	3.6
Paraguay	4.3	5.0	4.0	3.9	4.0	4.0	2.8	5.8	5.4	4.7	6.2	..
Peru	4.0	2.5	3.9	3.8	3.8	3.7	2.5	2.9	2.4	3.2	5.5	2.3
St. Lucia	3.4	3.8	1.5	2.7	2.8	2.3	..	..	..	..	..	..
St. Vincent and the Grenadines	1.3	0.5	1.2	1.6	1.6	2.0	..	..	..	..	..	..
Suriname	-5.6	1.7	1.4	1.6	1.8	1.9	..	..	..	..	..	..
Trinidad and Tobago	-6.1	-2.6	1.0	0.9	1.2	1.2	..	..	..	..	..	..
Uruguay	1.7	2.7	2.1	2.1	2.3	2.5	2.8	1.9	2.0	2.2	2.6	2.1
Venezuela	-16.5	-14.5	-18.0	-8.0	-5.0	-4.0	..	..	..	..	..	..

Fuente: Banco Mundial, Global Economic Prospects January 2019, Table 2.3.2 Latin America and the Caribbean Country Forecasts, Pág. 84.  
<http://pubdocs.worldbank.org/en/520871542818442113/Global-Economic-Prospects-Jan-2019-Regional-Overview-LAC-SP.pdf>