

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



**TRABAJO DE GRADUACIÓN**

**“ALTERNATIVAS PARA LA EXPORTACION DE ARTESANIAS  
SALVADOREÑAS HACIA LA UNION EUROPEA A TRAVES DE  
E-COMMERCE”**

**PRESENTADO POR GRUPO 11**

**REBECA STEPHANIE BENÍTEZ ROMERO**

**BR15022**

**PAULA VANESSA NAJERA PARADA**

**NP15005**

**DARA EUNICE NUÑEZ MARTINEZ**

**NM15015**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:  
LICENCIADA EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**MARZO 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA**

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



**TRABAJO DE GRADUACIÓN**

**“ALTERNATIVAS PARA LA EXPORTACION DE ARTESANIAS  
SALVADOREÑAS HACIA LA UNION EUROPEA A TRAVES DE  
E-COMMERCE”**

**PRESENTADO POR GRUPO 11**

<b>REBECA STEPHANIE BENÍTEZ ROMERO</b>	<b>BR15022</b>
<b>PAULA VANESSA NAJERA PARADA</b>	<b>NP15005</b>
<b>DARA EUNICE NUÑEZ MARTINEZ</b>	<b>NM15015</b>

**PARA OPTAR AL GRADO DE:  
LICENCIADA EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**MARZO 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR:** MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO  
**SECRETARIO GENERAL:** MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

## **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**DECANO:** MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ  
**SECRETARIA:** LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO  
**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADO:** LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

## **ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

**DIRECTOR DE ESCUELA:** LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA  
**COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADUACIÓN:** LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS  
**DOCENTE ASESOR:** LICDA. JUANA XIOMARA IGLESIAS OSEGUEDA  
**TRIBUNAL EVALUADOR:** LIC. ALCIDES DARIO ALFARO ALFARO  
LIC. JUAN ANTONIO FRANCA ORELLANA  
LICDA. JUANA XIOMARA IGLESIAS OSEGUEDA

**MARZO 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA**

## **Agradecimientos**

Agradezco a Dios, que por su infinita misericordia me concedió la oportunidad de formarme como profesional, otorgándome salud, sabiduría y fortaleza; a mi madre, quién creyó en mí y me impulsó a perseverar por medio de su esfuerzo; a mis tías y primos, que forman una parte esencial en mi vida por sus consejos, amor y comprensión; a mis amigas y compañeras de tesis, por ser unas maravillosas personas que siempre aportaron lo mejor sí mismas. Dedicada a mi padre que está en el cielo, por su apoyo y esfuerzo incondicional que me brindó a lo largo de mi carrera para alcanzar nuestro sueño.

Rebeca Stephanie Benítez Romero.

En primer lugar, agradezco a Dios, que durante toda mi vida me ha llenado de amor y bendiciones en mi hogar; a mi abuela y mis tíos que han sido un soporte en mi vida cuando más lo he necesitado; a mi padre que me brindó su apoyo económico siempre que pudo; a mis amigas y compañeras de tesis por su empeño e inspiración para culminar este proceso. Dedico este logro a mi madre Claudia Parada, que con mucho sacrificio me ha brindado todas las oportunidades que ella no pudo tener, agradezco su amor infinito, apoyo incondicional y motivación, gracias por confiar y creer en mí siempre, te amo mamá.

Paula Vanessa Nájera Parada.

Dedicada a Dios quien es mi guía, me permite seguir adelante, me da nuevas fuerzas y cada día me muestra su fidelidad y que con Él todo lo puedo; a mis padres por su amor, apoyo incondicional y enseñanzas que forjaron en mí un carácter de perseverancia y superación; a mi hermana y hermano por sus consejos, los amo familia; a mis amigas y compañeras de tesis por su valioso esfuerzo y dedicación; a los docentes que transmitieron sus conocimientos durante este proceso académico y a todas aquellas personas que junto a mí creyeron que este sueño era posible, muchas gracias.

Dara Eunice Núñez Martínez.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	i
INTRODUCCIÓN .....	ii
1. CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO .....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.1.1 Descripción de la problemática.....	1
1.1.2 Delimitación de la investigación.....	3
1.1.2.1 Temporal.....	3
1.1.2.2 Teórica.....	3
1.2 Objetivos de investigación.....	4
1.2.1 Objetivo general.....	4
1.2.2 Objetivos específicos .....	4
1.3 Marco teórico .....	5
1.3.1 Histórico.....	5
1.3.2 Conceptual .....	7
1.3.3 Teórico .....	12
1.3.3.1 Artesanías.....	12
1.3.3.2 Categorías del e-commerce.....	13
1.3.3.3 Logística.....	15
1.3.3.4 Incoterms.....	15
1.3.4 Legal .....	17
2. CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....	20
2.1 Método de investigación.....	20
2.1.1 Enfoque de investigación.....	20
2.2 Tipo de estudio.....	20
2.2.1 De acuerdo al objetivo de investigación .....	20
2.2.2 Según el alcance.....	20
2.3 Unidad de análisis .....	21
2.3.1 Diagnóstico y análisis de la información .....	21

2.3.1.1 Países potenciales para exportación de artesanía de madera a través de E-commerce. .....	24
3. CAPITULO III: APOORTE DE LA INVESTIGACIÓN .....	28
3.1 Análisis teórico y contextualización a la realidad investigada .....	28
3.1.1 Análisis Teórico: Proceso de inscripción como exportador, plataformas de e-commerce, couriers y entidades de apoyo en El Salvador.....	28
3.1.1.1 Proceso de inscripción como exportador. ....	28
<b>3.1.1.2 Proceso de certificación de origen.</b> .....	29
3.1.1.3 Principales plataformas de terceros en E-commerce. ....	30
Ebay.. ....	30
Amazon. ....	30
Market SV.....	31
3.1.1.4 Plataforma propia de E-commerce.....	31
Shopify.....	31
3.1.1.5 Principales Couriers que operan en El Salvador.....	32
Correos de El Salvador. ....	32
DHL. ....	33
Fedex.....	34
UPS. ....	34
Transexpress El Salvador.....	35
3.1.1.6 Entidades de apoyo a exportadores en El Salvador .....	35
Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT) .....	36
La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE). ....	36
Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA). ....	37
Centro de Trámites Importaciones y Exportaciones (CIEX).....	37
3.1.2 Análisis teórico de la realidad investigada.....	38
3.1.3 Caso: “Vinculando empresas de mujeres centroamericanas con el mercado de artesanías y decoración de interiores”.....	45
3.1.3.1 Empresas de éxito que participaron en el programa. ....	47
Rengifo.....	47
Eufonía.....	47
Vitales by Margarita Llort. ....	47
CONCLUSIONES .....	49

RECOMENDACIONES.....	51
GLOSARIO .....	52
REFERENCIAS.....	54
BIBLIOGRAFÍA .....	57
ANEXOS .....	66

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Clasificación de Artesanías</i> .....	13
Tabla 2 <i>Funciones de la logística</i> .....	15
Tabla 3 <i>Categorías de Incoterms</i> .....	16
Tabla 4 <i>Principales pueblos productores de artesanías</i> .....	41

### ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1 Exportaciones de artesanías de madera de El Salvador a la Unión Europea</i> .....	22
<i>Gráfico 2 Compras en línea de usuarios en Europa</i> .....	23

### ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1 Incoterms 2020 by the International Chamber of Commerce</i> .....	16
<i>Ilustración 2 Ficha país de Alemania</i> .....	24
<i>Ilustración 3 Ficha país de Austria</i> .....	24
<i>Ilustración 4 Ficha país de Bélgica</i> .....	25
<i>Ilustración 5 Ficha país de España</i> .....	25
<i>Ilustración 6 Ficha país de Francia</i> .....	26

<i>Ilustración 7 Ficha país de Italia.....</i>	<i>26</i>
<i>Ilustración 8 Ficha país de Suecia.....</i>	<i>27</i>
<i>Ilustración 9 Proceso de inscripción como exportador para personas naturales.....</i>	<i>28</i>
<i>Ilustración 10 Proceso de inscripción como exportador para persona jurídica.....</i>	<i>29</i>
<i>Ilustración 11 Proceso de certificación de origen.....</i>	<i>29</i>
<i>Ilustración 12 Homologación de código arancelario en El Salvador y la Unión Europea .....</i>	<i>39</i>
<i>Ilustración 13 Fases del proyecto vinculando empresas de mujeres centroamericanas con el mercado de artesanías y decoración de interiores .....</i>	<i>46</i>
<i>Ilustración 14 Resultados del proyecto vinculando empresas de mujeres centroamericanas con el mercado de artesanías y decoración de interiores .....</i>	<i>48</i>



## RESUMEN EJECUTIVO

En El Salvador los artesanos comercializan sus productos localmente con márgenes de ganancia bajos, en comparación al esfuerzo que conlleva su proceso productivo, limitando sus oportunidades de crecimiento debido al tamaño de mercado y su poder adquisitivo, por lo cual, esta investigación monográfica muestra alternativas de exportación a través de plataformas digitales, que permitirán incursionar en mercados internacionales como: Alemania, Austria, Bélgica, Francia, España, Italia y Suecia, con el propósito de alcanzar más segmentos de mercado que proporcionen una mayor ganancia.

Se describen diferentes plataformas, couriers y entidades de apoyo para que los artesanos puedan guiarse durante el proceso de exportación, así mismo, el estudio presenta casos de empresas salvadoreñas que se dedican a la elaboración de productos artesanales, las cuales, participaron en el programa “Vinculando Empresas de Mujeres Centroamericanas con el Mercado de Artesanías y Decoración de Interiores”, dirigido por la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) y la Unión Europea, afirmando así la cooperación establecida en el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea (AdA), para el fortalecimiento y desarrollo del e-commerce entre ambas regiones.

Para que el artesano pueda promover sus productos exitosamente en mercados extranjeros, debe analizar los beneficios de las diferentes plataformas digitales y couriers disponibles en el país de origen y destino, así como, apoyarse de entidades que puedan brindarle asesoría y acceso a información comercial para la identificación de su segmento, aportando a su potencial exportador y actividades en el e-commerce, de manera que, el empresario seleccione su mejor opción en relación a sus objetivos, capacidad financiera y productiva.

## INTRODUCCIÓN

El sector artesanal es importante en El Salvador debido a que, representan la cultura, arte e historia de los pueblos, se caracterizan por ser piezas únicas elaboradas según la experiencia, conocimiento e imaginación del artesano. El país cuenta con pueblos que son reconocidos por la producción de artesanías en diversos materiales como: madera, barro y telares.

Actualmente, tienen el potencial para ingresar a mercados extranjeros como: Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Italia y Suecia que pertenecen a la Unión Europea, región con la cual se posee un acuerdo de asociación (AdA), que brinda acceso con preferencias arancelarias a productos provenientes de Centroamérica.

Para ingresar a otros países por primera vez, es necesario que los artesanos se avoquen a las instituciones que proporcionan apoyo para incrementar su potencial exportador a través de un análisis de la empresa, asesorías, programas que promueven la oferta nacional en el exterior y acceso a información comercial de diferentes destinos, la cual, permitirá seleccionar su público objetivo.

Las tecnologías de la información (TICs) han creado un cambio significativo en el consumo de las personas; abonando, la situación mundial de salud por el COVID-19 ha incrementado las ventas realizadas a través de plataformas digitales, consecuentemente, los empresarios han recurrido a couriers especializados en procesos logísticos y envíos de productos al exterior.

## 1. CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEÓRICO

### 1.1 Planteamiento del problema

#### **1.1.1 Descripción de la problemática**

En el año 2012, se firmó el Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica, conocido como AdA, con el propósito de mantener una cooperación internacional entre ambos bloques, en el cual se establecen tres pilares: políticos, comercial y cooperación. Brindando oportunidades para las economías de los países en vías de desarrollo, por medio de preferencias arancelarias y ampliando el universo de productos que pueden beneficiarse de esto.

En El Salvador, dicho acuerdo entró en vigor en el año 2013, convirtiéndose la Unión Europea en un socio comercial prometedor para el país. Según las estadísticas publicadas por el Banco Central de Reserva desde el año 2018 a 2020 algunos de los productos que han tenido demanda por la Unión Europea son los siguientes: café oro, lomo de atún y atún en conserva, azúcar, manufacturas textiles, miel, artesanías de madera y tela, entre otros.

Las artesanías de madera tienen potencial para ingresar al mercado de la Unión Europea, debido a que, éstas representan la cultura e historia de cada uno de los pueblos y tienen un mayor valor por ser considerados arte; estas piezas únicas son elaboradas por un artesano bajo un conocimiento que ha adquirido por sus experiencias y lo transmite a sus descendientes. Además, ayuda a la generación de empleos en comunidades y al desarrollo de las familias salvadoreñas.

Actualmente, en el país la mayoría de artesanos comercializan sus productos en el mercado local en zonas turísticas y/o distribuidores, obteniendo márgenes de ganancias bajos en comparación al conocimiento, mano de obra y materiales que estos conllevan para su elaboración; los emprendedores tienen un limitado crecimiento de su negocio en el mercado local; sin embargo, poseen la oportunidad de diversificar sus mercados en el exterior.

Algunos artesanos tienen diversos temores al momento de exportar por primera vez, tales como: perder dinero en trámites, permisos, certificaciones y que la única forma de ingresar al mercado internacional es por medio de una tienda física; además de esto, la falta de conocimiento del herramientas e-commerce como canal de exportación, los beneficios arancelarios del AdA y las instituciones de apoyo, generan limitantes para la exportación hacia la Unión Europea, la cual posee un alto poder adquisitivo.

Consecuentemente el mercado doméstico puede saturarse y reducirse por diferentes productores y distribuidores aumentando los competidores de este sector, de manera que, los niveles de ventas se vuelven menores para las personas que se dedican a esta labor, llegando a afectar sus ingresos, calidad de vida, generación de empleos y en última instancia ocasionar el cierre de su emprendimiento.

Es importante identificar las diferentes instituciones que brindan apoyo y guía en la exportación de artesanías para el aprovechamiento de los beneficios que otorga el AdA; así mismo, una correcta aplicación del e-commerce puede brindar alternativas de distribución eficaces para los emprendedores que desean incursionar en un mercado internacional bajo esta modalidad, dado que, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) tienen un mayor desarrollo en los países de la Unión Europea, facilitando la comercialización de productos por medio de plataformas digitales.

Por lo tanto, es necesario que el emprendedor conozca las diferentes alternativas digitales con el propósito de identificar cuál es la mejor opción para comercializar artesanías, considerando factores en comercio internacional, tales como: aranceles de ingreso, tamaño de mercado, beneficios del producto, Términos de Comercio Internacional (INCOTERM) y costos de envío.

## **1.1.2 Delimitación de la investigación**

### *1.1.2.1 Temporal.*

La investigación se basó en la revisión de literatura del año 2000 a 2022 y estadísticas a partir del año 2013, año que entró en vigor en El Salvador el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea.

### *1.1.2.2 Teórica.*

Para el fundamento teórico de esta investigación se utilizaron documentos, libros, revistas, con enfoque hacia el tema de estudio, tales como: “E-commerce 360°” de Anabel Durán, “Comercio electrónico ventajas y desventajas” de E. Reyes, “Libro blanco del comercio electrónico” de la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional, “La artesanía: patrimonio e identidad cultural” de R.D Díaz, “Háblame de artesanías” de UNESCO, “Logística integral” de Rojas Guisao, y “El sistema de Integración centroamericano (SICA) y la Unión Europea (UE) antes del Acuerdo de Asociación (ADA): Una visión de Europa” de Ricardo Martín de la Guardia y Guillermo A. Pérez Sánchez.

Adicionalmente se complementó el estudio monográfico con trabajos de grado, sitios web y documentos digitales que fueron empleados para la comprensión de los constructos del tema postulado, los cuales son: logística, artesanías, e-commerce y Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea.

## 1.2 Objetivos de investigación

### 1.2.1 Objetivo general

Identificar alternativas de exportación para las empresas productoras de artesanías de madera, que desean expandir sus mercados hacia Alemania, Austria, Bélgica, España, Italia, Francia y Suecia, por medio de e-commerce.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Describir los procesos de exportación para que los emprendedores salvadoreños adquieran el conocimiento requerido en la comercialización de artesanías hacia países parte de la Unión Europea, utilizando plataformas de e-commerce.
- Analizar diferentes opciones de couriers para la logística de envío del producto, según el país de destino.
- Considerar las instituciones establecidas en el apoyo a los procesos de comercialización internacional necesarios para la exportación a través de e-commerce.

## 1.3 Marco teórico

### 1.3.1 Histórico

En épocas antiguas el comercio inició con el trueque, donde las culturas indígenas realizaban intercambios de bienes que tenían en abundancia por uno que necesitaban, con el paso del tiempo, el cacao, las conchas o perlas y las barras de oro eran utilizados como método de pago, siendo necesario pesar estas últimas con el fin de entregar la cantidad justa, más adelante con la creación de las monedas de oro y plata facilitaron las transacciones, dando paso a un nuevo sistema de pago.

A medida que el comercio se desarrolló fue necesario la aplicación de procesos de almacenamiento, debido a que, los bienes se encontraban limitados en zonas geográficas y solamente las personas que habitaban en esa región podían consumirlos y almacenar en pequeñas proporciones; algunos productos como los alimentos debían ser consumidos rápidamente porque se descomponían. Los seres humanos establecieron mecanismos de almacenamientos como: la vasija de cerámica, el barril o tonel de madera y el contenedor, siendo este último diseñado en 1956 por Malcolm MacLean.

Los métodos de almacenamiento contribuyeron al desarrollo de la logística, como expresa Serrano (2011) su raíz etimológica surge de la palabra griega *logistiké*, la cual, fue implementada en el ámbito militar por el imperio romano y el bizantino; posteriormente en la primera y segunda guerra mundial fue utilizada para organizar, abastecer y controlar los recursos de las tropas, siendo acompañada de la planeación, desarrollo de las operaciones y control de los recursos necesarios.

Según Anaya (2007) a partir de la década de los 60 se implementa la logística empresarial que comprende actividades como: el aprovisionamiento, almacenamiento, transporte y distribución de productos en las empresas. Así mismo, las mercancías eran transportadas en estibas y a partir de 1970 hasta la actualidad en contenedores, los cuales, son indispensables porque permiten consolidar y mejorar los tiempos de carga y descarga en la red de distribución.

En 1990 el proceso de pedido se realizaba por medio de llamada telefónica, fax o correos, el pedido era procesado e ingresado manualmente al sistema esperando autorización y asignación al almacén correspondiente para ser enviado al cliente, si se generaba un inconveniente los procesos eran ralentizados. A finales del siglo XX el desarrollo de la informática y el internet, evolucionó la forma de comercializar, dado que, la información comenzó a diferenciarse por la velocidad de transmisión de datos, fácil acceso y exactitud; beneficiando y agilizando los procesos logísticos.

Las primeras transacciones online datan a partir del año 1979 dando origen al teleshopping, las cuales habrían sido imposibles sin la computadora y red de telecomunicaciones, para el año 1990 la llegada oficial de internet y su crecimiento de usuarios marcaron la pauta para que en 1995 surgieran las primeras empresas de comercio electrónico, las cuales, operaban por medio de catálogos y orden de pedidos, solicitaban los datos de contacto del cliente, el producto y precio, utilizando el correo postal para su envío y el pago se realizaba contra entrega; actualmente, los clientes realizan transferencias, depósitos y pagos a través de tarjeta de débito, crédito, entre otros. Además, existen couriers para llevar el producto hasta el punto de entrega solicitado por el cliente.

De igual manera, los Tratados de Libre Comercio han impulsado el desarrollo del comercio. Desde la década de los 80 la Comunidad Europea mostró un interés por el cese de conflictos armados en el istmo centroamericano y su integración, siendo el año 1985, la firma de un acuerdo de cooperación entre las Comunidades Europeas y los países pertenecientes al Tratado General de Integración Económica Centroamericana.

En 1991 se establece un nuevo marco político y jurídico para la región de Centroamérica basado en el protocolo de Tegucigalpa, posteriormente, se crearon nuevos acuerdos que sirvieron como preámbulo para que en el año 2004 surjan los primeros pasos para la negociación de un Acuerdo de Asociación que fue suscrito el 29 de junio de 2012 en Tegucigalpa, Honduras. En El Salvador entró en vigencia el día 01 de octubre de 2013.



Este acuerdo ha permitido que un universo de productos reciba beneficios para la exportación e importación entre ambos bloques, siendo las artesanías un producto favorecido. No existe una fecha específica sobre el origen de las artesanías, sin embargo, se cree que esta surgió con la humanidad misma cuando los seres humanos deseaban materializar a sus dioses, la vida y elaborar herramientas para mejorar la ejecución de sus actividades diarias, facilitando su rutina y sobrevivencia, consecuentemente comenzaron a esculpir en troncos de madera para la creación de sillas, utensilios e instrumentos musicales.

Los pueblos y sus piezas eran distinguidos por las técnicas, conocimientos e instrumentos utilizados por los artesanos creando una singularidad en ellos. En Centroamérica las artesanías son riquezas que están arraigadas a las experiencias de supervivencias y creencias del ser humano, aportan al desarrollo económico, social y cultural de la región.

### **1.3.2 Conceptual**

- **Acuerdo de Asociación UE-CA**

El Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica es una importante herramienta que ha fortalecido las relaciones políticas, económicas y de cooperación, marcando la historia por ser el primero en su modelo en ejecutarse con éxito entre dos bloques. Según el Gobierno de El Salvador. (2013). “El Acuerdo de Asociación establece las condiciones para el mantenimiento de una relación de beneficio mutuo entre la Unión Europea y Centroamérica basada en la confianza, la cooperación y el dialogo entre ambas regiones” (p.14).

- **Logística**

Este proceso abarca el flujo eficiente de diligencias desde el proveedor hasta el consumidor final, incluyendo, su flujo inverso en el caso que surja una devolución del distribuidor o fabricante, el cual, requiere de una planificación efectiva de materias primas, inventarios e información, con

el fin de satisfacer las necesidades del cliente. Lobato, F. (2013) define logística como: “el conjunto de técnicas y medios destinados a gestionar el flujo de materiales y de información, coordinando recursos y demanda, para asegurar un nivel determinado de servicio al menor coste posible” (p.144).

- **Cadena de transporte**

Para que la mercancía sea entregada en los tiempos establecidos y el destino seleccionado, es importante contar con una cadena de transporte que permita que esto sea posible. Según Soler (2013) la define como un “proceso de conexión de modos de transporte a través de nodos logísticos para el traslado de carga desde su origen a su destino, con uno o más trasbordos” (p.64).

- **Courier**

Es un medio por el cual se envían productos y comúnmente este servicio es ofertado por empresas transportistas; es utilizado para agilizar el período de entrega de productos que poseen fragilidad o un tamaño y peso limitado para ser transportado. Según Soler (2013), un courier se define como:

Transporte urgente “puerta a puerta” de documentos, paquetería y cargas fragmentadas, nacional e internacional. Integra todos los servicios logísticos necesarios para la recogida en el domicilio del expedidor y la entrega en el destinatario, en los diferentes tramos del transporte, donde se puede emplear más de un modo. Por el carácter urgente del transporte se utiliza preferente el modo aéreo en el tramo principal, con la finalidad de minimizar el plazo de tiempo de todo el proceso (p.114).

- **Comercio**

Es el intercambio de productos y/o servicios que involucran a un comprador y a un vendedor los cuales buscan un beneficio mutuo, la ejecución de este, involucra una transacción detallada por el ofertante que puede conllevar a la utilización de cualquier método de pago, que incluya dinero o una mercancía diferente que disponga de un valor igual. Según Daólio (2000) afirma que:

El comercio es esencialmente el intercambio, intercambio económico, compra y venta de bienes, servicios y/o valores por otros bienes, servicios y/o valores, intermediados hoy en día, en su totalidad, por la moneda o documento que lo representa. Visto de esta manera, el comercio es más que un área profesional, constituyéndose una actividad indispensable y presente en cualquier sector o rama de la economía (p.4).

- **Comercio internacional**

La actividad de vender y comprar productos, puede ser realizada dentro de un país entre la población del mismo o entre personas que se encuentran en diferentes partes del mundo, según De la Hoz (2014) afirmó “El comercio internacional estudia las causas y leyes que gobiernan los intercambios de bienes y servicios entre los habitantes de los diferentes países en su interés por satisfacer sus necesidades de bienes escasos” (p.15). Las diferencias que existen entre el comercio local y el comercio internacional es que la mercancía debe ser trasladada de una frontera a otra, cumpliendo con todas las medidas de exportación del país de origen e importación del país de destino.

- **E-commerce**

Es la actividad económica que consiste en la comercialización de productos y servicios a través de medios digitales haciendo uso de las redes de telecomunicaciones, uno de sus principales beneficios es que no posee limitación geográfica y su alcance es casi ilimitado, lo cual, permite que los consumidores puedan acceder a una oferta más amplia, en cualquier momento. Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) el comercio electrónico se

define como “La venta o compra de bienes o servicios que se realiza a través de redes informáticas con métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos” (p. 17).

- **Artesanía**

Son objetos o productos que se elaboran a partir de materias primas obtenidas de la naturaleza, estas poseen un valor cultural y social, debido a que, el artesano materializa sus ideas, experiencias cotidianas y conocimientos adquiridos. Según Rocancio (como se citó en Rivas, 2018) define la artesanía como:

El resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales. Los objetos artesanales van cargados de un alto valor cultural y debido a su proceso son piezas únicas (p.2).

- **Mercado**

En marketing es importante administrar el mercado en el cual se está operando, de modo que, la identificación de los clientes y la comprensión de sus necesidades permite asegurar que un producto pueda ser comercializado y su demanda sea la esperada, sus principales actores son los compradores y vendedores, siendo estos últimos los que establecen la oferta. Kotler y Armstrong (2013) definen mercado como “el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o deseo particular que puede ser satisfecho a través de relaciones de intercambio” (p.8).

- **Marketplace**

Los mercados electrónicos poseen un funcionamiento similar a un mercado donde los productos son tangibles, según Cuervo (2015) contextualizó que es un “lugar o sitio para realizar

acciones de compra y venta de productos/ servicios, sin necesidad de existencia física”. Significa que el producto y el proceso de compra es realizado digitalmente o parcialmente digital.

- **Incoterms**

Es el acrónimo de International Commerce Terms (Términos de Comercio Internacional) los cuales son reglas utilizadas por los exportadores, importadores, transportistas, agentes de aduanas, entre otros, para establecer las obligaciones, riesgos y costos en la compra venta de mercancías, según la International Chamber of Commerce (2020) “su principal objetivo es facilitar la operativa de las transacciones de comercio internacional, como establecer un conjunto de reglas que determinen los derechos y las obligaciones tanto del vendedor y el comprador”.

- **Métodos de pago**

El pago es el momento decisivo dentro de las compras en línea, por ello, para asegurar el cierre de venta es primordial ampliar las posibilidades del cliente para cancelar su pedido solicitado. Según la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (s.f) define que existen dos tipos de métodos de pago:

- Offline “son aquellos métodos en los cuales el pago no se efectúa durante la realización de la compra; se realiza a posteriori o de forma diferida”. Algunos ejemplos son: contra-reembolso, transferencia bancaria y domiciliación bancaria.
- Online “son aquellos métodos en los cuales el pago se realiza en el mismo momento de la realización de la compra mediante conexión directa a través de una pasarela de pago o similar”. Algunos ejemplos son: tarjeta de crédito, débito y medios alternativos como PayPal.

- **Código arancelario**

Es un código a nivel mundial utilizado para poder establecer un arancel, existe un número específico para cada producto o para el material usado para crear el mismo. Según United Parcel Service UPS (2021) lo define como:

Un código por producto especificado en el Harmonized System (HS) de la Organización Mundial de Aduanas (WCO). Los códigos de tarifas existen prácticamente para todos los productos relacionados con el comercio mundial. Es obligatorio en documentos de envío oficiales para efectos del cálculo de impuestos, un código de tarifa de garantizar la uniformidad de la clasificación de los productos en todo el mundo. Un código de tarifa completo tiene no menos de 6 cifras, y puede alcanzar hasta 10. Mientras más cifras tenga un código de tarifa, más específico es el producto que identifica.

- **Certificado de origen**

Según la Organización Mundial de Aduanas (2014) un certificado de origen es “una forma específica, en papel o electrónica, por el cual la autoridad pública o el órgano encargado de expedirlo certifica expresamente que las mercancías a las cuales se refiere el certificado se consideran originarias de acuerdo a las normas de origen aplicables” (p.5). Es indispensable para que el exportador goce de las preferencias arancelarias según el país de destino y según el tratado aplicable.

### **1.3.3 Teórico**

#### *1.3.3.1 Artesanías.*

La actividad artesanal ha existido desde tiempos antiguos, esta surgió por las diversas necesidades que las personas presentaban, tales como: vestimenta, utensilios para cultivar, cosechar, cocinar, entre otras. Desde ese momento se generan las habilidades artesanales las cuales

pueden diferenciarse según la zona geográfica. Algunas de las clasificaciones de artesanía son las siguientes:

Tabla 1

*Clasificación de Artesanías*

<b>Clasificación</b>	<b>Definiciones</b>
Cestería	Su elaboración se realiza con hojas, juncos, hierbas, cortezas, tallos u otro tipo de material de origen vegetal, del trenzado de estos se obtienen cestas, toldos, alfombras y diferentes productos de carácter decorativo.
Tejido	En sus inicios los artesanos hacían uso de agujas de hueso o madera, posteriormente, la aparición del telar facilitó esta labor, los hilos empleados son de origen vegetal como el algodón y el cáñamo, así mismo, se utilizan fibras como la lana de oveja, el pelaje de cabra, camello y la seda de capullos de algunas orugas.
Alfarería	Consiste en la transformación de barro, arcilla o elementos provenientes de la tierra.
Metalurgia	Este tipo de artesanías se trabaja en material que es extraído de la tierra o rocas como el cobre, estaño, el zinc, latón, entre otros. Estos se convierten en utensilios y objetos de carácter artístico.
Zapatería y Marroquinería	El cuero es utilizado para la elaboración de calzado, sillas de montar, cinchas y otros productos artesanales, este material pasa por un proceso de raspado, suavización, tinturado y pulido, desde la antigüedad se considera que representa elegancia y prestigio.
Escultura de madera	En la actualidad la madera es aplicada a la producción utilitaria, representaciones de animales fantásticos, miniaturas, máscaras, entre otros productos artesanales

Fuente: Elaboración propia con información obtenida del documento Háblame de la artesanía de la UNESCO.

### *1.3.3.2 Categorías del e-commerce.*

El e-commerce puede ser realizado entre consumidores y/o empresas, la única variación es definir quién será el vendedor y el comprador; las diferentes categorías en las que sucede el intercambio de mercancías según (Oropeza, 2018) son:

- Comercio electrónico consumer to business (C2B): Es cuando el consumidor oferta sus productos o servicios a empresas.
- Comercio electrónico business to consumer (B2C): En esta categoría la compañía se encarga de mostrar el catálogo de sus productos a los consumidores para que ellos lo adquieran.
- Comercio electrónico consumer to consumer (C2C): Las transacciones se llevan a cabo de consumidor a consumidor.
- Comercio electrónico business to business (B2B): Los productos y servicios son promocionados únicamente entre empresas.

Para los agentes económicos que utilizan las diferentes categorías de e-commerce, gozan de una variedad de beneficios, para (Reyes, 2019) algunas ventajas son:

- El proceso de compra es más sencillo para el consumidor, porque puede verificar todo el catálogo de productos y su descripción de forma eficiente.
- Los productos pueden ser ofertados desde cualquier parte del mundo, siempre y cuando la tienda online posea cobertura.
- Rápida adaptación a los mercados e implementación de estrategias de promoción.
- No se incurre en altos costos de arrendamiento, porque para una tienda online no es necesario poseer un local físico para promocionar sus productos.

No obstante, también existen áreas de oportunidad de esta estrategia que pueden ser mejoradas por cada usuario que la utiliza, algunas desventajas son:

- Los consumidores pueden tener inconvenientes con el método de pago, puesto que, algunos de ellos poseen restricciones para comprar online.
- Para los productos defectuosos de fábrica, las disputas por garantías o devoluciones son más tardíos.
- Cuando los productos son comercializados desde otra parte del mundo el proceso de entrega es más ralentizado y poseen un tiempo estimado de entrega del mismo.
- La competencia para cada producto es masiva, a causa de esto, realizan guerra de precios.



### 1.3.3.3 Logística.

La logística tiene una gran relevancia dentro de la empresa, puesto que, esta dependerá y responderá a las necesidades de aprovisionamiento para brindar una respuesta rápida y eficiente a su mercado meta. Esta mejora el nivel de funcionamiento de la empresa, hace los costos más competitivos y ayuda a obtener una mejor satisfacción parte del consumidor.

Tabla 2

#### *Funciones de la logística*

<b>Funciones</b>	<b>Definiciones</b>
Gestión de inventario	Determina el nivel de inventario requerido para la empresa con el menor costo posible.
Gestión de pedidos	Es el proceso de búsqueda de proveedor, determinación de artículos requeridos, realizar pedido y recibir los materiales.
Almacenaje	Ubicar, manipular y conservar los productos mientras se encuentran en la empresa.
Control de inventarios	Controla y valora las existencias que se necesitan en almacén en un periodo determinado.
Expedición de mercancías	Adecuación de los pedidos de los clientes, incluyendo el embalaje y etiquetado necesario para resguardar las mercancías.
Transporte	Moviliza los productos desde bodega hasta el punto de venta, en el tiempo y condiciones óptimas.
Servicio al cliente	Proceso logístico comercial que responde a las necesidades del consumidor.

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Lobato (2013).

### 1.3.3.4 Incoterms.

Ligado a la logística se encuentran los términos pactados entre el vendedor y comprador que ayudan a solventar aspectos referentes al traslado, seguros y a definir el traspaso de riesgo o responsabilidades en la entrega de productos.

Los Incoterms se clasifican en las siguientes categorías:

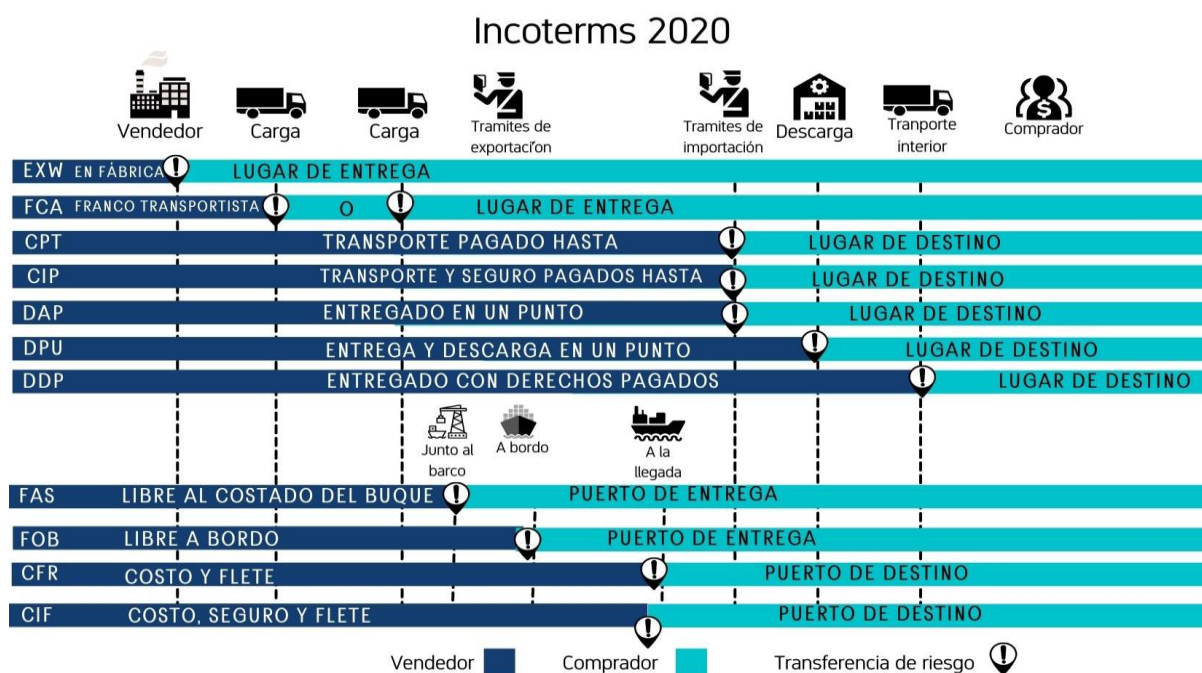
Tabla 3  
*Categorías de Incoterms*

Categorías	Descripción
E	Mínima obligación para el vendedor debido a que, únicamente entrega la mercancía empacada y embalada.
F	Entrega en un lugar de embarque acordado, el comprador designa y para el transporte internacional y asume el riesgo del transporte principal.
C	Entrega de mercancía en un punto de destino, el vendedor designa y paga el transporte, sin embargo, el comprador asume el riesgo del transporte principal y de la mercancía según las cláusulas estipuladas.
D	Entrega en un punto convenido, el vendedor designa y paga el transporte, así como asume el riesgo de transporte principal.

Fuente: información obtenida de Cardenas, D. y Sierra, J. (2020)

### Ilustración 1

*Incoterms 2020 by the International Chamber of Commerce.*



Fuente: elaboración propia con información obtenida de Incoterms 2020 by the ICC.

### 1.3.4 Legal

- Ley de servicios digitales de la Unión Europea: estipula regulaciones para las empresas que ejercen sus actividades por medio electrónicos como: servicios de intermediación, servicios de alojamiento, plataformas online, entre otras; también establece normas para ciudadanos, proveedores y empresas que son clientes de los servicios electrónicos, la principal función de esta ley es hacer valer los derechos de los ciudadanos europeos cuando se convierten en consumidores de este giro de compañías, este documento está en disputa para la implementación de más aspectos.
- Comercio electrónico y venta a distancia o fuera del establecimiento: En la Unión Europea no se cuenta con una ley concertada sobre las regulaciones del comercio electrónico, sin embargo, existe una serie de normativas que deben cumplir las empresas que ofertan productos por medio de plataformas digitales; en estas se detallan los tipos de datos que el consumidor debe saber antes de adquirir un producto de forma electrónica como: datos del vendedor y comprador, garantías, precios, pagos, costos adicionales, contratos, entre otros aspectos que deben ser regulados.
- Reglamento General de Protección de datos (RGPD): Establece cada una de las normativas que se deben cumplir para el tratamiento de datos de las personas físicas de la Unión Europea, de manera que, este reglamento define cada uno de los actores que intervienen en la recopilación de la información y de qué forma deberán de darle tratamiento, así mismo, denota los requisitos que el responsable o encargado debe considerar con el propósito de salvaguardar los datos proporcionados por las personas, las cuales, deberán estar informadas y en la capacidad de decidir si otorgar o no acceso a los datos recopilados por las entidades o terceros.
- Código de comercio: Regula el comercio en El Salvador referente a personas individuales, sociedades mercantiles y las relaciones que estas conllevan, esta ley estipula las

responsabilidades, obligaciones y sanciones por incumplimiento de los anteriormente mencionados, con el fin de cumplir los requisitos estipulados y operar con legalidad en el país.

- Ley de impuesto a la transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios (IVA) en El Salvador: establece que los productos y servicios que son producidos, comercializados, transferidos, exportados o importados declaran IVA en el país, independientemente de los otros impuestos aplicables.
- Ley de protección de datos personales: Esta ley establece que para el tratamiento de datos personales es indispensable la aplicación de mecanismos tecnológicos, métodos y principios que faculten la salvaguarda y confidencialidad de la información, su aprobación se dio en abril del año 2021 y entrará en vigencia un año después de su publicación en el diario oficial de El Salvador.
- Ley de protección al consumidor: Su propósito es proteger los derechos de los consumidores por medio de la Defensoría del Consumidor, la cual impulsa y ejecuta la protección de ellos, actuando cuando estos lo requieran. Bajo esta ley se pueden apoyar todos los consumidores y proveedores, sean personas naturales o jurídicas, regulando cualquier manera de comercialización de bienes o servicios.

La ley de protección al consumidor se encarga de salvaguardar a la población a través de, el cumplimiento de estándares de calidad, normas de seguridad, etiquetado, pesos y medidas de los productos que se encuentran en el mercado, de modo que, las personas estén bien informadas sobre los productos o servicios que desean consumir, garantizando que el proveedor entregará los bienes según lo ofertado.

- Ley de firma electrónica: El Gobierno de El Salvador tiene como objetivo generar las herramientas legales para incrementar la competitividad, motivar el comercio y el desarrollo de la educación a través de la tecnología y comunicación. Por ello, esta ley permite que la firma electrónica se añada a documentos que se envían electrónicamente, impidiendo que estos sean alterados en su ruta por medio de la regulación de los proveedores de servicios de certificación y los proveedores de servicios de almacenamiento de documentos electrónicos.
- Ley de bancos de El Salvador: Regula la función de intermediación financiera, motivando que los bancos otorguen a sus usuarios un servicio transparente, confiable y ágil, contribuyendo así al desarrollo de El Salvador. Todas las entidades financieras pueden registrarse bajo sus disposiciones siempre que no infrinjan esta Ley.

## 2. CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

### 2.1 Método de investigación

La presente investigación es un estudio de carácter cualitativo que da inicio de lo particular a lo general, la cual, posee las características de ser descriptiva y explicativa, siendo sustentada con información obtenida de libros, tesis y documentos de instituciones formales que permiten la comprensión de la temática y así contribuir a la sociedad.

#### **2.1.1 Enfoque de investigación**

El enfoque aplicado es el cualitativo, dado que, se recolectan, analizan y describen procesos que permiten seleccionar al emprendedor la mejor alternativa de exportación a través de e-commerce, según las características de su negocio; así como, identificar los mercados más atractivos a partir de datos estadísticos proporcionados por el Banco Central de Reserva de El Salvador.

### 2.2 Tipo de estudio

#### **2.2.1 De acuerdo al objetivo de investigación**

El tipo de estudio de acuerdo al objetivo de investigación es no experimental – transversal descriptivo, dado que, no se manipulan variables y los datos son recolectados por medio de fuentes secundarias en un período de tiempo único previamente establecido. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) es como “tomar una fotografía de algo que sucede” (p.154).

#### **2.2.2 Según el alcance**

El alcance aplicado en la presente investigación es exploratorio – descriptivo, debido a que, se especifican las principales alternativas que debe considerar el artesano para exportar su producto a través de e-commerce.

## 2.3 Unidad de análisis

Son los documentos, textos e información generados a través de diversos medios, por empresas e instituciones, tanto privadas como gubernamentales, así como artesanos que se dedican, apoyan o tienen interés en la exportación de productos de artesanías, tales como:

- Couriers que operan en El Salvador y realizan envíos a los siguientes países: Alemania, Austria, Bélgica, España, Italia, Francia y Suecia.
- Plataformas digitales para comercio electrónico que operen en El Salvador y la Unión Europea, para la comercialización de artesanías en madera.
- Instituciones que apoyan el proceso de exportación en El Salvador.

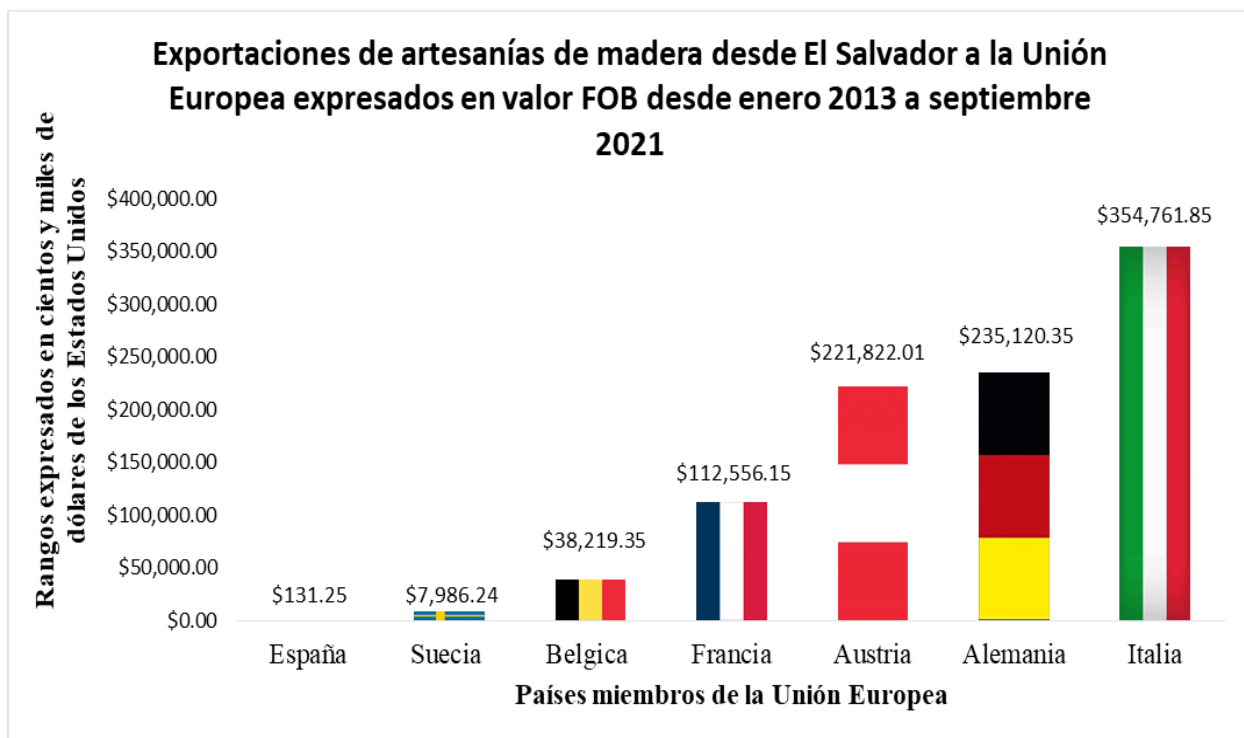
### **2.3.1 Diagnóstico y análisis de la información**

El Salvador cuenta con riqueza cultural y los artesanos la expresan a través de sus creaciones, las artesanías son fuentes de desarrollo de la economía local y por ende generadora de empleos en las comunidades, creando un efecto social, es por tal razón que el Ministerio de turismo de El Salvador tuvo la iniciativa en el año 2013 de crear la Política Nacional de Turismo, con el propósito de incentivar el desarrollo del sector artesanal. Además de, promover y fortalecer el turismo y el sentido de identidad.

En este mismo año entró en vigor el AdA y el país obtuvo beneficios de preferencia arancelaria con acceso inmediato en un 60.22% del universo de productos negociados establecidos en el acuerdo, destacando las artesanías, la cuales representan la identidad y valor cultural de los países, potencializando el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas dedicadas a este rubro.

Según datos estadísticas del Banco Central de Reserva, los países de la Unión Europea a los cuales se exporta en mayor cantidad desde El Salvador son Austria, Alemania e Italia, esto queda reflejado con el código arancelario 44201000 donde están clasificadas las artesanías de madera.

Gráfico 1

*Exportaciones de artesanías de madera de El Salvador a la Unión Europea*

Fuente: Elaboración propia con estadísticas del Banco Central de Reserva de El Salvador.

Identificando así, mercados potenciales para la comercialización de artesanías de madera a través de e-commerce bajo el AdA, el cual brinda preferencias arancelarias del 0% para los siete países anteriormente mencionados. Este es un beneficio que los artesanos pueden gozar solicitando el certificado de origen en el Centro de Trámites Importaciones y Exportaciones (CIEX).

En el año 2020 el gobierno de El Salvador diseñó una plataforma en línea llamada Market sv la cual, permitió a los emprendedores comercializar sus productos y continuar abasteciendo a sus clientes a nivel nacional durante el tiempo de cuarentena. Actualmente, brindan asesoría y se encargan del proceso logístico para que los empresarios puedan acceder a nuevos mercados internacionales.

Debido al COVID-19 la comercialización en línea jugó un rol importante en los países europeos, proporcionando accesibilidad a productos de manera segura en tiempos de confinamiento, donde se debía proteger más la salud de las personas, obteniendo como resultado

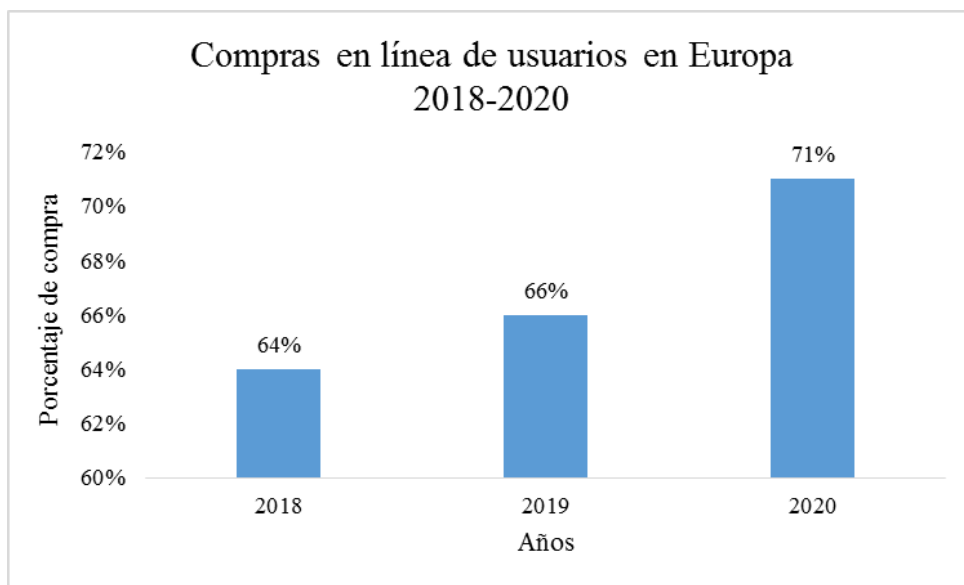


un crecimiento excepcional en la venta de productos, desencadenando muchos cambios en la sociedad y economía de Europa.

En consecuencia, del acelerado crecimiento del comercio electrónico, muchos consumidores europeos compraron en línea por primera vez. En el año 2020 el 71% de la población europea compró bajo esta modalidad, hasta un 66% en 2019 y un 64% en 2018. Las tendencias indican que los consumidores en línea continuaran aumentando, adquiriendo experiencia y considerando las ventajas del e-commerce para obtener sus productos.

Gráfico 2

*Compras en línea de usuarios en Europa*





Fuente: Elaboración propia con información obtenida de E-commerce European.

Los datos anteriores reflejan las oportunidades que poseen los artesanos salvadoreños para incursionar en el mercado electrónico del continente europeo, a través de las diferentes plataformas digitales y soluciones de servicios logísticos ofertados por empresas couriers que operan en ambas regiones.

### 2.3.1.1 Países potenciales para exportación de artesanía de madera a través de E-commerce.

#### Ilustración 2



##### Ficha país de Alemania

<b>País:</b>	Alemania	<b>Patrones de consumo</b>
<b>Idioma oficial:</b>	Alemán	Mercado competitivo y segmentado.
<b>Población (2020):</b>	83.240.525	Valoración por garantía.
<b>Población activa:</b>	43.382.544	Anfitrión de múltiples ferias internacionales.
<b>Territorio:</b>	357.000 km <sup>2</sup>	Calidad exigida en toda la cadena productiva.
<b>Moneda:</b>	Euro	Atracción por la historia y procedencia de los productos.
<b>Religión:</b>	Sur del país: Católica	Crecimiento de ventas online.
	Norte y Centro: Evangélica.	Principal plataforma de compra online es Amazon.
<b>PIB per cápita (2020)</b>	\$46.208.429	Uso de Paypal como medio de pago.
<b>Total de importaciones de El Salvador 2013- Septiembre 2021</b>	\$235,120.35	 

Fuente: Elaborada con datos obtenidos del Banco Mundial, Oficina Económica y Comercial de España en Berlín y el Ministerio de Comercio y Turismo de Perú.

#### Ilustración 3



##### Ficha país de Austria

<b>País:</b>	Austria	<b>Patrones de consumo</b>
<b>Capital:</b>	Viena	Población exigentes con altos estándares de calidad.
<b>Idioma oficial:</b>	Alemán	Auge de compras online de empresas extranjeras.
<b>Población (2020):</b>	8.917.205	El 25% de los consumidores realizan sus compras en su smartphone.
<b>Población activa:</b>	4.572.356	Consumidores de avanzada edad.
<b>Territorio:</b>	83.879 km <sup>2</sup>	Amazon figura el 11.3% de todas las ventas online siendo el líder del mercado.
<b>Moneda:</b>	Euro	Transferencias bancarias y tarjetas de crédito como medio de pago.
<b>Religión (estimaciones según comunidades religiosas):</b>	5 millones son católicos, 700.000 musulmanes, 775.000 cristianos ortodoxos y 292.587 evangélicos.	
<b>PIB per cápita (2020)</b>	\$48,586,801.00	 
<b>Total de importaciones de El Salvador 2013- Septiembre 2021</b>	\$221,822.01	

Fuente: Elaborada con datos obtenidos del Banco Mundial, Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y la Red de Oficinas Económicas Comerciales de España en el Exterior.

## Ilustración 4



*Ficha país de Bélgica*

<b>País:</b>	Bélgica	<b>Patrones de consumo</b>
<b>Capital:</b>	Bruselas	Compras en línea a empresas extranjeras.
<b>Idioma oficial:</b>	Flamenco 57.2%, Francés 31.9% y Alemán 0.7%.	Bol.com, Coolblue y Amazon son las plataformas líderes de ventas online.
<b>Población (2020):</b>	11.555.997	Metodos de pago peculiares (Bancontact)
<b>Población activa:</b>	5.114.000	Existen alrededor de 10.86 millones de usuarios en internet.
<b>Territorio:</b>	30.528km <sup>2</sup>	8 millones de belgas realizan compras online, alrededor de 5 millones de estos hablan flamenco y 3 millones francés.
<b>Moneda:</b>	Euro	Aproximadamente el 60% de los compradores online tienen más de 40 años.
<b>Religión :</b>	Católicos, judíos y musulmanes	El precio es su criterio principal en la decisión de compra
<b>PIB per cápita (2020)</b>	\$45,159,348.00	
<b>Total de importaciones de El Salvador 2013- Septiembre 2021</b>	\$38,219.35	
		 

Fuente: Elaborada con datos obtenidos del Banco Mundial y Oficina Económica y Comercial de España en Bruselas y la Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior.

## Ilustración 5



*Ficha país de España*

<b>País:</b>	España	<b>Patrones de consumo</b>
<b>Capital:</b>	Madrid	El 45% de españoles realizan compras en línea.
<b>Idioma oficial:</b>	Español - Castellano	El 79% de los consumidores paga por medio de tarjetas bancarias.
<b>Población (2020):</b>	47,351,547	Interés por seguridad en el método de pago.
<b>Población activa:</b>	22,799,921	Búsqueda de rapidez en la atención al cliente.
<b>Territorio:</b>	505,983km <sup>2</sup>	Más del 30% del mercado español son personas mayores de 50 años.
<b>Moneda:</b>	Euro	Presencia de mujeres menores de 45 años que se informan en internet y adquieren sus productos por medio de su móvil.
<b>Religión :</b>	Católicos 67.2% y creyentes de otras confesiones 1.7%	El precio y la calidad influyen en la decisión de compra.
<b>PIB per cápita (2020)</b>	\$27,063,194	
<b>Total de importaciones de El Salvador 2013- Septiembre 2021</b>	\$131.25	
		 

Fuente: Elaborada con datos obtenidos del Banco Mundial, España Exportación e Inversiones (ICEX) y Ministerio de Industria Comercio y Turismo del gobierno de España.

## Ilustración 6



*Ficha país de Francia*

<b>País:</b>	República Francesa (Francia)	<b>Patrones de consumo</b>
<b>Capital:</b>	Paris	Al 66% de los consumidores franceses les gusta la variedad de oferta y productos novedosos.
<b>Idioma oficial:</b>	Francés	El 69% afirma que les gustaría que las marcas digitales contaran también con puntos de venta físicos.
<b>Población (2020):</b>	67,391,582	Son exigentes con la calidad y presentación de los productos.
<b>Población activa:</b>	30,033,626	El e-commerce representa el 8.5% en la distribución generalizada en Francia, es un sector con mucho dinamismo.
<b>Territorio:</b>	545,630 km <sup>2</sup>	Los franceses adquieren los productos que consideran tienen la mejor relación con precio, calidad y presentación.
<b>Moneda:</b>	Euro	Los métodos de pago más utilizados son con tarjetas de crédito y débito.
<b>Religión :</b>	Católica, Islam, Judaísmo, Protestantismo y Budismo.	
<b>PIB per cápita (2020)</b>	\$39,030.36	
<b>Total de importaciones de El Salvador 2013-Septiembre 2021</b>	\$112,556.15	
		 

Fuente: Elaborada con datos obtenidos del Banco Mundial, Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y la Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior.

## Ilustración 7



*Ficha país de Italia*

<b>País:</b>	Italia	<b>Patrones de consumo</b>
<b>Capital:</b>	Roma	El 49% de italianos compran en línea.
<b>Idioma oficial:</b>	Italiano	El 46.21% de los italianos prefiere pagar con tarjetas bancarias.
<b>Población (2020):</b>	59,554,023	Las plataformas digitales más utilizadas en Italia son Amazon, e-Bay, Facebook Marketplace.
<b>Población activa:</b>	25,080,671	La calidad y el servicio pos-venta son vitales antes de adquirir algún producto.
<b>Territorio:</b>	302,073 km <sup>2</sup>	Uno de cada dos personas en Italia utiliza el móvil para realizar compras o comparar precios en línea.
<b>Moneda:</b>	Euro	
<b>Religión :</b>	No existe religión oficial. La mayoría son católicos.	
<b>PIB per cápita (2020)</b>	\$31,714,221	
<b>Total de importaciones de El Salvador 2013-Septiembre 2021</b>	\$354,761.85	
		 

Fuente: Elaborada con datos obtenidos del Banco Mundial y Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación y la Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior.

## Ilustración 8

*Ficha país de Suecia*

<b>País:</b>	Reino de Suecia	<b>Patrones de consumo</b>
<b>Capital:</b>	Estocolmo	El consumidor sueco es exigente
<b>Idioma oficial:</b>	Sueco	Poseen un poder adquisitivo medio mas elevado que otros países de europa.
<b>Población (2020):</b>	10,353,442	Valora los siguientes aspectos en su decisión de compra
<b>Población activa:</b>	5,477,192	Interes por el proceso productivo y condiciones favorable para los trabajadores y el respeto al medio ambiente.
<b>Territorio:</b>	450,295 km <sup>2</sup>	
<b>Moneda:</b>	Corona sueca	El mercado electronico en este pais se encuentra en constante crecimiento.
<b>Religión :</b>	Luterana	
<b>PIB per cápita (2020)</b>	\$52,274,409	Son sensibles a los precios
<b>Total de importaciones de El Salvador 2013- Septiembre 2021</b>	\$7,986.24	 

Fuente: Elaborada con datos obtenidos del Banco Mundial, Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Roma y Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo.

### 3. CAPITULO III: APOORTE DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Análisis teórico y contextualización a la realidad investigada

#### 3.1.1 Análisis Teórico: Proceso de inscripción como exportador, plataformas de e-commerce, couriers y entidades de apoyo en El Salvador

##### 3.1.1.1 Proceso de inscripción como exportador.

Los empresarios y/o emprendedores, deben estar formalizados legalmente para registrarse en calidad de exportador en el Centro de Trámites Importaciones y Exportaciones (CIEX), autorizándoles vender sus productos en diversos mercados extranjeros entre ellos los siete países de estudio, con los cuales, se tiene preferencias arancelarias del 0% presentando la certificación de origen otorgada por esta misma entidad.

#### Ilustración 9

##### Proceso de inscripción como exportador para personas naturales



Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Portal de Transparencia del Banco Central de Reserva de El Salvador.

## Ilustración 10

*Proceso de inscripción como exportador para persona jurídica*

Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Portal de Transparencia del Banco Central de Reserva de El Salvador.

**3.1.1.2 Proceso de certificación de origen.**

## Ilustración 11

*Proceso de certificación de origen.***PROCESO DE CERTIFICACIÓN DE ORIGEN**

Enviar certificado de circulación de mercancías y declaración en factura al CIEX por medio de correo electrónico.

**Paso 1****Paso 2**

Presentar los documentos en la Ventanilla Exportaciones para su autorización

Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Portal de Transparencia del Banco Central de Reserva de El Salvador.

### *3.1.1.3 Principales plataformas de terceros en E-commerce.*

Estas plataformas pueden ser una opción de canal de distribución para las artesanías de madera, puesto que, otorgan acceso a productos sin importar la zona horaria y geográfica; al ser marketplaces ya establecidas no se requiere incurrir en mayores costos para la creación de tienda en línea; cuentan con reconocimiento por parte de los consumidores a nivel internacional, logrando así, un gran posicionamiento, sin embargo, puede llegar a generar competencia por la gran cantidad de vendedores que aglutina, forzando a revisar y adaptar la oferta. A continuación, se detallan algunas:

#### *Ebay.*

Ebay es una plataforma digital nacida en los años 90, desde entonces posee más de mil millones de artículos y ventas anuales. Enlaza a compradores y vendedores de todo el mundo en un espacio virtual donde pueden encontrar una amplia diversidad de productos. Existen dos modalidades para vender en este espacio: precio fijo o subasta.

**Precio fijo:** La mayor parte de los artículos se encuentran bajo esta modalidad y consiste en que el usuario paga el precio que el comprador ha definido.

**Subasta:** El vendedor especifica un precio base, a partir del cual los usuarios compiten por el producto en un periodo de tiempo establecido, de modo que, el comprador con la oferta más atractiva adquiere el artículo.

#### *Amazon.*

Es una empresa que se encuentra en Washigton y fue fundada en 1995, actualmente, es una de las empresas más reconocidas en el e-commerce, posee alrededor de 300 millones de clientes en el mundo y su amplio desarrollo se debe a la innovación en cuanto a tecnología. Así mismo, sus



métodos de comercialización de artículos, permiten a los vendedores promover sus productos alrededor del mundo, puesto que, la plataforma está presente en más de 180 países.

#### *Market SV.*

Es una plataforma desarrollada en El Salvador, tiene como propósito conectar compradores nacionales e internacionales con proveedores locales, este proyecto surge con la iniciativa de Correos El Salvador. Actualmente, Market sv posee aproximadamente 700 emprendedores suscritos y un catálogo de más de 1000 productos, realizando envíos internacionales hacia ocho destinos de los cuales tres de estos son España, Italia y Suecia.

#### *3.1.1.4 Plataforma propia de E-commerce.*

Este tipo de plataforma permite administrar las ventas realizadas y la única marca que sobresale es la propia, logrando que el consumidor solo se centre en la misma, alcanzado así, un posicionamiento notable y un amplio manejo o gestión de inventario. Para diseñar una tienda en línea el empresario puede contratar a un experto en programación que se encargue de crear y brindar mantenimiento a esta misma, debido a que, si hay un fallo en el servidor la tienda no funcionaría y se consideraría cerrada, por tal razón se perderían ventas.

No obstante, sí la empresa no tiene los recursos para contratar a alguien para esta actividad, puede utilizar plataformas que facilitan la elaboración de tiendas en línea sin conocimiento previo en programación. A continuación, se presenta Shopify, una de las opciones para crear una plataforma propia fácilmente, sin embargo, existen muchas más en el mercado.

#### *Shopify.*

Shopify es una empresa que cuenta con más de 5,000 trabajadores y aproximadamente 1,700,000 negocios en el mundo. Dicha empresa nace con el propósito de facilitar la creación de

tiendas en línea, sus usuarios no requieren de un conocimiento de programación, puesto que, pretenden reducir las barreras para que todos puedan vender en línea.

El software desarrollado por esta empresa permite que los emprendedores diseñen su página de e-commerce con un dominio propio de manera fácil y con herramientas útiles, tales como: control de pedidos, inventario de productos, gestionar los detalles de cada cliente y acceder al historial de compra, informes y estadísticas del tráfico de la página, ventas realizadas en la tienda en tiempo real y el país donde ha originado el pedido.

De igual manera, permite configurar el diseño de la página, crear campañas de marketing y crear anuncios automatizados según el comportamiento de los clientes en la tienda, que serán mostrados en el correo electrónico, redes sociales como Facebook, Instagram, Snapchat, Tik tok, entre otras.

#### *3.1.1.5 Principales Couriers que operan en El Salvador.*

Estas empresas se encargan de realizar entregas de manera urgente con el propósito de trasladar de manera rápida y eficiente paquetes, los cuales pueden contener mercancías, productos o documentación de carácter importante. A continuación, se mencionan algunas de las empresas que operan en este rubro en el país y realizan envíos hacia diferentes destinos establecidos en esta investigación.

##### *Correos de El Salvador.*

Es una institución cuya dependencia es del ministerio de gobernación, brinda servicios de entrega postales y logísticos con cobertura a nivel nacional e internacional, actualmente cuenta con 92 sucursales alrededor del país. A continuación, se enlistan los servicios postales que oferta Correos El Salvador que podrían ser de utilidad para el envío de artesanías.

- EMS, es un servicio tipo Courier de categoría especial: incluye embalaje, seguimiento, localización e indemnización, posee un tiempo de entrega estimado de 6 a 8 días para el resto del mundo con un peso máximo de 30 kg.
- Encomiendas postales, admite paquetes y objetos de carácter comercial y personal brinda beneficios como indemnización con una cantidad fija, código de control y rastreo, el tiempo de entrega estimado es de 10 a 15 días para el resto del mundo.
- Pequeño paquete certificado, puede contener objetos en pocas cantidades con un peso máximo de 2 kg y un tiempo estimado de 8 a 12 días hábiles para el resto del mundo.

### *DHL.*

Es una empresa especializada en logística que posee un gran alcance global para la entrega de productos, documentos y paquetes en 220 países del mundo, lo cual, es posible a través de DHL express, express worldwide, express envelope y express easy. Tiene cobertura en los siete países contemplados en esta investigación, el costo de envío estará sujeto a la ubicación de destino, debido a que, este puede variar según la zona.

Cuentan con una calculadora que estima el costo de envío hacia los destinos en los que ellos tienen presencia, por lo que, sirve de parámetro para conocer el monto aproximado para el envío de paquetes. Así mismo, si se desea adquirir una cuenta con DHL express, se puede solicitar a través de su página web realizando el llenado de información que ellos solicitan. Algunos de los beneficios que esta empresa otorga al estar suscrito son los siguientes:

- Tarifas preferenciales.
- Administración de cuentas.
- Recolecciones regulares donde el asociado indique.
- Cotizaciones en línea con aplicación de tarifas especiales.
- Entrega puerta a puerta.
- Rastreo y seguimiento del paquete.
- Facturas con detalle de cada uno de los costos.
- Beneficio de importar y exportar a 220 países.
- Opciones para pago de gastos de aduana.

*Fedex.*

Fedex se encarga de la importación o exportación de paquetes hacia más de 220 países, sin importar el peso, esta empresa oferta servicios de envío rápido o en tiempos estándar de manera confiable y algunos de sus beneficios son:

- Al crear una cuenta el usuario cuenta con herramientas que facilitan los envíos, incluyendo la capacidad de analizar la información de envío, tendencias e informes.
- Paquetes de hasta 68kg poseen servicio de puerta a puerta.
- Garantía de devolución de dinero (costo extra).
- Envíos con prioridad o económicos a todo el mundo, ambos con la misma fiabilidad.
- Entregas desde 2 a 4 días hábiles hacia Alemania, Austria, Bélgica, España, Italia, Francia y Suecia con diferentes programas según necesidades del usuario.
- Descuento por volumen según tarifas personalizadas.
- Servicio de corrección de dirección por un costo adicional.
- Servicio de entrega los días sábado por un costo adicional.
- Envío a ubicaciones remotas o menos accesibles por un costo adicional.
- Herramientas de liberación aduanal, donde obtienen información para los envíos internacionales y cumplir con los requisitos de liberación aduanal, transferencia de documentos aduanales de manera electrónica y gratis.
- Servicio de packaging disponible completamente gratis para paquetes internacionales con el programa FedEx Express.
- FedEx Standard Packaging, disponible para la compra de cajas especiales de varios tamaños y formas, se consulta disponibilidad y precios en centros de envío.

*UPS.*

Empresa logística enfocada en la innovación para ayudar a sus clientes a enviar sus paquetes a más de 220 países en todo el mundo. Se conocen por ser los líderes del mercado y su estrategia de siempre ubicar en primer lugar al cliente, los beneficios de contratar sus servicios son:

- Diversos planes de envíos desde 2 a 3 días laborales hacia toda Europa.
- Envíos a áreas remotas por recargo adicional.
- Opción de cálculo de hora de entrega de cualquier paquete.
- Calculo de tiempo y costo del envío en línea, si no aparece esta información del país seleccionado es posible comunicarse la oficina local de UPS para obtener estos detalles.
- Descuentos especiales para mujeres emprendedoras bajo el programa Women Exporters Program. Además de recibir asistencia técnica para pequeñas y medianas empresas en e-commerce.
- Servicio de entrega los días sábados.
- UPS Mobile, aplicación para que sus usuarios conozcan los detalles de sus paquetes e incluso puedan modificar el horario o ubicación de entrega del domicilio.

#### *Transexpress El Salvador.*

Es una empresa encargada de recibir y entregar paquetes, realizar trámites aduanales y servicio de casilleros únicamente para realizar compras en el exterior. Realizan envíos de paquetes a más de 200 países a nivel mundial incluyendo Alemania, Austria, Bélgica, España, Italia, Francia y Suecia.

Para obtener cotizaciones digitales de envíos de paquetes es necesario poseer una cuenta y es posible crearla desde el sitio web para poder realizar consultas, así mismo, es posible entrar en contacto por medio de llamada telefónica o acercándose a sus oficinas, debido que, no cuentan con una calculadora digital para envíos, porque todo está sujeto al tipo de producto y destino.

#### *3.1.1.6 Entidades de apoyo a exportadores en El Salvador*

Para realizar una exportación exitosa los artesanos deben conocer las entidades de apoyo en el país, debido a que, estas tienen acceso a información comercial e investigaciones de mercado, brindan asesorías de negocio, posicionamiento, mercadeo, entre otros; además de, proporcionar

una guía y seguimiento para la identificación del potencial exportador que posee una empresa, ayudando a crear productos más competitivos en el mercado exterior.

*Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT)*

COEXPORT es una institución privada de carácter no lucrativa que brinda asistencia especializada a los empresarios del país para ingresar a nuevos mercados internacionales, por lo que, representan sus intereses incidiendo en las políticas del sector.

Tiene como objetivo principal impulsar el crecimiento exportador, entre estos artesanos, para alcanzar éxito en el exterior. Sus miembros representan al 60% de las exportaciones de El Salvador y obtienen apoyo en diversas áreas como: representación gremial, asesoría, gestoría, registro de productos y servicios, programa de apoyo al desarrollo exportador, formación, matchmaking y promoción comercial. Anualmente oferta diferentes programas de formación en distintas áreas para impulsar el éxito de todos sus miembros. Actualmente, posee más de 300 exportadores.

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

CONAMYPE surge como una dependencia de la Vicepresidencia de la Republica de El Salvador en 1996, su principal propósito es brindar apoyo a los emprendedores y dueños de micro y pequeñas empresas por medio de: capacitaciones, acompañamiento técnico y legal para el buen funcionamiento y cumplimiento de obligaciones de carácter formal.

Además, esta institución realiza foros y diplomados para fomentar e incentivar la oferta exportable de la MYPE y de la misma forma fortalecer conocimientos y aspectos básicos para la planificación del proceso de exportación siendo esta una de sus apuestas en el Plan estratégico Institucional 2020-2024.

Así mismo, a través de la alianza público-privada-academia, el Ministerio de Economía junto con CONAMYPE impulsó la implementación de Centros de Desarrollo de Micro y Pequeñas empresas (CDMYPE) donde proporcionan servicios de asesoría empresarial, financiera, en

tecnologías de información y comunicaciones, en empresarialidad femenina, capacitaciones, asistencia técnica y vinculación. Actualmente, cuenta con 14 centros que atiende a empresarios y emprendedores en todo el país.

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

Es una institución autónoma creada para promover las exportaciones en El Salvador así mismo, se encarga de atraer inversiones y contribuir al desarrollo socioeconómico del país, trabaja en conjunto con instituciones públicas y privadas según sea la necesidad de cada caso, son profesionales en comercio internacional.

Algunas actividades que realizan con respecto a exportaciones son:

- Identifican oportunidades estratégicas de mercados para el aprovechamiento de los tratados que ayuden a promover las exportaciones.
- A través de diferentes actividades difunden y promocionan los productos y servicios que son exportados.
- Asesorías, capacitaciones y asistencias técnicas para apoyar la competitividad de las empresas en el exterior.
- Realizan estudios de mercados en el exterior para poder promover los productos salvadoreños en el destino adecuado.
- Poseen guías sobre los trámites antes de exportar.

Cuentan con una serie de servicios, programas y proyectos que benefician y apoyan a las empresas que no poseen experiencia en el ámbito de comercio internacional, buscando impulsar el potencial que El Salvador posee en los países donde un servicio o producto puede comercializarse y ser competitivo.

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

CIEX, es una institución gubernamental que tiene por objetivo principal centralizar, agilizar, simplificar y autorizar los documentos de importación y exportación de productos, para contribuir

a la competitividad de las empresas salvadoreñas en los mercados internacionales, además es la entidad encargada de otorgar la calidad de exportador y certificación de origen en El Salvador.

### **3.1.2 Análisis teórico de la realidad investigada**

La suscripción de El Salvador al AdA representó una apertura de cooperación comercial con la Unión Europea, brindando así, una oportunidad para la exportación de productos negociados con un acceso del 60.22% del universo de estos mismos, de los cuales, el rubro de artesanías cuenta con un potencial exportador, siendo uno de los productos más demandados en el año 2018 por este bloque según la base de datos del Banco Central de Reserva de El Salvador.

Los principales destinos a los que El Salvador ha realizado exportaciones a partir de la entrada en vigencia del AdA hasta septiembre del 2021 son: Italia, Alemania, Austria, Francia y Bélgica. En el año 2016 Suecia comenzó a importar de manera esporádica y durante los años 2020-2021 lo hizo de forma consecutiva, en el caso de España realizó importaciones en pequeñas cantidades en el año 2015, 2016 y 2021, sin embargo; este puede ser un mercado potencial para la comercialización de artesanías de madera, debido a que, el país cuenta con un desarrollo en comercio electrónico y se comparte el español como lengua oficial (véase anexo 2).



## Ilustración 12

## Homologación de código arancelario en El Salvador y la Unión Europea

EL SALVADOR		Código arancelario		UNIÓN EUROPEA	
4	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería	4	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera; corcho y sus manufacturas; manufacturas de espartería o cestería		
44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de maderas	44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de maderas		
4420	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	4420	Marquetería y taracea; 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		
442010	- Estatuillas y demás objetos de adorno, de madera	442011	-- De maderas tropicales		
44201100000	-- De maderas tropicales	44201110	--- De las maderas tropicales citadas en la Nota complementaria 2 de este Capítulo		
44201900000	-- Los demás	4420111010	---- Hechos a mano		
		4420111090	---- Los demás		

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del SAC y TARIC Unión Europea.

Las artesanías elaboradas con madera según el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) se encuentran clasificadas en la subpartida 442010, dividida en los códigos arancelarios 44201100000 detallando las artesanías hechas con maderas tropicales y en 44201900000 incluyendo las demás maderas para elaborar las mismas.

Mientras que, en el Arancel Integrado de las Comunidades Europeas (TARIC) se ubican en la subpartida 442011, que está comprendida por el código arancelario 44201110 especificando artesanías de maderas tropicales citadas en la nota complementaria 2 del capítulo, del cual se desglosan los códigos 4420111010 hechos a mano y 4420111090 los demás.

La Unión Europea permite el ingreso de las artesanías con un 0% de arancel sí se cumple con la regla de origen, actualmente, la triangulación de materias primas es permitida cuando estas

proviene de los países que forman parte del AdA cuyo proceso se denomina acumulación bilateral.

Así mismo, es permitida la acumulación diagonal para la materia prima proveniente de la comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú), por lo que, el producto no pierde la calidad de ser originario de un país centroamericano. Para obtener un certificado de origen en El Salvador se solicita al CIEX.

El AdA contiene un apartado donde establece el compromiso en materia de cooperación en comercio electrónico, especialmente en asistencia técnica con el propósito de impulsarlo en ambas regiones cumpliendo con estándares internacionales para la protección de datos de usuarios, establecidos, por tal razón, la Unión Europea financió el proyecto “Vinculando Empresas de Mujeres Centroamericanas con el Mercado de Artesanías y Decoración de Interiores”.

Este proyecto fue dirigido hacia mujeres artesanas con intención de exportar sus productos a la Unión Europea, brindando asesoría a 200 empresas aproximadamente, suponiendo un desarrollo en el rubro de artesanías y apertura a nuevos mercados por medio de tiendas en línea a través de plataformas de terceros como Ebay y el desarrollo de e-commerce en softwares como Shopify y WooCommerce.

A medida que la globalización avanza el mundo experimenta la búsqueda de expresiones artísticas y culturales que representen la identidad y valor cultural de los pueblos, regiones y países manifestando sus creencias, vivencias y costumbres que los caracterizan.

Las artesanías representan la riqueza cultural salvadoreña que es concebida a partir de la imaginación, experiencias y conocimientos adquiridos por los artesanos que posteriormente son plasmados en materiales como la madera y obtienen un valor monetario, aportando así, a la economía local y a la generación de fuentes de empleos con condiciones óptimas.

En El Salvador este sector ha llamado la atención de instituciones gubernamentales como el MITUR, el cual, en 2013 elaboró una política de turismo con enfoque a las artesanías, impulsando la creatividad, innovación e identidad cultural, así como, generar riqueza y fuentes de empleo. La artesanía salvadoreña se caracteriza por su identidad y valor cultural que puede ser transmitida fuera del país al exportar estos artículos por medio del comercio electrónico, actualmente el país cuenta con algunos pueblos que se caracterizan por su actividad en este rubro:

Tabla 4

*Principales pueblos productores de artesanías*

<b>Pueblo</b>	<b>Artesanías</b>
Ilobasco	Figuras de barro y utensilios como ollas, comales y cantaros.
Panchimalco	Objetos de barro, madera y textiles.
San Sebastián	Mantas elaboradas en telares de pedal como hamacas, conchas y manteles.
San Ignacio	Talleres de objetos de madera.
La Palma	Figuras decorativas en madera y tela de manta.
Guatajiagua	Utensilios de barro negro.
Santo Domingo de Guzmán	Alfarería con barro rojo.

Fuente: Elaboración propia con información obtenida del Ministerio de Turismo en El Salvador.

La constante innovación es un factor que ha permitido la creación del internet y tecnologías que son esenciales para el desarrollo del comercio electrónico, proporcionando a muchas personas de diferentes partes del mundo acceso a diversidad de información, productos y servicios, revolucionado así la manera de comprar y vender, haciendo los procesos cada vez más fáciles.

Los patrones de consumo han ido modificándose con el tiempo, las nuevas tecnologías han impactado bastante en dichos cambios y obliga que las empresas innoven y se ajusten a dichos cambios. Con el surgimiento del COVID-19 los patrones de compra en línea han aumentado, ya que, debido a las restricciones de salud, el distanciamiento social y el cierre de los negocios presenciales obligaron a las empresas a reinventarse y ejecutar todo su proceso de venta en línea; esto también representó una oportunidad de desarrollo de e-commerce donde se puede adquirir

una amplia oferta de productos desde cualquier parte del mundo, solo con acceder a dispositivos inteligentes.

Según los datos estadísticos mencionados por E-commerce Europe el comercio electrónico en Europa tuvo un crecimiento acelerado, dado que, muchos consumidores de esta región realizaron su primera compra en línea, los datos mostraron una tendencia de aumento en la cantidad de usuarios en internet, permitiendo que adquirieran y valoraran las ventajas que supone la utilización del e-commerce al momento de obtener sus productos. Para el año 2020 los consumidores y vendedores se vieron obligados a utilizar este método de comercialización debido a la crisis mundial del COVID-19.

La Unión Europea es un mercado potencial para El Salvador, debido a que, la población está familiarizada con las compras en línea, brindando así, una oportunidad de acortar distancia geográfica existente entre ambos continentes por medio de las plataformas digitales propias y de terceros, los países potenciales que han sido identificados en los datos del BCR para el ingreso de artesanías de madera de El Salvador son: Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Italia y Suecia.

El comercio electrónico facilita el proceso de compra, dado que, el consumidor tiene acceso a catálogos e información de productos sin importar la ubicación geográfica en el que el comprador se encuentre, siempre y cuando la tienda tenga alcance de cobertura en ese territorio, de igual manera, permite acceder a nuevos mercados internacionales con bajos costos porque se opera de forma virtual permitiendo adaptar y controlar las estrategias implementadas.

Para comercializar y promocionar productos en el extranjero, a través de comercio electrónico, los artesanos pueden optar por una plataforma propia o de terceros, la selección de esta dependerá de la necesidad y capacidad de recursos humanos, productiva y financiera del negocio algunas de las plataformas funcionales para la comercialización en línea para el mercado europeo son: Ebay, Amazon, Market sv y Shopify.

Por medio de estas plataformas digitales se pueden realizar transacciones comerciales de empresa a consumidor (B2C), donde el artesano vende su producto a un consumidor final, así como de empresa a empresa (B2B), en el cual, el acto comercial se llevará a cabo con una empresa europea siempre y cuando esta se contacte con el vendedor antes de realizar su pedido.

Cada plataforma de venta en línea utiliza diferentes métodos y pasarela de pago. Por ejemplo, ebay, amazon y Shopify permiten la utilización de PayPal además de tarjetas de débito y crédito, mientras que, Market sv solo acepta el pago de tarjetas de crédito VISA o Master Card, sin embargo, la elección de la plataforma e-commerce dependerá de las necesidades, capacidad productiva y financiera de la empresa.

Además existe la plataforma de terceros Etsy, la cual, atrae la atención de emprendedores porque se especializa en la comercialización de productos hechos a mano, sin embargo, por la nueva política implementada en el método de pago, los artesanos de El Salvador ya no pueden acceder, puesto que, Etsy utiliza un sistema de pago que no se encuentra habilitado en el país.

Para completar el proceso de venta en la plataforma es necesario contar con un courier para la entrega inmediata del producto, algunas opciones que operan en El Salvador y realizan envíos a Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Italia y Suecia son Correos El Salvador, DHL, Fedex, UPS y Transexpress.

Estas empresas tienen una amplia experiencia en servicios logísticos, realizando entregas inmediatas en domicilios indicados por el comprador, además, sus usuarios pueden rastrear sus paquetes para controlar la estancia de su producto por medio de un código de rastreo, sin embargo, cada uno dispone de ciertos beneficios especiales por los cuales se diversifican entre ellos. Por ejemplo, Correos de El Salvador al ser una institución gubernamental posee 92 sucursales en todo el país, haciendo más fácil la recolección de paquetes a enviar, además, sus costos de envío regularmente son inferiores en comparación con otras empresas que prestan dicho servicio.

DHL brinda tarifas preferenciales a los empresarios que deciden asociarse a ellos, para acceder a dicho beneficio se debe registrar y proporcionar toda la información personal o de la empresa, al recibir la confirmación se podrá disfrutar de estas tarifas, también tienen habilitado recolecciones regulares donde el suscrito indique. Cuenta con amplia cobertura en más de 220 países, incluidos los siete países contemplados en esta investigación.

Por otra parte, Fedex promete a sus usuarios entregas en lugares remotos, otorgando mayor cobertura y accesibilidad para el destinatario, adicionalmente, proporcionan tarifas preferenciales por envíos de mayor cantidad o volumen; los clientes pueden obtener empaques de manera gratuita o por un costo adicional, según sea el servicio contratado.

Igualmente, UPS realiza envíos a locaciones remotas por un costo extra, además, cuentan con un programa especialmente para mujeres exportadoras llamado Women Exporters, donde otorgan descuentos especiales y asistencia técnica en e-commerce; sus usuarios pueden acceder fácilmente a la aplicación UPS Mobile, la cual, muestra los detalles de sus paquetes, horarios y ubicación de domicilio con la posibilidad de poder modificarlo de ser necesario.

Así mismo, Transexpress cuenta con cuatro sucursales físicas a nivel nacional con los servicios courier necesario para el envío de productos, permitiendo agendar la recolección de estos a través de llamada telefónica o en su página web; a diferencia de los demás couriers para cotizar es necesario ponerse en contacto con servicio al cliente, debido a que, no posee tarifario y calculadora de envío virtual.

Antes de realizar el envío del producto es necesario que el exportador cumpla con los requisitos para ingresar a nuevos mercados, por lo que, entidades como COEXPORT, continuamente brindan programas de apoyo para el exportador donde se les capacita. Además, crean ferias y publicaciones de catálogos con el objetivo de promover los productos en mercados internacionales, dicha entidad,

dispone de un Centro de Documentación en el cual se facilita diversidad bibliográfica nacional e internacional, generando así información de comercio internacional.

Mientras que CONAMYPE, se caracteriza en proporcionar acompañamiento técnico y legal, a través de foros y diplomados que fortalecen los conocimientos en la planificación del proceso de exportación, con el propósito de expandir la oferta de la micro y pequeña empresa en mercados internacionales.

PROESA, se especializa en gestionar inversiones que contribuyen al desarrollo socioeconómico de El Salvador, creando alianzas con instituciones de carácter público y privada para la promoción de exportaciones. Sus actividades consisten en la identificación de oportunidades de mercado según los tratados de libre comercio vigentes, por medio de, estudios de mercado internacionales que abonen a la competitividad de las empresas.

CIEX proporciona asesorías a los exportadores que deseen apoyo para identificar los productos que según el sistema armonizado aplican a las preferencias arancelarias según los acuerdos o tratados de libre comercio vigentes, así como, comprobar el cumplimiento de criterios de regla de origen para la emisión del certificado.

### **3.1.3 Caso: “Vinculando empresas de mujeres centroamericanas con el mercado de artesanías y decoración de interiores”**

El siguiente caso servirá para la comprensión de la realidad, desarrollo y apoyo al comercio electrónico en la región centroamericana, especialmente a empresas lideradas por mujeres que desean exportar hacia la Unión Europea.

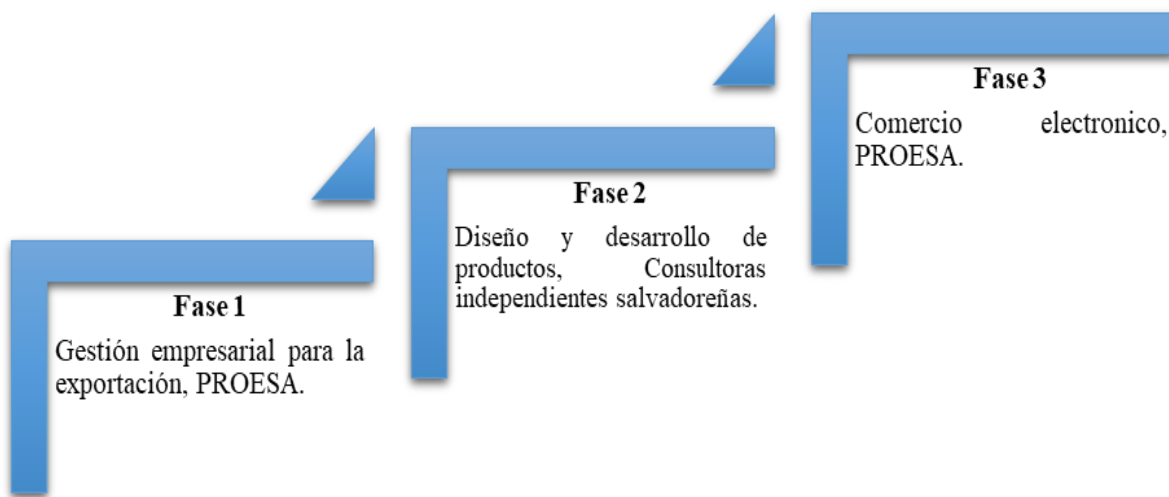
Este proyecto tiene por objetivo beneficiar los siguientes países Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá. Es desarrollado por el Centro de Comercio Internacional (ITC por sus siglas en inglés) en colaboración con la Secretaría de Integración

Económica Centroamericana (SIECA) y con instituciones nacionales y es financiado por la Unión Europea.

En el 2018 se firmó el memorándum de entendimiento, donde las entidades de apoyo se comprometieron a trabajar bajo el objetivo común de empoderar mujeres de Centroamérica con potencial de exportación. Dicho proyecto se ejecutó en tres fases, las cuales consisten en:

### Ilustración 13

*Fases del proyecto vinculando empresas de mujeres centroamericanas con el mercado de artesanías y decoración de interiores*



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de PROESA.

El programa finalizó el martes 5 de octubre de 2021, donde virtualmente estuvieron presente todas las entidades que lideraron dicho proyecto que empoderó a las artesanas de Centroamérica, fortaleciendo sus capacidades exportadoras para vender por medio de plataformas digitales propias o de terceros, proporcionándoles herramientas para promocionar sus artesanías en línea permitiendo aprovechar los beneficios del AdA.



### *3.1.3.1 Empresas de éxito que participaron en el programa.*

#### *Rengifo.*

Dio inicio en el año 2015 su fundadora es María Rengifo de Martínez, dicha empresa se dedica a la fabricación de productos artesanales pintados a mano por mujeres salvadoreñas en un ambiente de trabajo adecuado, actualmente cuenta con su propia tienda en línea, la cual, fue diseñada en Shopify. Rengifo formó parte del programa financiado por la Unión Europea en cooperación con el ITC y otras entidades e instituciones que se añadieron al proyecto siendo una empresa de éxito que logró cumplir el objetivo principal de dicho programa, permitiéndoles acceder a mercados internacionales como: Australia, Reino Unido, Alemania y España de forma electrónica.

#### *Eufonía.*

Empresa salvadoreña especialista en la elaboración de diversas joyas y accesorios con estampados coloridos y atractivos. Todo el proceso es realizado en Eufonía desde el diseño hasta la producción, se caracterizan por ofertar piezas únicas, elaboradas 100% a mano y con mucho amor; también formaron parte del programa anteriormente mencionado, implementando sus nuevos conocimientos de comercio electrónico en su propia plataforma donde personas de diferentes partes del mundo pueden conocer y adquirir sus productos.

#### *Vitrales by Margarita Llort.*

Vitrales se dedica a crear arte hecho a mano en vidrio con materiales que son ecoamigables, fue fundada por Margarita Llort quién es maestra y su hijo arquitecto Miguel Saade en 2003 decidieron formalizar el emprendimiento. Debido al proyecto realizado por el ITC permitió desarrollarse en el ámbito de exportaciones por medio de e-commerce, impulsando al desarrollo de su propia página web y así poner en práctica los conocimientos adquiridos en los diferentes talleres impartidos por las entidades.

## Ilustración 14

*Resultados del proyecto vinculando empresas de mujeres centroamericanas con el mercado de artesanías y decoración de interiores*

**135** Empresas recibieron sesiones para desarrollar nuevos productos para e-commerce



**45** Empresarias desarrollaron un total de **202** nuevos productos para su exportación en línea.



**128** Diseñaron materiales digitales de calidad.



Un total de **124** empresas recibieron pedidos en línea.

**122** Lideresas incluyeron las TIC en el desarrollo de productos, creación y producción de elementos audiovisuales



**1** Central American Hub creado en **ebay**



**2,510** Productos ofrecidos en línea.

Fuente: elaboración propia con información obtenida del SIECA.

## CONCLUSIONES

El desarrollo de la informática y el internet ha brindado las facilidades de comunicación entre empresas y consumidores, cambiando los patrones de consumo debido a la diversidad de productos e información encontrada en la web, de manera que, cada vez más personas buscan y adquieren lo que necesitan por medio de tiendas en línea, generando así, un crecimiento en el comercio electrónico que permite a los empresarios acceder a distintos mercados.

El comercio electrónico había tenido un crecimiento favorable en el transcurso de los años, sin embargo, debido a la pandemia tuvo un aumento acelerado, especialmente en Europa donde la mayor parte de su población tiene acceso a internet, un interés por marcas extranjeras, valor por la historia y procesos productivos; además, se aseguran que la empresa labore con condiciones favorables para sus colaboradores y el medio ambiente.

Actualmente existe una variedad de plataformas en línea donde las artesanías pueden ser promovidas y comercializadas, por medio de modelo B2B y B2C, proporcionando a los artesanos la oportunidad para expandir sus mercados, compartir sus experiencias, sentimientos, conocimientos e imaginación, plasmados en piezas únicas que a su vez representan la identidad cultural de los pueblos salvadoreños y contribuyen al desarrollo económico del sector.

Algunas de las plataformas de terceros que facilitan el acceso a la exportación desde El Salvador hacia la Unión Europea son Amazon, Ebay y Market sv, mientras que para tienda propia Shopify puede ser opción para diseño propio; cada de una de las anteriores posee diferentes beneficios que el empresario deberá evaluar según sus objetivos, capacidad productiva y financiera.

Es importante que los artesanos que desean incursionar en mercados internacionales por medio de, plataformas digitales se encuentren acreditados por el CIEX como exportadores, dicho proceso es gratuito con un periodo de respuesta de cuatro horas. La inscripción como exportador, el certificado de circulación de mercancías y declaración en factura son requisitos para optar por el

certificado de origen que permitirá ingresar las artesanías a los siete países de estudio con una preferencia arancelaria del 0%.

La mayoría de empresarios al iniciar operaciones en las plataformas digitales consideran que estas se pueden utilizar para enviar sus productos, puesto que, cuentan con servicio de dropshipping, almacenamiento y envío; no obstante, estos servicios actualmente no están disponibles para El Salvador, debido a que, sus centros de distribución se encuentran fuera del territorio salvadoreño, por lo cual, es necesario recurrir a couriers especializados en la entrega inmediata de puerta a puerta alrededor del mundo.

Entre los couriers que realizan envíos a Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Italia, España y Suecia se encuentran Fedex, DHL, UPS, Transexpress y Correos de El Salvador, los cuales, tienen una amplia experiencia y red logística internacional, además de, diversos beneficios que el artesano debe evaluar para identificar su mejor opción.

El tamaño (volumen) y el peso de las artesanías son puntos fundamentales que el artesano debe considerar con respecto a los couriers, ya que estas empresas ofertan envíos urgentes de productos frágiles, de un tamaño y/o peso limitado.

Al momento de exportar por primera vez los artesanos pueden avocarse a ciertas instituciones como: COEXPORT, PROESA, CONAMYPE y CIEX, las cuales, brindan apoyo de manera gratuita por medio de asesorías, acceso a información comercial que facilita la investigación de mercados, identificación de código arancelario para aplicar a preferencias según el sistema armonizado y determinación del potencial exportador de la empresa y del producto.

Los artesanos salvadoreños pueden aprovechar los beneficios del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea, exportando sus productos a través de plataformas digitales sin incurrir en altos costos de inversión en la creación de una tienda física, puesto que, el e-commerce reduce las barreras geográficas por medio de la conexión e intercambio de información en internet.

## RECOMENDACIONES

- El artesano deberá evaluar las diferentes plataformas digitales propias o de terceros existentes, seleccionando la que mejor se ajuste a sus objetivos, capacidad financiera y productiva.
- Para aquellos que quieren exportar sin experiencia previa, se sugiere seleccionar una plataforma de terceros, debido a que, por su posicionamiento generan confianza al consumidor, además, requiere de una mínima inversión en comparación a una plataforma propia
- Sí el artesano tiene un mercado definido, conocimientos previos de exportación, capacidad financiera y recurso humano necesario, puede optar por invertir en una plataforma digital propia que ayude a fidelizar a sus clientes.
- En el envío de productos se debe analizar las ventajas que posee cada courier y seleccionar el que más beneficios proporcione al producto o empresario, con el fin de maximizar sus recursos financieros.
- Se aconseja independientemente de la plataforma seleccionada establecer un precio de envío fijo que considere el costo más alto según el courier, dado que, cada país tiene un costo de envío diferente, de manera que, podrá tener un control y cubrir con sus obligaciones económicas.
- Las empresas deben buscar apoyo en entidades como: COEXPORT, PROESA, CONAMYPE y CIEEX, dado que, estas brindan asesorías e información comercial internacional facilitando la investigación de mercados y proceso de exportación.

## GLOSARIO

**Acumulación bilateral:** Acumulación entre los países miembros de un acuerdo.

**Acumulación diagonal:** Acumulación que implica a países no miembros de un acuerdo.

**Código de rastreo:** Números y letras combinados que permiten identificar el lugar y estado de los paquetes del cliente.

**Dropshipping:** Venta en línea donde el vendedor no posee un almacén o inventario propio, cuando el comprador adquiere el producto el vender lo gestiona o fabrica para entregar el pedido.

**EAN:** Anteriormente llamado European Article Numbering, es una combinación de ocho a trece dígitos utilizado internacionalmente para la asignación de un código de barras a un producto y actualmente se denomina como International Article Numbering.

**Generación X:** Según Kotler (2013) está constituida por personas nacidas entre 1965 y 1976.

**Know/How:** Conocimiento técnico imprescindible utilizado para desarrollar un proceso comercial con éxito.

**Logo:** Representación gráfica de la identidad de una marca, producto o empresa. Puede estar compuesta por imágenes y/o texto.

**Merchandising:** Estrategias y actividades establecidas para aumentar el interés sobre los productos o servicios en el punto de venta.

**Matchmaking:** Consiste en el emparejamiento de empresarios y profesionales quienes trabajan en conjunto para crear oportunidades de negocios.

**Slogan:** Frase corta, creativa y original que comunica el concepto de una marca.

**SKU:** Es un número único asignado a un producto para su identificación o distinción cuando son almacenados, sus siglas provienen del inglés Stock Keeping Unit.

**Trade helpdesk:** Portal online que brinda información comercial y de negocios para facilitar la investigación de mercados a micro, pequeñas y medianas empresas.

## REFERENCIAS

Anaya, J. J (3ª Ed.). (2007). *Logística integral*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL. Recuperado de

[https://books.google.com.sv/books?id=a4Tq\\_7Pmc04C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q=sesenta&f=false](https://books.google.com.sv/books?id=a4Tq_7Pmc04C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=sesenta&f=false)

Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing relacional (ACEM). (s.f). *Libro blanco del comercio electrónico*. Recuperado de <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/2164>

Cárdenas, D. y Sierra, J. (2020). *Guía práctica Incoterms y su aplicación práctica en la logística*. (Trabajo de grado). Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Colombia.

Cuervo, D. (2015) *Plan de negocios para la creación de una empresa de marketplacce online en la ciudad de Tunja*. (Trabajo de grado). Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia.

Díaz, R. D. (2018). *La artesanía: patrimonio e identidad cultural*. doi: <http://dx.doi.org/10.5377/koot.v0i9.5908>

Gobierno de El Salvador. (2013). *Acuerdo de Asociación: ofreciendo oportunidades para el desarrollo*. Gobierno de El Salvador.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, B. (6ª Ed). (2014). *Metodología de la investigación*. Distrito Federal, México: Interamericana Editores S.A de C.V

International Chamber of Commerce (ICC). (2020) *Incoterms 2020* <https://www.iccspain.org/incoterms-2020-2/>



Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). (11ª Ed.) *Fundamentos de marketing*. Recuperado de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)

Lobato, F. (2013). *Gestión logística y comercial*. Madrid, Spain: Macmillan Iberia, S.A. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/cbues/42961?page=146>.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2009). *Háblame de las artesanías*. Recuperado de <http://artesaniatextil.com/wp-content/uploads/2017/12/181443s.pdf>

Organización Mundial de aduanas. (2018). *Directrices sobre la certificación de origen*. Recuperado de [http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/es/pdf/topics/origin/instruments-and-tools/guidelines/guidelines-on-certification-endorsed\\_es.pdf?la=en](http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/es/pdf/topics/origin/instruments-and-tools/guidelines/guidelines-on-certification-endorsed_es.pdf?la=en)

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2020). *Panorama del comercio electrónico políticas, tendencias y modelo de negocios*. Recuperado de <https://www.oecd.org/sti/Panorama-del-comercio-electro%CC%81nico.pdf>

Oropeza, D. (1ª Ed). (2018). *La competencia económica en el comercio electrónico y su protección en el sistema jurídico mexicano*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones en El Salvador (PROESA) (2020). *Mujeres y Comercio Electrónico: La experiencia de El Salvador*. Recuperado de [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/womenandtrade\\_e/16july21/item\\_3.5.b.\\_el\\_salvador.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/womenandtrade_e/16july21/item_3.5.b._el_salvador.pdf)

Reyes, E. (2019). *Comercio electrónico ventajas y desventajas*. (Trabajo de grado). Universidad Cooperativa de Colombia, Colombia.

Serrano, M.J. (2011) *Almacenaje de productos*. Madrid, España. Ediciones Paraninfo. Recuperado de

<https://books.google.com.sv/books?id=0k6FCRL1CeMC&pg=PA12&lpg=PA12&dq=logistik%C3%A9+griego&source=bl&ots=LvHMhU7-HD&sig=ACfU3U1U18y-N4sWZSYS1NVOS5pqE-6PuQ&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj5jfLA53xAhUSstTEKHbjNDEwQ6AEwEHoECAcQAw#v=onepage&q=logistik%C3%A9%20griego&f=false>

United Parcel Service (UPS) (s.f). ¿Qué es un Código arancelario? Recuperado de <https://www.ups.com/sv/es/help-center/sri/glo-tarcod-itl.page>

## BIBLIOGRAFÍA

- Amazon. (2022). *Acerca de Amazon*. Recuperado de <https://www.amazon.es/Acerca-Amazon-Descubre-Nuestra-Empresa-Nuestra-Tecnologia/b?ie=UTF8&node=1323175031>
- Aníbal, L. (1ª Ed.). (2014). *Logística del transporte y distribución de carga*. Recuperado de [https://books.google.com.sv/books?hl=es&lr=&id=8to3DgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=historia+de+la+logistica&ots=qBM32t7If7&sig=uva\\_ekfEqKe3RnS6q7tziQpvhsA&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.sv/books?hl=es&lr=&id=8to3DgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=historia+de+la+logistica&ots=qBM32t7If7&sig=uva_ekfEqKe3RnS6q7tziQpvhsA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador (2011). *Ley de Bancos de El Salvador*. Recuperado de <https://ssf.gob.sv/wp-content/uploads//ssf2018/MarcoLegal-Leyes-Financieras/Ley%20de%20Bancos.pdf>
- Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador (s.f). *Código de Comercio*. Recuperado de [https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117\\_072920482\\_archivo\\_documento\\_legislativo.pdf](https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_072920482_archivo_documento_legislativo.pdf)
- Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador (s.f). *Ley de Firma Electrónica*. Recuperado de [https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117\\_073626251\\_archivo\\_documento\\_legislativo.pdf](https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/171117_073626251_archivo_documento_legislativo.pdf)
- Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador (1992). *Ley del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios*. Recuperado de [http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3\\_slv\\_transferencia.pdf](http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_slv_transferencia.pdf)
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2017). *Banco Interamericano de Desarrollo*. <https://conexionintal.iadb.org/2017/03/06/la-evolucion-del-comercio-del-trueque-al-movil/>

Banco Central de Reserva El Salvador. (s.f.). Base de datos de comercio exterior. Recuperado de <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/?cat=1012&lang=es>

Banco Mundial (2021). *Banco Mundial*. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/>

Centro de Comercio Internacional (ITC) (2019). *ITC y Ebay lanzan el Hub de America Central en Ebay justo a tiempo para Navidades*. Recuperado de <https://www.intracen.org/noticias/ITC-y-eBay-lanzan-el-Hub-de-America-Central-en-eBay-justo-a-tiempo-para-Navidades/>

Centro de Comercio Internacional (ITC) (2019) *El ITC capacita a mipymes y mentores de América Central en la creación y optimización de contenido digital*. Recuperado de <https://www.intracen.org/noticias/El-ITC-capacita-a-mipymes-y-mentores-de-America-Central-en-la-creacion-y-optimizacion-de-contenido-digital/>

Centro de Trámites Importaciones y Exportaciones (CIEX) (s.f). <https://www.ciexelsalvador.gob.sv/ciexelsalvador/>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ). (2015). *Guía de mercado Italia*. Recuperado de <http://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/234>

Comisión Europea (s.f). *Comercio electrónico y venta a distancia o fuera del establecimiento*. Recuperado de [https://europa.eu/youreurope/business/selling-in-eu/selling-goods-services/ecommerce-distance-selling/index\\_es.htm#ecommerce-1](https://europa.eu/youreurope/business/selling-in-eu/selling-goods-services/ecommerce-distance-selling/index_es.htm#ecommerce-1)

Comisión Europea (s.f). *Ley de Servicios Digitales: para un entorno online seguro y responsable*. Recuperado de [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_es](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_es)

Comisión nacional de la micro y pequeña empresa (CONAMYPE). (s.f.). *Portal de transparencia*. Recuperado de <https://www.conamype.gob.sv/>

Corporación de los exportadores en El Salvador (COEXPORT). (2022). *Exporters Directory Marketplace*. Recuperado de <https://coexport.com.sv/>

Correos de El Salvador. (s.f.). *Correos El Salvador*. Recuperado de <https://www.correos.gob.sv/>

Daólio, L. (2000). *Educación Profesional Referencias Curriculares Nacionales de la Educación Profesional de Nivel Técnico*. Recuperado de [http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/comercio\\_ref.pdf](http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/comercio_ref.pdf)

Defensoría del Consumidor. (2015). *Ley y Reglamento de Protección al Consumidor*. Recuperado de [https://defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2015/10/ley\\_reglamento.pdf](https://defensoria.gob.sv/wp-content/uploads/2015/10/ley_reglamento.pdf)

De la Guardia, R. y Pérez, G. (2018). *El Sistema de Integración Centroamericano (SICA) y la Unión Europea (UE) antes el Acuerdo de Asociación (ADA): Una visión desde Europa*. Revista de Estudios Europeos, (Nº 72). Recuperado de <http://www.ree-eva.es/index.php/sumarios/2018/n-72-julio-diciembre-2018/153-el-sistema-de-integracion-centroamericano-sica-y-la-union-europea-ue-ante-el-acuerdo-de-asociacion-ada-una-vision-desde-europa>

De la Hoz, A. (2014). *Generalidades del Comercio Internacional*. Recuperado de <https://colmayorbolivar.edu.co/files/generalidadesdecomerciointernacional.pdf>

DHL. (2022). *Logística internacional: envío internacional*. Recuperado de <https://www.dhl.com/sv-es/home.html>

Díaz, R. D. (2018). *La artesanía: patrimonio e identidad cultural*. doi: <http://dx.doi.org/10.5377/koot.v0i9.5908>

Durán, A. (1ª Ed.). (2018). *E-commerce 360°*. Recuperado de [https://cbues.bibliotecasdigitales.com/description?institution\\_id=80&book\\_id=3002&fre\\_e=0](https://cbues.bibliotecasdigitales.com/description?institution_id=80&book_id=3002&fre_e=0)

Ebay (2022). *Ebay Export*. Recuperado de <https://export.ebay.com/>

Economía gobierno de El Salvador. (Productor). (2020). *Market sv y sus beneficios para el e-commerce salvadoreño*. [YouTube]. De <https://youtu.be/YUf-P8-76eQ>

E-commerce European. (2021). *2021 European e-commerce report*. Recuperado de <https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf>

España Exportaciones e Inversiones (ICEX). (2020). *Ficha país España*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/GetDocumento?dDocName=DAX2020863531&site=icexESEu>  
fonía (2020). *Historia*. Recuperado de <http://eufoniasv.com/>

Federal Express (Fedex). (2022). *Rastreo, envíos y oficinas*. Recuperado de <https://www.fedex.com/es-sv/home.html>

Gobierno de El Salvador. (2013). *Acuerdo de Asociación: ofreciendo oportunidades para el desarrollo*. Gobierno de El Salvador.

Guerrero, D. (2012). *Factores claves del éxito del retail, ingeniería industrial*. Doi: <https://doi.org/10.26439/ing.ind2012.n030.223>

Lobato, F. (2013). *Gestión logística y comercial*. Madrid, Spain: Macmillan Iberia, S.A. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/cbues/42961?page=146>.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. (s.f). *Plan de Desarrollo de Mercado de Alemania*. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/comercio\_exterior/plan\_exportador/Penx\_2025/PDM/alemania/08.html

Ministerio de Industria Comercio y Turismo, Gobierno de España. (s.f). *Tendencias del Consumidor Español*. Recuperado de [https://comercio.gob.es/ComercioInterior/Actuaciones\\_competitividad/Estudios/CI\\_20\\_TendenciasConsumidor.pdf](https://comercio.gob.es/ComercioInterior/Actuaciones_competitividad/Estudios/CI_20_TendenciasConsumidor.pdf)

Ministerio de Turismo de El Salvador. (2013). *Política nacional de turismo El Salvador*. Recuperado de <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/mitur/documents/280263/download>

Oficinas de información diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2021). *Ficha país Francia República Francesa*. Recuperado de [http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/francia\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/francia_ficha%20pais.pdf)

Oficinas de información diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2021). *Ficha país Italia República Italiana*. Recuperado de [http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/italia\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/italia_ficha%20pais.pdf)

Oficinas de información diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2021). *Ficha país Reino de Suecia*. Recuperado de [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/suecia\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/suecia_FICHA%20PAIS.pdf)

Oficinas de información diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2022). *Ficha país Austria República de Austria*. Recuperado de [http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/austria\\_ficha%20pais.pdf](http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/austria_ficha%20pais.pdf)

Oficina Económica y Comercial de España en Berlín (2021). *Guía País Alemania*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion->

de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/guia-pais-alemania-doc2021876431.html

Oficina Económica y Comercial de España en Bruselas. (2019). *Guía País Bélgica 2019*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/informe-comercio-electronico-epais-ecommerce-belgica-doc2019839699.html?idPais=BE>

Oficina Económica y Comercial de España en Bruselas. (2020). *Guía País Bélgica 2020*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/estudios-de-mercados-y-otros-documentos-de-comercio-exterior/guia-pais-belgica-2020-doc2020860874.html>

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Roma (2020). *Informe e-País: El comercio electrónico en Italia*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/informe-comercio-electronico-epais-ecommerce-italia-doc2020866844.html?idPais=IT>

Organismo promotor de exportaciones e inversiones de El Salvador (PROESA). (s.f.). *Organismo promotor de exportaciones e inversiones de El Salvador*. Recuperado de <https://proesa.gob.sv/>

Portal de transparencia (2021). Inscripción como exportador. Recuperado de <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/bcr/services/286>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. (2019). *Aumentan más de un 16 % en Austria las ventas de los principales portales 'online'*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2019838981.html?idPais=AT>



Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. (2020). *Cambios en las tendencias de consumo de los franceses*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/francia-cambios-tendencia-consumo-new2020856185.html?idPais=FR>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. (s.f). *El mercado (nivel de vida, rasgos de la demanda, centros económicos)*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=SE>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. (s.f). *El mercado (nivel de vida, rasgos de la demanda, centros económicos)*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/informacion-del-mercado/index.html?idPais=FR>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. (2020). *La mayoría de los austriacos compra 'online' a empresas extranjeras*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/austriacos-compra-online-extranjero-new2020843496.html?idPais=AT>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. (2019). *Los smartphones y las redes sociales influyen en los hábitos de consumo de los austriacos*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2019818008.html?idPais=AT>

Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior. (2019). *Optimismo para el comercio electrónico en Suecia*. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2019832171.html?idPais=SE>

RENGIFO (2022). *About us*. Recuperado de <https://rengifocollection.com/>

Secretaria de Integración Económica Centroamericana (SIECA) (s.f) *Mas de cien empresas lideradas por mujeres centroamericanas fortalecieron capacidades para exportar productos artesanales en a través del comercio electrónico*. Recuperado de <https://www.sieca.int/index.php/news/mas-de-cien-empresas-lideradas-por-mujeres-centroamericanas-fortalecieron-capacidades-para-exportar-productos-artesanales-en-a-traves-del-comercio-electronico/>

Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) (2020) *Arancel Eletrônico*  
<https://aduana2.mh.gob.sv/SAC/consulta/subpartida.xhtml>

Shopify. (s.f). *Shopify es la plataforma elegida por millones de negocios en todo el mundo*. Recuperado de <https://es.shopify.com/acerca-de-nosotros>

Shopify (2021). *Dropshipping: ¿qué es y en qué consiste?* Recuperado de <https://es.shopify.com/blog/12377277-guia-completa-de-dropshipping>

Soler, D. (3ª Ed.). (2013). *Diccionario de Logística*. Recuperado de <https://cbues.bibliotecasdigitales.com/read/9788416171422/index>

Tarifa Integrada de las Comunidades Europeas (TARIC). (2022). *Información TARIC*. Recuperado de [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20220205&Area=&MeasType=&StartPub=&EndPub=&MeasText=&GoodsText=&op=&Taric=4420&search\\_text=goods&textSearch=&LangDescr=es&OrderNum=&Regulation=&measStartDat=&measEndDat=](https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20220205&Area=&MeasType=&StartPub=&EndPub=&MeasText=&GoodsText=&op=&Taric=4420&search_text=goods&textSearch=&LangDescr=es&OrderNum=&Regulation=&measStartDat=&measEndDat=)

Transexpress. (s.f.). *Global e-commerce logistic*. Recuperado de <https://www.transexpress.com.sv/>

Tovar, I. (2015). *Código de barras*. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11191/2908>

Unión Europea (UE) (2016). *Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo*. Recuperado de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:02016R0679-20160504&from=ES>

United Parcel Service (UPS) (2022). *Servicios de logística y envíos globales*. Recuperado de <https://www.ups.com/sv/es/Home.page>

Vitrales by Margarita Llorca. (2022). *About Vitrales*. Recuperado de <https://vitrales.com.sv/en/pages/acerca-vitrales-el-salvador>.

## ANEXOS

## Anexo 1

## Solicitud de inscripción como exportador



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: 2281-8086

Correo electrónico: ciexportaciones@bcr.gob.sv

http://www.centrex.gob.sv ó www.centrexonline.com

## SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN / ACTUALIZACIÓN DE DATOS

IMPORTADOR  EXPORTADOR  AMBOS

Uso exclusivo del CIEX El Salvador

NIT (sin guiones)				CÓDIGO			
NOMBRE SEGÚN NIT							
<b>INSCRIPCIÓN EN EL CENTRO NACIONAL DE REGISTROS (CNR) (si es persona jurídica)</b>							
No.:	<input type="text"/>	Libro:	<input type="text"/>	Folio:	<input type="text"/>	Fecha:	<input type="text"/>
				<small>(DD/MM/YYYY)</small>			
DIRECCION DEL EXPORTADOR / IMPORTADOR				MUNICIPIO		DEPARTAMENTO	
TELÉFONOS		FAX		SITIO WEB		CORREO ELECTRONICO	
NÚMERO DE REGISTRO DE CONTRIBUYENTE (NRC)		GIRO O ACTIVIDAD SEGÚN EL NRC				¿ES GRAN CONTRIBUYENTE?	
						SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
¿ES TASA 0% IVA?				ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL			
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>					
¿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.:			
Fecha:				Fecha:			
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"/>					
<b>PERSONAS AUTORIZADAS PARA FIRMAR DOCUMENTOS Y/O AUTORIZAR EXPORTACIONES EN EL (SICEX)*</b>							
NOMBRE	CARGO	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO	FIRMA	AUTORIZAR		
					DOCUM ENTOS	Operaciones SICEX	
PERSONA DE CONTACTO				PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN / IMPORTACIÓN			
Nombre:							
Correo electrónico:		Teléfono:					
DATOS DE IMPORTADOR - EXPORTADOR Ó R.L.				USO EXCLUSIVO DEL CIEX			
Nombre del Representate Legal:				Observaciones:			
Correo electrónico:							
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			

Fuente: Portal de transparencia del Gobierno de El Salvador.

## Anexo 2

### Estadísticas de exportaciones de El Salvador a los siete países de estudio a la Unión Europea desde 2013 al 2021

Años	Italia	Alemania	Austria	Francia	Belgica	Suecia	España
2013	\$ 79,490.48	\$ 34,095.99	\$ 42,964.86	\$ 31,743.65	\$ 2,854.80	\$ -	\$ -
2014	\$ 79,895.82	\$ 37,754.75	\$ 28,349.50	\$ 14,348.10	\$ 3,893.10	\$ -	\$ -
2015	\$ 66,578.18	\$ 25,962.09	\$ 10,668.80	\$ 12,949.80	\$ 5,724.50	\$ -	\$ 55.00
2016	\$ 53,505.94	\$ 32,174.24	\$ 33,922.15	\$ 25,172.20	\$ 4,293.65	\$ 5,000.00	\$ 61.25
2017	\$ 33,441.10	\$ 30,062.49	\$ 21,575.05	\$ 9,309.95	\$ 5,369.50	\$ -	\$ -
2018	\$ 24,127.47	\$ 24,048.33	\$ 9,710.15	\$ 5,656.05	\$ 2,617.50	\$ 361.24	\$ -
2019	\$ 12,229.00	\$ 24,618.52	\$ 10,920.75	\$ 9,779.40	\$ 8,539.00	\$ -	\$ -
2020	\$ 5,213.86	\$ 19,883.99	\$ 38,796.25	\$ 1,990.25	\$ 2,287.30	\$ 1,950.00	\$ -
2021	\$ 280.00	\$ 6,519.95	\$ 24,914.50	\$ 1,606.75	\$ 2,640.00	\$ 675.00	\$ 15.00
Total	\$354,761.85	\$ 235,120.35	\$221,822.01	\$ 112,556.15	\$ 38,219.35	\$ 7,986.24	\$ 131.25

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del BCR.

## Anexo 3

### ¿Cómo crear una cuenta de vendedor en Ebay?

1. Ingresar a ebay.com y dar clic en el botón “regístrate”
2. Seleccionar una cuenta comercial y llenar todos los datos del formulario.
3. Crear un nombre de usuario.
4. Proporcionar toda la información de la empresa: país, dirección y contacto.
5. Verificar número telefónico por medio de mensaje de texto
6. Añadir una pequeña descripción sobre el negocio
7. Seleccionar el método de pago que se utilizara para el pago de comisiones y/o reembolsos.  
Ebay recomienda seleccionar Paypal, porque es el método más utilizado.
8. Aceptar los términos y condiciones para finalizar el proceso de registro.

## Anexo 4

### ¿Cómo crear un anuncio en Ebay?

1. Ingresar al botón “vender”, ubicado en la parte superior de página de ebay.
2. Hacer clic en el botón “empezar a vender”. Esta acción solicitará iniciar sesión para identificar la cuenta.
3. Seleccionar una categoría para producto, se podrá escoger elaborado a manos y/o artesanías. De esta manera los clientes podrán encontrar el artículo fácilmente.
4. Al principio ebay solicitará que se elija un formulario de publicación de anuncios según la categoría del producto, de modo que, en esta sección se podrá agregar los detalles de las artesanías.

Según el formulario escogido, así será el formato de venta. Con el formulario sencillo se puede crear un anuncio de subasta que muestre hasta cuatro imágenes máximo, este formulario podrá ser cambiado con el botón “cambiar a formulario con más opciones” de tal forma que se podrá tener diversidad de diseños de anuncios.

5. Completar el formulario
  - Diseñar un título y una descripción atractiva para que los compradores encuentren el anuncio con un título claro, preciso y descriptivo. Indicar que es un producto elaborado a mano y añadir que es una artesanía para mayor claridad del cliente.
  - Es importante que se empiece a posicionar la marca en el mercado seleccionado, por lo cual se debe incluir detalle sobre la marca, nombre del artículo y artista de ser necesario.
  - Brindar información específica de la artesanía como colores, tamaño, forma, entre otros.
  - Agregar estado del artículo.
  - Añadir las mejores imágenes del producto, en un lugar atractivo y con excelente iluminación.
  - Seleccionar un formato de venta subasta o precio fijo.
  - Fijar el precio.

- Ingresar la duración del anuncio. Si se selecciona el método subasta tendrá una duración de 7 días, si se desea que este permanezca más tiempo la tarifa aumentará. Las tarifas se encuentran en la sección de “tus tarifas hasta ahora” en la parte inferior del formulario de publicación de anuncio o en revisar el anuncio.
- Seleccionar el método de pago que se aceptara. La mayoría de personas utilizan PayPal o tarjetas de crédito, por lo que, es importante agregar estas opciones.
- Especificar la información de envío, añadir a que países se puede entregar el artículo y el costo correspondiente el cual se podrá consultar con una empresa con servicio Courier.
- Insertar políticas de devoluciones: los compradores se sienten más seguros si el vendedor ofrece devoluciones. Desde el año 2013, las empresas deben seleccionar la opción de devolución y fijar un mínimo de 14 días como período en el que el comprador puede cancelar la transacción y pedir un reembolso.
- Seleccionar opciones para mejorar la presentación del anuncio, debido a que, ayudará a destacarlo.
- Es necesario comprobar el anuncio y modificarlo de ser necesario. Esta acción se realiza a través del botón “modificar el anuncio”.
- Crear una plantilla a partir de los anuncios ya publicados para utilizarlos en las próximas publicaciones. Solamente se marca la casilla “guardar este anuncio como plantilla”
- Para que los productos puedan ser visualizados en los siete países que contempla la siguiente investigación, es necesario excluir destinos de envío para que solo este habilitado en los lugares donde el producto será vendido.
- Al finalizar los pasos anteriores se deberá dar clic al botón “poner artículo en venta”

## **Anexo 5**

### **Traducciones en Ebay**

Al momento de publicar en diversos países, ebay recomienda tener una persona que pueda traducir en los idiomas correspondientes o en su defecto utilizar el traductor de Google. Lo ideal sería contar con personal calificado para traducir los anuncios, debido a que, ebay lo realiza

automáticamente con un traductor, perdiendo así, la idea del mensaje principal, consecuentemente esto puede representar desconfianza en los clientes para adquirir los productos.

## **Anexo 6**

### **Resolución de imágenes en Ebay**

Todas las fotos deben ser compatibles con HTTPS; Al añadir las imágenes en la plataforma se debe corroborar que sean de alta calidad, puesto que, una iluminación uniforme del artículo puede potenciar la venta de este mismo. Además, ebay, brinda el servicio de imágenes con el cual permite mejorar las fotografías del producto.

## **Anexo 7**

### **Métodos de pago Ebay**

#### **Sistema de pagos gestionados en ebay**

Ebay proporciona a los compradores y vendedores realizar transacciones seguras por medio de su plataforma. Los compradores tienen muchas opciones para pagar los productos dependiendo de la locación de los mismos y brindando los depósitos seguros a los vendedores. Para formar parte de este sistema es necesario inscribirse al momento de registrar la cuenta de vendedor. Para que los pagos sean integrados a los vendedores, quienes deben poseer una cuenta en Payoneer.

#### **Requisitos para formar parte del sistema de pagos gestionados de ebay**

- Registrarse en ebay con una cuenta de vendedor y aceptar términos y condiciones.
- La dirección de residencia y el nombre de la cuenta de Payoneer debe ser la misma que se coloque en la cuenta de ebay.

## **Anexo 8**

### **¿Qué es Payoneer?**

Es una plataforma asociada a ebay que permite gestionar pagos para poseer y optimizar el control total de las ganancias de las ventas realizadas en cualquier parte del mundo donde se



encuentra publicado el anuncio de ebay, antes de vender será necesario asociar una cuenta de compañía o personal de Payoneer al sistema de pagos de ebay, los requisitos para crear una cuenta son los siguientes:

### **Requisitos para crear una cuenta de empresa en Payoneer**

- Documentos de verificación de la empresa como: certificado de registro, certificado de incorporación, acuerdo de asociación, documento fiscal y licencia de negocios.
- Documentos de verificación de dirección de la empresa adjuntando las copias de: factura de servicios públicos de menos de tres meses con información de la empresa, certificado de incorporación de la empresa que incluye la dirección de la empresa, extracto bancario reciente de menos de tres meses que muestre la dirección de la empresa, contrato de alquiler dónde se visualice la dirección.
- Datos personales del representante autorizado de la compañía: nombre completo, fecha de nacimiento, número de identificación, país de nacionalidad, país de residencia.
- Carta de autorización (si no es uno de los propietarios de la empresa) debe adjuntar solo un documento de los siguientes: carta oficial de la empresa firmada por un propietario, gerente ejecutivo o director que indique que autoriza actuar en nombre de la empresa, documento de constitución de la empresa que refleje el nombre del representante, una carta con el sello que indique que es el representante de la empresa.
- Copia de cualquiera de los siguientes documentos: identificación nacional, pasaporte, licencia de conducir
- Datos personales de cada propietario: nombre completo, dirección residencial, fecha de nacimiento, nacionalidad, número de identificación, porcentaje de participación en el capital social.
- Copia del ID de propietario: identificación nacional, pasaporte, licencia de conducir
- Datos personales de los directores o socios (máximo 10): nombre completo, dirección residencial, fecha de nacimiento, nacionalidad.

## **Requisitos para crear una cuenta de individuo en Payoneer**

- Copia de identificación de cualquiera de los siguientes: identificación nacional, pasaporte, licencia de conducir.
- Comprobante de residencia cualquiera de los siguientes: servicios públicos dónde incluya nombre y dirección exacta, debe ser reciente de menos de tres meses, extracto bancario de menos de tres meses que refleje el lugar de residencia, contrato de alquiler dónde se visualice la dirección con menos de tres meses.

## **Anexo 9**

### **¿Cómo funcionan las transacciones en Ebay?**

El comprador realiza la transacción en la moneda y método de pago disponible en la región que se publicó el anuncio por ejemplo PayPal, tarjeta de crédito o débito, Google Play, entre otros; posteriormente, la orden de compra es enviada al vendedor, sin embargo, el dinero pagado por el comprador es colocado en la cuenta de Payoneer en USD en los próximos dos días hábiles después del pago del comprador, independientemente de la moneda usada por el comprador.

## **Anexo 10**

### **Tarifas en Ebay**

#### **Tarifas por ventas en Ebay**

Cuando un producto es vendido, se cobra un porcentaje del valor total de la venta y esto dependerá del tipo de artículo y del tipo de anuncio, más \$0.30 adicional al porcentaje por cada venta.

#### **Tarifas por ventas internacionales**

Calcula un porcentaje sobre la venta del producto del 1.55% el cual es aplicado porque el destino de los productos están situado en Europa y los artesanos están ubicados en El Salvador.

## **Anexo 11**

### **Devoluciones y reembolsos**

Ebay garantiza a sus clientes que todos los productos ofertados por medio de los anuncios son iguales a las fotografías, caso contrario el comprador recibe un artículo totalmente diferente las políticas de la plataforma lo respaldan, aunque el vendedor no active las devoluciones en su anuncio, el comprador siempre puede realizar la devolución del producto y el reembolso debe ser hecho dos días después de recibido el producto al vendedor como sugiere Ebay.

## **Anexo 12**

### **¿Cómo registrarse en Amazon?**

Existen dos planes el individual y profesional, a los cuales también se le denominan de la siguiente manera: estándar y premium, el artesano o emprendedor deberá escoger la opción que más se adecue a las necesidades de su negocio y si en el algún momento el vendedor desea cambiar de plan, Amazon permite realizar el cambio.

#### **Plan individual**

- Tiene un valor de \$0.99 por venta
- Ideal para ventas menores de 40 artículos y mantener costos bajos
- No requiere de herramientas avanzadas de ventas o pautar anuncios en la plataforma
- La mejor opción cuando se está iniciando y aun no se ha decidido el tipo de producto que se desea vender.

#### **Plan profesional**

- Tiene un valor de \$39.99 sin límite de artículos vendidos
- El vendedor tiene acceso a herramientas de venta avanzada
- Pueden ser parte del programa launchpad, Amazon bussiness y handmade
- Plan recomendado para vendedores establecidos en ecommerce

## **Anexo 13**

### **Requisitos para registrar una cuenta de vendedor en Amazon**

- Cuenta bancaria
- Número de cuenta bancaria y número de ruta bancaria
- Tarjeta de crédito válida
- Documento nacional de identidad emitido por el gobierno
- Información fiscal
- Número de teléfono

## **Anexo 14**

### **Tarifas de venta en Amazon**

Amazon cobra tarifas de referencia por cada artículo vendido el cual puede variar según el tipo de producto.

## **Anexo 15**

### **Tarifa de envío en Amazon**

Cuando los pedidos son gestionados por el vendedor, se aplican las tarifas de envío de Amazon. Estas varían en función de la categoría de producto y el nivel de servicio de envío que el comprador seleccione.

## **Anexo 16**

### **¿Qué es seller central en Amazon?**

Se refiere al portal donde todos los vendedores pueden administrar sus cuentas, publicar y actualizar información acerca de los productos, inventario, administrar pagos y obtener información de utilidad para navegar en su negocio en Amazon. Así mismo permite realizar acciones como:

- Seguimiento del inventario
- Descargar reportes del negocio de forma personalizada
- Uso de herramientas estadísticas de calidad del servicio con el propósito de monitorear el desempeño como vendedor
- Genera contacto a atención al colaborador comercial y brinda ayuda aperturando un registro de casos
- Brinda un seguimiento de las ventas diarias de todos los productos que se ofertan a través de Amazon.

## **Anexo 17**

### **¿Cómo publicar productos en Amazon?**

Amazon solicita la creación de un listado de productos, el cual, puede vincularse a uno ya existente en la plataforma cuando otro vendedor tiene el mismo producto o crear una nueva si se es el único vendedor con este producto. La forma de publicar los productos dependerá del plan que se haya optado. Si se hace uso del plan profesional el vendedor tiene la ventaja de presentar sus productos en lotes grandes y administrar el inventario con sistemas de terceros, mientras que, con el plan individual el vendedor debe publicar sus productos uno por uno.

Esta plataforma utiliza identificadores de productos como un código EAN con el fin de reconocer el tipo de producto que el vendedor está ofertando. Si el producto no se encuentra en la base de datos de Amazon será necesario solicitar una excepción. Así mismo, se deberá detallar información relevante del producto como el SKU, título que no exceda de 200 palabras y descripción del producto, características, imágenes que contengan un fondo blanco liso, resolución mínima de 500 x 500 pixeles y palabras claves que faciliten la búsqueda.

A través de esta información los compradores podrán obtener información del producto que desean adquirir, solventar dudas y tomar una decisión de compra, por lo tanto, los listados en

Amazon deben ser detallados y sencillos de entender con el propósito de brindar la mejor experiencia de compra a los clientes.

## **Anexo 18**

### **¿Cómo registrarse en Market sv?**

1. Ingresar al market.gob.sv.
2. Buscar opción Mi Cuenta y selecciona registrar.
3. Hacer clic en ser vendedor o ingresar a market.gob.sv/vender.
4. Completar formulario con la información del negocio.
5. En 24 horas hábiles un asesor se pondrá en contacto para adquirir los documentos del vendedor y firmar contratos, estos serán enviados por medios digitales, serán recogidos por un cartero y una vez sea firmado por la Dirección General el vendedor recibirá una copia.
6. Con más de 14 sucursales para la recepción de los productos.

## **Anexo 19**

### **Beneficios de la plataforma de Market sv**

1. Proceso de suscripción 100% digital.
2. Membresía anual gratis.
3. Market sv se encarga del proceso de logística.
  - Servicio de bodegaje con un costo de \$33.80 por metro cubico, Correos El Salvador cuenta con más de 14 sucursales para la recepción de los productos.
  - Servicio de recolección a domicilio con tarifas preferenciales.
  - Ahorro de tiempo y dinero, sin mayor preocupación por entregas.
  - Envíos internaciones hasta la puerta de la casa del comprador.
  - Rastreo de paquetes.
  - Seguro de producto y envío del 100% para el vendedor y comprador.
4. Asesoría de identidad de marca.
  - Logo.
  - Eslogan.

- Merchandising.
5. Brinda atención al comprador a través del contact center.
  6. Asesoría en comercio electrónico.
  7. Acepta tarjetas de crédito y débito nacionales e internacionales.

## **Anexo 20**

### **Tarifas que cobra Correos El Salvador**

- Comisión de venta del 3%, IVA incluido
- Comisión de \$0.29 por transacción sin importar el monto

## **Anexo 21**

### **¿Cómo crear una cuenta en Shopify?**

Paso N°1 Ingresar a la página oficial de Shopify <https://es.shopify.com>.

Paso N°2 Ingresar una dirección de correo electrónico.

Paso N°3 Crear una contraseña.

Paso N° 4 Introducir el nombre de la tienda, este debe contener un mínimo de cuatro caracteres.

Paso N° 5 Dar clic en la opción crear tienda.

Paso N° 6 Brindar información de la empresa.

Paso N° 7 Configurar página de tu tienda.

- Agregar productos.
- Diseño tu tienda online.
- Agregar un dominio.
- Configurar envío.
- Configurar pantalla de pago.
- Lanzamiento de tu tienda.

Paso N° 8 Elección de plan mensual

- Shopify tiene tres diferentes planes como el básico, shopify y advanced shopify, los cuales son facturados a través de tarjeta de crédito y paypal.

Paso N° 9 Seleccionar el proveedor de pago.

Shopify está asociado con diferentes proveedores de pago del mundo con el propósito de apoyar las ventas de cada tienda que ha decidido asociarse a ellos, brindando así, beneficios para que cuando los compradores accedan a las tienda puedan pagar en su monedas locales y con el método de pago que ellos deseen. Los proveedores de pago permitido para El Salvador y los siete países de la Unión Europea que contempla esta investigación son los siguientes:

- FasterPay
- Paymetwall
- 2Checkout
- All popular payment methods Paysera
- Atome – 3 easy payments, 0% interest
- BitPay
- Conibase Commerce
- CoinPayments.net Crypto Payments
- PayPal Express Checkout
- Skrill

Una vez la tienda esta lista debe ingresar a la opción tienda online deshabilitar la opción de proteger la cuenta con contraseña para que sea visible para todos los visitantes. Si se desea crear un dominio propio la página Shopify cobra una comisión que dependerá del dominio que se elija y requiera según el tipo de negocio.



## **Anexo 22**

### **¿Cómo realizar envíos con Fedex?**

Para enviar los paquetes existen herramientas en línea que permiten ahorrar tiempo, recursos y aumentará la rapidez y productividad del vendedor.

1. Al momento de enviar se debe ingresar a [fedex.com/sv](http://fedex.com/sv).
2. Seleccionar el envío según la rapidez, presupuesto o solución personalizada requerida.
3. Ingresar algunos datos básicos acerca del envío para cotizar la tarifa y tiempo en tránsito estimado.
4. Los usuarios pueden crear guías, programas de recolección y gestionar los envíos desde cualquier dispositivo web.
5. Empacar y colocar la guía de manera correcta para ayudar a que los envíos estén a tiempo y en excelentes condiciones.
6. Rastrear para conocer los detalles del estado de envío de los paquetes.
7. Al final podrán revisar, descargar e imprimir las facturas o documentación de aduana y pagarlas en línea a través de Facturación en línea de Fedex.

## **Anexo 23**

### **¿Cómo calcular la tarifa de envío?**

1. Encontrar la zona de destino del paquete, consultando el número de zona en la tabla de tarifa de servicios.
2. Determinar el peso facturable, este será el mayor entre el peso real o el peso dimensional.
3. Consultar la tabla de tarifas de envíos de exportación de Fedex Internacional y ubicar el peso facturable para determinar la tarifa.
4. Consultar los servicios, cargos adicionales, descuentos y otros cargos diferentes al transporte que podrían aplicarse al envío.

## **Cálculo del peso dimensional**

1. Medir la longitud, ancho y altura del paquete en centímetros.
2. Obtener el volumen y dividir por 5000 para conocer el peso dimensional en kilogramos.
3. Redondear las fracciones hasta el siguiente entero.
4. Si el peso dimensional supera al peso real, los cargos serán estimados con el peso dimensional.

## **Anexo 24**

### **¿Cómo enviar con UPS?**

1. Ingresar a ups.com
2. Seleccionar el programa de envío acorde a las necesidades del vendedor.
3. Determinar el peso real
4. Determinar el peso dimensional
5. Determinar el peso facturable comparando el peso real, peso dimensional y el peso facturable mínimo, el mayor de estos será el precio facturable y usará para calcular la tarifa de envío.
6. Identificar la zona en la tabla de tarifas de exportación en <https://upscontentcentre.com/pdf/sv/es> o utilizar la calculadora en el siguiente enlace [https://wwwapps.ups.com/ctc/request?loc=es\\_SV](https://wwwapps.ups.com/ctc/request?loc=es_SV) para obtener un costo estimado.
7. La tarifa se calculará según el tipo de servicio, peso y zona.
8. Identificar cargos adicionales en la sección de Cargos Adicionales dentro de su guía de tarifas y servicios.
9. Rastrear el envío desde la recolección hasta la entrega.
10. Revisar facturas en formatos electrónicos.
11. Revisar soluciones sobre cómo administrar las facturas y evitar cargos adicionales