

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



DISEÑO DE PLAN DE EXPORTACIÓN DE MUEBLES DE MADERA Y MIMBRE
ELABORADOS EN EL MUNICIPIO DE NAHUIZALCO, SONSONATE, HACIA ITALIA.

TRABAJO DE INVESTIGACION PRESENTADO POR:

ALVARADO MENJIVAR, ILIANA MARIEL
ALVARADO VALLEJOS, ALEXA PATRICIA
RIVAS MORALES, JULISSA ROSIBEL

PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO(A) EN MERCADEO INTERNACIONAL

DOCENTE DIRECTOR:
MAE.JOSÉ EMILIO RODRÍGUEZ SERPAS.

ENERO, 2020

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector:	Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Vicerrector Académico:	Dr. Manuel de Jesús Joya Ábrego
Vicerrector Administrativo	Ing. Nelson Bernabé Granados
Secretario General	Lic. Cristóbal Hernán Ríos Benítez

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano:	Msc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez
Vice Decano:	Lic. Mario Wilfredo Crespín Elías
Secretario:	Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
Secretario General:	Lic. Cristóbal Hernán Ríos Benítez
Administrador Académico:	Lic. Edgar Antonio Medrano
Director de Escuela de Mercadeo Internacional:	Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda
Docente Director:	MAE. José Emilio Rodríguez Serpas

ENERO, 2020

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primero a Dios que me ha dado la fuerza y sabiduría necesaria para culminar una meta más en mi vida, tanto a nivel personal como profesional. Gracias a mi familia que siempre me apoyó, motivó, empujó y estuvo ahí conmigo en los buenos y malos momentos que tuve en el proceso. Gracias madre, Cándida Guadalupe Menjívar; gracias padre, Matías Fredi Alvarado; gracias hermana, Daniela Alvarado; gracias tía Rosa Gladis Menjívar por ser como una segunda mamá. Agradezco tanto amor y valentía de su parte y por darme la seguridad que necesitaba para superar los obstáculos que existieron en el camino. Y gracias a cada uno de todos mis familiares que me brindaron sus oraciones y cariño siempre, especialmente a ustedes Dalila y Carlos. Quiero también agradecerle a ti Edwin Omar Orellana por estar a mi lado y levantarme el ánimo todas las veces que creí que no podía, Gracias por ser tan fuerte de espíritu y carácter y alentarme sin pensarlo a cada momento de cada día para cumplir este sueño. El camino ha sido largo, pero ha valido la pena.

Iliana Mariel Alvarado Menjívar

Agradezco a Dios por acompañarme y permitirme este nuevo triunfo, a mi Abuela Ana Torres QDDG por ser un ejemplo de perseverancia y fortaleza en mi vida, a mis padres Alejandra Vallejos y José Luis Alvarado los principales promotores de mis sueños, por sus enseñanzas, apoyo y amor incondicional, a mis hermanos Ibis, José Luis, Moisés, Samuel y Esthela, a mis Amigas Jessica Paz, Magaly Umanzor y Saraí Gómez por estar presentes durante la realización de esta tesis, a todos los amigos/as que contribuyeron de alguna manera en su realización y a mis compañeras de tesis Mariel Alvarado y Julissa Rivas por la compañía en esta travesía, por los buenos y no tan buenos momentos vividos en el trayecto.

“...tu propia voluntad de tener éxito es mucho más importante que cualquier otra cosa”
(Abraham Lincoln)

Alexa Patricia Alvarado Vallejos

En primer lugar, agradecer a Dios por estar en todo momento siempre conmigo, por regalarme todas las fuerzas, ánimos y perseverancia para seguir adelante a pesar de lo difícil de que se ponga la situación, por permitirme tener y poder disfrutar de una fabulosa familia que me apoyó en cada decisión de mi vida.

Agradezco lo afortunada que soy al ser bendecida con mi madre, siempre estuvo luchando por darme lo mejor a mí y mis hermanos, sin duda te admiro tanto mamá por todas tus enseñanzas, lucha y amor, por estar pendiente de mis progresos y errores en la vida, Gracias mamá sin tu apoyo nada sería igual.

El nacimiento de mi hijo Leandro fue el motor para culminar mis estudios, siempre tendré en mente, mereces todo lo mejor del mundo y lucharé para que así sea; la tesis no la puedo catalogar como algo fácil sin embargo por muy difícil que resultara siempre pensaba en que debo superarme por ti. Cada esfuerzo, desvelo y sacrificio lo hice por ti.

Todos los momentos durante estos años en la Universidad de El Salvador fueron duros y no puedo describir lo mucho que crecí como persona profesional dentro de ella. El camino no ha sido sencillo, pero gracias a sus aportes, amor, consejos, la dificultad por lograr la meta se reducía gracias a mis hermanos.

Agradezco lo dichosa que soy por rodearme de personas que sin duda me han extendido su mano y me han apoyado en todo momento bueno o difícil, sin duda este esfuerzo de culminar mi tesis también es por ustedes amigos.

A mis compañeras de tesis se llegó el momento que tanto habíamos esperado, la lucha por ser profesionales de la Universidad de El Salvador llegó a su fin, las felicito y las admiro mucho por su valentía, lucha y perseverancia, fue toda una dicha tenerlas todos estos años a mi lado. Les deseo desde lo más profundo de mi corazón éxitos en sus vidas.

Julissa Rosibel Rivas Morales

ÍNDICE	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	iii
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Formulación del problema	2
1.3 Enunciado del problema	3
2. ANTECEDENTES	3
2.1 El Potencial de mercado de las Fibras Naturales en Nahuizalco	3
2.2 Especialización exportadora de El Salvador hacia el mercado de la Unión Europea en el periodo 2005-2015	4
2.3 Análisis del comportamiento del consumidor ante la relación de productos importados frente a los elaborados por artesanos inscritos en el proyecto CEDART San Salvador de CONAMYPE	4
2.4 Plan de exportación hacia el mercado europeo de obras pictóricas creadas por estudiantes de la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador. Caso ilustrativo	5
2.5 Plan de exportación de zapote al mercado italiano	6
2.6 Plan de exportación de cacao orgánico hacia el mercado de la Unión Europea. Caso ilustrativo Cáritas El Salvador	6
3. JUSTIFICACIÓN	7
3.1 Viabilidad del estudio	7
3.2 Limitantes en la realización del estudio	8
3.3 Alcance del estudio	8
4. OBJETIVOS	9
4.1 Objetivo general	9
4.2 Objetivos específicos	9
5. HIPÓTESIS	9
5.1 Hipótesis general	9
5.2 Hipótesis específicas	10
5.3 Operacionalización de las hipótesis	10

6. MARCO TEÓRICO	13
6.1 Histórico	13
6.1.1 Importaciones de muebles de madera y mimbre en la Unión Europea.	13
6.1.2 Relaciones diplomáticas de El Salvador con la Unión Europea.	14
6.1.3 Importancia de las Artesanías	15
6.1.4 Artesanías en El Salvador.	16
6.1.5 Municipio de Nahuizalco.	17
6.2 Conceptual	19
6.2.1 Marketing	19
6.2.2 Marketing internacional.	21
6.2.3 Comercio exterior	21
6.2.4 Exportación	22
6.2.5 Diseño de Plan de exportación.	23
6.2.6 Logística	26
6.2.7 Mercado Italiano.	27
6.3 Normativo	32
6.3.1 Ley de fomento, protección y desarrollo del sector artesanal.	32
6.3.2 Acuerdo de asociación de la Unión Europea (AdA UE y CA).	32
6.3.3 Ley especial de defensa comercial.	33
6.3.4 Ley de fomento, protección y desarrollo para la micro empresa.	33
6.3.5 Acceso al mercado italiano	33
7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	35
7.1 Método de investigación	35
7.2 Tipo de investigación	35
7.3 Diseño de investigación	36
7.4 Enfoque de investigación	37
7.5 Fuentes de investigación	38
7.5.1 Primaria	38
7.5.2 Secundaria	39
7.6 Técnicas e instrumentos de investigación	39
7.6.1 Cuantitativa	40

7.6.2	Cualitativa	40
7.7	Diseño de instrumentos de investigación	40
7.7.1.	Guía de entrevista	41
7.7.2.	Cuestionarios para encuestas	43
8.	UNIDADES DE ANÁLISIS	53
8.1	Determinación de unidad de análisis	53
8.2	Sujetos de investigación	54
8.2.1.	Instituciones de apoyo al sector productor artesanal del municipio de Nahuizalco.	54
8.2.2.	Productores artesanales que elaboran muebles de madera y mimbre en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate.	55
8.2.3.	Consumidores residentes en Italia	56
9.	DETERMINACIÓN DE UNIVERSO Y MUESTRA	56
9.1	Cálculo muestral	56
9.2	Tipo de muestreo	58
9.2.1.	No probabilístico	58
9.2.2.	Probabilístico	58
9.3	Fórmula a utilizar	58
9.4	Justificación de los valores en la fórmula	59
10.	PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN	60
10.1	Vaciado de información cualitativa	60
10.2	Procesamiento de información cuantitativa de encuesta a productores artesanales	66
10.3	Procesamiento de información cuantitativa de encuesta a consumidores italianos	95
11.	PROPUESTA DISEÑO de PLAN DE EXPORTACIÓN HACIA ITALIA	107
11.1	Objetivos	107
11.2	Justificación de la propuesta	108
11.3	Alcance de la propuesta	109
11.4	Importancia de la propuesta	109
11.5	Esquematización del plan de exportación	110
11.6	Antecedentes y diagnóstico de sector de productores artesanales de muebles de madera y mimbre	111

11.7	Análisis interno para el sector artesanal que elaboran muebles de madera y mimbre en Nahuizalco	117
11.8	Análisis externo para el sector artesanal que elaboran muebles de madera y mimbre en Nahuizalco	118
11.9	Análisis del potencial exportador de muebles de madera y mimbre	123
11.10	Elección y análisis del mercado meta	130
11.11	Logística de exportación	134
11.12	Estrategias de mezcla de mercadeo internacional	138
11.13	Proyecciones de venta	155
11.14	Conclusiones	149
11.15	Recomendaciones	150
12.	REFERENCIAS	151
13.	ANEXOS	154

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de hipótesis general	10
Tabla 2	Operacionalización de hipótesis específica 1	11
Tabla 3	Operacionalización de hipótesis específica 2	11
Tabla 4	Operacionalización de hipótesis específica 3	12
Tabla 5	Operacionalización de hipótesis específica 4	13
Tabla 6	Millones de habitantes de Italia del año 2018	29
Tabla 7	Indicadores de población en Italia del año 2018	29
Tabla 8	Ingresos anuales promedio de familias en Italia año 2016 (Expresado en millones de dólares)	29
Tabla 9	Fuentes principales de ingresos de familias en Italia (Expresado en millones de dólares)	30
Tabla 10	Datos de fórmula para cálculo muestral de población finita.	57
Tabla 11	Datos de fórmula para cálculo muestral de población infinita.	57
Tabla 12	Frecuencia de pregunta 1 encuesta a productores	67
Tabla 13	Frecuencia de pregunta 2 encuesta a productores	68
Tabla 14	Frecuencia pregunta 3, encuesta a productores	68

Tabla 15	Frecuencia absoluta de pregunta 4, encuesta a productores	69
Tabla 16	Frecuencia porcentual de pregunta 4 de encuesta a productores	70
Tabla 17	Respuesta promedio de pregunta 5, encuesta a productores	71
Tabla 18	Frecuencia absoluta de pregunta 6, encuesta a productores	72
Tabla 19	Frecuencia porcentual de pregunta 6, encuesta a productores	72
Tabla 20	Frecuencia de pregunta 8, encuestar a productores	74
Tabla 21	Frecuencia de pregunta 9, encuesta a productores	75
Tabla 22	Frecuencia de pregunta 10, encuesta a productores	76
Tabla 23	Frecuencia de pregunta 11, encuesta a productores	77
Tabla 24	Frecuencia pregunta 12, encuesta a productores	78
Tabla 25	Frecuencia de pregunta 13, encuesta a productores	79
Tabla 26	Frecuencia de pregunta 14, encuesta de productores	79
Tabla 27	Frecuencia de pregunta 15, encuesta a productores	80
Tabla 28	Frecuencia de pregunta 16, encuesta de productores	81
Tabla 29	Frecuencia de pregunta 17, encuesta a productores	82
Tabla 30	Frecuencia absoluta de pregunta 19, encuesta a productores	84
Tabla 31	Frecuencia porcentual de pregunta 19, encuesta a productores	84
Tabla 32	Frecuencia de pregunta 20, encuesta a productores	86
Tabla 33	Frecuencia pregunta 22, encuesta a productores	87
Tabla 34	Frecuencia pregunta 23, encuesta a productores	88
Tabla 35	Frecuencia pregunta 24, encuesta a productores	89
Tabla 36	Frecuencia pregunta 25, encuesta a productores	89
Tabla 37	Frecuencia de pregunta 26, encuesta a productores	90
Tabla 38	Frecuencia pregunta 27, encuesta a productores	91
Tabla 39	Frecuencia pregunta 29, encuesta a productores	92
Tabla 40	Frecuencia pregunta 30, encuesta a productores	93
Tabla 41	Frecuencia pregunta 31, encuesta a productores	94
Tabla 42	Frecuencia pregunta 1, encuesta a consumidores	96
Tabla 43	Frecuencia pregunta 2, encuesta a consumidores	96
Tabla 44	Frecuencia pregunta 3, encuesta a consumidores	97
Tabla 45	Frecuencia pregunta 4, encuesta a consumidores italianos	98

Tabla 46	Frecuencia absoluta pregunta 5, encuesta a consumidores italianos	99
Tabla 47	Frecuencia porcentual de pregunta 5, encuesta a consumidores	100
Tabla 48	Frecuencia pregunta 6, encuesta a consumidores italianos	101
Tabla 49	Frecuencia de pregunta 7, encuesta a consumidores	102
Tabla 50	Frecuencia pregunta 8, encuesta a consumidores	103
Tabla 51	Frecuencia pregunta 9, encuesta a consumidores	104
Tabla 52	Frecuencia pregunta 10, encuesta a consumidores	105
Tabla 53	Frecuencia pregunta 11, encuesta a consumidores	106
Tabla 54	Frecuencia de pregunta 12, encuesta a consumidores	106
Tabla 55	Producción mensual aproximada para productos de madera y mimbre	126
Tabla 56	Peso y cantidades de exportación	126
Tabla 57	Costos Unitarios de materias primas y materiales directos.	129
Tabla 58	Costos de producción de muebles de madera y mimbre seleccionados para exportación	129
Tabla 59	Peso de exportación	146
Tabla 60	Dimensiones para cajas de embalaje	147
Tabla 61	Costos de fabricación y adaptación unitarios de los muebles de madera y mimbre.	149
Tabla 62	Costos de exportación	150
Tabla 63	Precios de venta en dólares de los Estados Unidos de América	150
Tabla 64	Precios de venta en Euros (\$1.11)	151

INDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1	Tipos de muebles de madera y mimbre incluidos dentro de la investigación	18
Cuadro No. 2	Fuentes primarias utilizadas en la investigación	38
Cuadro No. 3	Fuentes secundarias utilizadas en la investigación	39
Cuadro No. 4	Talleres artesanales del municipio de Nahuizalco	55
Cuadro No. 5	Valores utilizados en fórmula para selección de muestra	59
Cuadro No. 6	Vaciado de información obtenida de entrevista a instituciones	60
Cuadro No. 7	Herramientas utilizadas para producción de muebles de madera y mimbre	114

Cuadro No. 8	Análisis interno (Fortalezas y Debilidades)	118
Cuadro No. 9	Análisis externo (Oportunidades y Amenazas)	118
Cuadro No. 10	Análisis PESTLE	120
Cuadro No. 11	Clasificación arancelaria por producto	148
Cuadro No. 12	Servicios post venta para muebles	148
Cuadro No. 13	Promoción en Milán	153

INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Evolución del sector artesanal en El Salvador	17
Figura 2	Factores que se logran por medio del marketing	20
Figura 3	Mezcla de marketing internacional	21
Figura 4	Pasos para elaboración de un plan de exportación	24
Figura 5	Secuencia de actividades en el transporte internacional de mercancías	26
Figura 6	Diseño de investigación	37
Figura 7	Esquema del plan de exportación	110
Figura 8	Muebles para sala de estar	113
Figura 9	Muebles para cocina	113
Figura 10	Muebles para dormitorio	114
Figura 11	Proceso de elaboración de muebles de madera	115
Figura 12	Análisis PESTLE	119
Figura 13	Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter	122
Figura 14	Ventaja competitiva de los muebles de madera y mimbre	125
Figura 15	Información mínima que debe incluirse en el etiquetado de muebles en el mercado italiano	128
Figura 16	Datos básicos de Italia	130
Figura 17	Datos generales de Italia	130
Figura 18	Aspectos importantes para ingresar a Italia	131
Figura 19	Segmentación de consumidores que residen e Italia	132
Figura 20	Normas de protocolo para hacer negocios	133
Figura 21	Estrategias de negociación	133

Figura 22	Diseño de rutas (romanos vía Acajutla, arábigos, vía Santo Tomás de Castilla)	134
Figura 23	Ruta vía puerto Santo Tomas de Castilla	135
Figura 24	Ruta vía puerto Acajutla	136
Figura 25	Documentos para exportación	137
Figura 26	Pasos para embalar	143
Figura 27	Embalar muebles grandes	144
Figura 28	Embalado de comedores	145
Figura 29	Embalaje de sala de mimbre	146
Figura 30	Canal de distribución propuesto	154

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1	Importancia de la historia y cultura de Nahuizalco para la elaboración de muebles de madera y mimbre	67
Gráfico No. 2	Constitución legal del negocio	68
Gráfico No. 3	Registro contable	69
Gráfico No. 4	Rangos de costo de producción para muebles de madera y mimbre	70
Gráfico No. 5	Rangos de producción por productos	72
Gráfico No. 6	Capacidad de producción para abastecer la demanda local	74
Gráfico No. 7	Forma de comercializar muebles de madera y mimbre	75
Gráfico No. 8	Servicio a domicilio	76
Gráfico No. 9	Determinación de precio	77
Gráfico No. 10	Ganancias mensuales	78
Gráfico No. 11	Planificación de ingresos	79
Gráfico No. 12	Principales clientes	80
Gráfico No. 13	Documento fiscal emitido para clientes	81
Gráfico No. 14	Proveedores de materia prima	82
Gráfico No. 15	Forma de pago a proveedores	83
Gráfico No. 16	Tipo de madera para fabricar	84
Gráfico No. 17	Integridad de la madera	86
Gráfico No. 18	Forma de promoción	87

Gráfico No. 19	Experiencia exportadora	88
Gráfico No. 20	Proceso logístico	89
Gráfico No. 21	Cambios en el producto para satisfacer exigencias del mercado	90
Gráfico No. 22	Marca de muebles de madera y mimbre	90
Gráfico No. 23	Servicios post venta	91
Gráfico No. 24	Aspectos de diseño sobresalientes	93
Gráfico No. 25	Medios de financiamiento	94
Gráfico No. 26	Asocio con artesanos	95
Gráfico No. 27	Existencia de muebles en el hogar	96
Gráfico No. 28	de comprar muebles de madera	97
Gráfico No. 29	Frecuencia de compra de muebles de madera	98
Gráfico No. 30	Preferencia en tipo de muebles	99
Gráfico No. 31	Nivel de importancia en factores de los muebles	100
Gráfico No. 32	Precio a pagar por un mueble de madera utilizado en cocina	101
Gráfico No. 33	Precio a pagar por un mueble de madera para utilizar en sala de estar	102
Gráfico No. 34	Precio a pagar por un mueble de madera para utilizar en dormitorio	103
Gráfico No. 35	Medio por el que realiza la compra	104
Gráfico No. 36	Medio por el que se entera de que existen muebles de madera en el mercado	105
Gráfico No. 37	Conocimiento del trabajo artesanal	106
Gráfico No. 38	Disposición para adquirir muebles artesanales	107

RESUMEN EJECUTIVO

El diseño de plan de exportación es una herramienta que permite a los artesanos productores del municipio de Nahuizalco contar con las técnicas de exportación de los productos elaborados en madera y mimbre a Italia. De igual forma, presenta estrategias de producto, precio, plaza y promoción para la comercialización de los mismos en Italia. El documento se divide en tres capítulos conteniendo información necesaria e indispensable para la investigación realizada.

En el capítulo 1 se presentan las generalidades de la investigación, así como, el marco teórico. Se mencionan todas las bases históricas y antecedentes que benefician y aportan a la realización del análisis del sector productor de muebles de madera y mimbre en el municipio. Se identifican también los conceptos básicos de diferentes términos que tienen incidencia en el desarrollo de la misma como: marketing, marketing internacional, comercio exterior, exportación, transporte internacional, entre otros. Se incluye la ficha país de Italia, con aspectos necesarios a conocer previo a la realización del plan de exportación.

El capítulo 2 desarrolla la metodología de la investigación, aplicado mediante el método deductivo, el tipo de investigación desarrollada, es No experimental de alcance descriptivo y explicativo puesto que el sector de Nahuizalco cuenta ya con una cronología establecida a base de costumbres y tradiciones extendidas a través de los años; para ello los sujetos de investigación lo constituyen las instituciones de apoyo al sector artesanal de muebles en Nahuizalco, los productores y consumidores finales que residen en Italia,

Dentro de los principales resultados de la investigación se destaca que los muebles de madera y mimbre tienen un alto potencial debido a su diseño y particularidad, actualmente el mercado nacional no está siendo aprovechado al máximo debido a que se carecen de herramientas y estrategias adecuadas para la comercialización, el proceso de producción es similar entre cada taller artesanal constando de 6 pasos que engloban la elaboración de plantilla, cortado de madera, curado de madera, emparejamiento de piezas y pegado , lijado y tallado y por último armado del producto final, actualmente en el municipio sólo un 29% de los talleres poseen experiencia exportadora ,sin embargo, carecen de conocimiento de los procesos

logísticos y comerciales que se llevan a cabo al momento de exportar y en su mayoría no buscan expandirse si no acomodarse con los ingresos que perciben actualmente. De igual manera, en la información obtenida del mercado se destaca que los consumidores italianos poseen un alto poder adquisitivo y están dispuestos a adquirir muebles elaborados de forma artesanal, valoran más el diseño y calidad que el precio y la forma en que generalmente adquieren muebles es de forma física mediante un establecimiento.

En la propuesta de solución se presenta el diseño de plan de exportación hacia, Milán, Italia, que debe realizarse por medio de transporte internacional marítimo, utilizando el incoterm FOB, de igual manera, se hace énfasis en los documentos comerciales, aduaneros y de transporte que deben realizarse, incluyendo el certificado EUR 1 para el aprovechamiento del acuerdo de asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, las estrategias de marketing definidas se establecen de acuerdo a las necesidades del mercado, y a sus exigencias, la cadena de distribución de los productos incluye agentes, mayorista y minorista. Finalmente, en las proyecciones de ventas se espera que las ventas incrementen en un 5% anualmente.

INTRODUCCIÓN

El municipio de Nahuizalco, ubicado en el occidente del país, es un destino turístico importante a nivel nacional, caracterizado por el trabajo artesanal desarrollado por los artesanos del lugar que elaboran muebles a base de madera y fibras naturales de alto valor cultural y étnico, con materia prima de calidad y trabajo artesanal de gran valor y reconocido en la actualidad.

Con la ayuda del sector productor artesanal y su labor constante en la fabricación de muebles, ha logrado ocupar un lugar importante en la economía del municipio y del departamento en general. Formando parte del sector productivo informal en su mayoría y generando ingresos, oportunidades de empleo y dinamizando la economía nacional en los últimos años.

Debido al potencial comercial que representa el sector de muebles de madera y mimbre se pretende brindar una herramienta que funcione para que los talleristas puedan exportar y comercializar efectivamente sus productos en el mercado italiano a través del diseño de un plan de exportación y mediante una investigación de campo que determina los factores importantes con los que cuenta el artesano de la zona.

La investigación está comprendida por tres capítulos, siendo el primero un recorrido histórico sobre las artesanías en el país, así como su transformación y elaboración en artículos más sofisticados; haciendo una investigación conceptual de los términos necesarios para su desarrollo; se incluye además una presentación de la normativa legal que se debe tomar en cuenta para cumplir dicho propósito.

En el capítulo dos se presenta la metodología de la investigación que sustenta y define el proceso a seguir para recolectar la información necesaria en el trabajo de campo realizado. Definiéndose como parte fundamental del mismo, las unidades de análisis y los sujetos de investigación los cuales proporcionan las bases de información requerida para analizar la efectividad del diseño de la herramienta que permitirá exportar los productos al país de Italia.

Finalmente se realiza en el capítulo tres el procesamiento de la información cualitativa y cuantitativa recolectada a lo largo de la investigación, permitiendo así el diagnóstico del sector artesanal de muebles de madera y mimbre obtenido a través del Centro de Desarrollo Artesanal en Nahuizalco (CEDART) de CONAMYPE (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa) y de la Alcaldía de Nahuizalco y a los productores de los muebles de madera y mimbre del sector. Para analizar la información y conocer la situación comercial, técnica y financiera del mismo, se utilizan las herramientas de análisis siguientes: cinco fuerzas de Michael Porter, matriz FODA y PESTLE.

Concluyendo con las estrategias a seguir por parte de los objetos de estudio para exportar sus productos efectivamente al país europeo de Italia.

CAPÍTULO 1 GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN Y MARCO TEÓRICO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

En la Zona Occidental de El Salvador, se ubica el departamento de Sonsonate donde se encuentra el Municipio de Nahuizalco que se ha caracterizado por su riqueza cultural, proveniente de sus antecedentes históricos. En la actualidad conserva su idiosincrasia expresada por medio de sus costumbres y tradiciones.

De igual forma, Nahuizalco se caracteriza por sus artesanías, donde resaltan los muebles elaboradas en madera, mimbre y otras fibras naturales que poseen una estructura comercial y empresarial atractiva; debido a que representan aspectos culturales e históricos de sus raíces, por ello, Nahuizalco también constituye uno de los principales destinos turísticos de El Salvador, formando parte de una de las principales rutas turísticas del país.

Las artesanías de madera y mimbre se elaboran en talleres de carpintería por artesanos quienes a lo largo de su trayectoria se han dedicado al perfeccionamiento de la técnica que emplean en su elaboración y se comercializan generalmente dentro del mismo municipio. El diseño único de los muebles que se elaboran en Nahuizalco ha permitido que sean reconocidos de forma nacional e internacional.

De acuerdo al estudio realizado por la Fundación Promotora de Productores y Empresarios Salvadoreños & Asociación Izam (2011), titulado “Potencial de mercado de las fibras naturales de Nahuizalco” se identifica que la venta de los muebles de madera y mimbre a nivel nacional ha tenido una baja en las mismas ocasionando bajos niveles de producción que deriva en pocos ingresos económicos para las familias que se dedican y se sostienen de este oficio.

La producción artesanal es uno de las principales fuentes de empleo e ingresos del sector, los artesanos en su mayoría representan pequeñas empresas que carecen de la experiencia de

marketing y comercialización adecuada que les permita comunicar y persuadir a los consumidores nacionales para generar ventas, además carecen de herramientas específicas que les permitan incrementarlas y consecuentemente aumentar los ingresos familiares que forman parte de los ingresos primarios del país.

Otro factor a destacar es que los artesanos mantienen los mismos diseños y tamaños de los muebles desde más de veinte años, dejando de captar clientes potenciales. Finalmente, la falta de capital para inversión materia prima, maquinaria de trabajo, mano de obra y una planta de producción para elaborar los muebles permite que las ventas disminuyan, no obstante, la carencia de conocimientos de venta de los muebles en el ámbito internacional y desconocimientos de estrategias mercadológicas o de posicionamiento de los productos en cualquier mercado con potencial de compra, representan un factor significativo para la falta de incremento en ventas.

1.2 Formulación del problema

Posterior a la descripción del problema, se establecen las siguientes preguntas:

¿Cuál es la situación comercial, financiera y administrativa de los artesanos en el municipio de Nahuizalco?

¿Qué procesos logísticos deben realizarse para el ingreso de muebles de madera y mimbre al mercado italiano?

¿Qué estrategias de mezcla de marketing internacional son necesarias para incursionar en el mercado italiano?

¿Cuál es el nivel de aceptación que tienen en el mercado italiano los muebles de madera y mimbre elaborados en Nahuizalco, Sonsonate?

1.3 Enunciado del problema

¿De qué forma el diseño de un Plan de exportación de muebles de madera y mimbre elaborados en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate, contribuye en el análisis interno y externo para la comercialización al mercado italiano?

2. ANTECEDENTES

2.1 El Potencial de mercado de las Fibras Naturales en Nahuizalco

El aporte que brinda el estudio se fundamenta en la identificación de potencial de mercado que presentan los productos elaborados con fibras naturales en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate por los artesanos del sector. El objetivo del informe se fundamenta en el análisis de los gustos y preferencias de los extranjeros que visitan el municipio y aprecian las artesanías que se elaboran a nivel local con fibras naturales como mimbre y tule.

Uno de los puntos principales y que contribuyen a la investigación es el estudio realizado a los propietarios de las tiendas que elaboran y venden los productos artesanales en la ruta de las flores. Destacando a su vez aspectos relevantes de análisis que ayudan a valorar los factores decisivos que interviene de forma directa e indirecta en los consumidores y la forma en que se satisface la demanda actual y creciente por por los productores artesanales del sector de artesanías en Nahuizalco.

El estudio de mercado contribuye en la presentación de la ventaja competitiva que poseen las artesanías elaboradas en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate ante los gustos y preferencias de consumidores nacionales y extranjeros; destaca la ventaja que existe en el uso de fibras naturales para su elaboración, (Fundación Promotora de Productores y Empresarios Salvadoreños , 2011)

2.2 Especialización exportadora de El Salvador hacia el mercado de la Unión Europea en el periodo 2005-2015

La investigación realizada por Araujo y Mendoza (2019). Tiene como objetivo conocer en qué situación se encuentra El Salvador en las relaciones del intercambio comercial existentes con la UE y cómo este se ha desarrollado con los diferentes mecanismos comerciales aplicados en el período 2005-2015, para contribuir al análisis de la inserción de productos que beneficien al país salvadoreño mediante su exportación al mercado europeo, determinando la competitividad y oferta exportable.

Entre las conclusiones del estudio se encuentra que la especialización exportadora ha sido determinada en cierta medida por los mecanismos comerciales aplicados por la UE en dicho período, ya que en el 2005 estaba en vigencia un Sistema General de Preferencias, años más tarde se ratifica un Sistema General de Preferencias Plus teniendo un mayor alcance de productos que tenía el anterior sistema y por último y el más importante el Acuerdo de Asociación teniendo como una de las principales ventajas la reducción de aranceles.

Las conclusiones de este estudio favorecen la investigación para diseñar el plan de exportación de muebles elaborados de madera y mimbre en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate hacia Italia, puesto que presenta que el Acuerdo de Asociación favorece las exportaciones salvadoreñas mediante la reducción de aranceles y los productos salvadoreños.

2.3 Análisis del comportamiento del consumidor ante la relación de productos importados frente a los elaborados por artesanos inscritos en el proyecto CEDART San Salvador de CONAMYPE

La investigación realizada por (De la Cruz, Hurtado y Ramírez, 2019). Tiene como objetivo principal el análisis del comportamiento del consumidor ante la relación de los productos importados frente a los elaborados por artesanos inscritos en el proyecto CEDART San Salvador de CONAMYPE.

A lo largo del estudio se abordan elementos teóricos, temáticas técnicas e instrumentos para la recolección de datos y análisis del comportamiento de compra en las personas respecto a los productos artesanales, y las organizaciones gubernamentales que apoyan al sector.

Entre las conclusiones del estudio destaca que los consumidores nacionales consideran las artesanías como productos nostálgicos y por ello, la motivación de compra está dirigida a brindar un obsequio, por ello en su mayoría desconocen la existencia de artesanías con diseños decorativos e utilitarios.

2.4 Plan de exportación hacia el mercado europeo de obras pictóricas creadas por estudiantes de la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador. Caso ilustrativo

La importancia del Plan de Exportación pretende ser una guía práctica que brinda las herramientas necesarias para incentivar la internacionalización de las obras pictóricas elaboradas en la Universidad de El Salvador. Entre los puntos de valor de la investigación se indican las consideraciones legales, logísticas y financieras; y un breve estudio del mercado donde se da un mayor enfoque y claridad a las estrategias y acciones a desarrollar para penetrar en mercados internacionales (Bustillo & Rivas, 2016).

Detallándose así los requisitos para ingresar a nuevos mercados como requisitos y documentación legal necesarias para exportar, el conocimiento de los términos de negociación, como los Incoterms, donde se determinan las responsabilidades de costos y riesgos, para el vendedor y comprador; y el proceso logístico de carga, envío y embalaje para que las obras lleguen a su destino en las mismas condiciones con que se negociaron (Bustillo & Rivas, 2016).

El aporte de esta investigación consiste en que permite identificar requisitos, documentos y procesos logísticos necesarios para exportar a la Unión Europea, identificar dichos factores contribuye en la realización de la investigación previa a la elaboración del plan de exportación de muebles de madera y mimbre hacia Italia.

2.5 Plan de exportación de zapote al mercado italiano

El objetivo general de la investigación es diseñar un plan de exportación de la semilla del zapote que permita incorporar la oferta del cultivo de zapote en el mercado italiano, para ello, se definen los objetivos específicos, que se encaminan a determinar la capacidad de producción, investigar el nivel de demanda del zapote en Italia, evaluar las condiciones de los productores para comercializar en el mercado extranjero y determinar el precio óptimo o ideal para comercializar el cultivo de zapote en el mercado italiano.

Dentro del estudio se destaca que las exportaciones son consideradas de suma importancia para el crecimiento y desarrollo sostenido a largo plazo; más aún en la actualidad tiene un peso importante en la actividad económica del país. Por ello, el estudio propone la elaboración de un plan de exportación que sirva como guía para aquellos emprendedores que desean expandirse a mercados internacionales (Díaz, Hernández & Leiva, 2016).

En ese sentido el estudio contribuye en identificar aspectos relevantes de Italia antes los productos importados de El Salvador, así como, aspectos económicos de Italia con relación a los consumidores y el aprovechamiento del acuerdo de asociación con la Unión Europea.

2.6 Plan de exportación de cacao orgánico hacia el mercado de la Unión Europea. Caso ilustrativo Cáritas El Salvador

El estudio de Ángel, Rivera y Solís (2016). Tiene como Objetivo General desarrollar un plan de exportación dirigido al mercado de la Unión Europea para introducir cacao orgánico producido bajo un sistema agroforestal por la Alianza Nacional del Cacao.

Dentro del plan de exportación se detallan todos los elementos necesarios que se deben de tomar en cuenta para realizar la exportación de cacao hacia el mercado europeo, es necesario conocer el mercado al que se desea ingresar, los documentos y tramites de exportación, también es importante identificar los agentes u organismos involucrados para la exportación en El Salvador, la logística que se debe seguir y las formas de pago a nivel internacional. Finalmente,

se desarrollan estrategias encaminadas a la construcción de una ventaja competitiva, que diferencie de forma positiva el cacao producido en el país (Ángel, Rivera, & Solis, 2016).

3. JUSTIFICACIÓN

En Nahuizalco, Sonsonate, la producción de muebles de madera y fibras naturales, entre ellas el mimbre, que son consideradas como artesanías del sector, constituyen uno de las fuentes principales de empleo e ingresos familiares del municipio, por ello, ante la baja de las ventas y la falta de interés de consumidores nacionales en adquirir ese tipo de artesanías, es necesario impulsar su comercialización y expandir su participación en el mercado internacional con el aprovechamiento de instrumentos con los que El Salvador actualmente cuenta en materia de comercio exterior, para ello, se requiere una herramienta eficaz y personalizada que facilite a los artesanos la gestión de expansión internacional.

3.1 Viabilidad del estudio

En la actualidad existen diferentes instituciones nacionales que apoyan las micro y pequeñas empresas, en ese contexto, cabe destacar que se cuenta con el interés y la disposición de colaboración en la investigación por parte de CEDART de Nahuizalco, así como, de los artesanos de la zona, de igual manera se poseen diferentes fuentes estadísticas que contribuyen a la realización del estudio, acceso a la información y participación ciudadana del Ministerio de Economía, CONAMYPE, la Alcaldía municipal de Nahuizalco.

Para información de Italia existen sitios web que poseen estadísticas mundiales de comercio, además, se cuenta con un contacto directo del sector de artesanías de muebles de madera y mimbre que se encargan de potenciar la marca del municipio.

De igual manera, por el acceso al área occidental del país que se considera relativamente cercano y el sector de artesanos de muebles de madera y mimbre constituye un número de productores artesanales adecuado para la realización del estudio.

3.2 Limitantes en la realización del estudio

Para la realización del estudio se presentan las siguientes limitantes:

Los documentos referentes a las artesanías de El Salvador se encuentran desactualizados para el sector de muebles artesanales

Se carece de información estadística precisa que detalle la situación actual del mercado de muebles artesanales en El Salvador.

La recolección de información para los sujetos de estudio que residen en el mercado italiano puede dificultarse por las variaciones de horario y distancia territorial con dichos sujetos.

3.3 Alcance del estudio

La investigación estará orientada a las bases técnicas del marketing internacional, incluyendo comercio internacional, inicialmente con la investigación de factores comerciales, técnicos, logísticos y financieros, del sector artesanal de muebles de madera y mimbre elaborados en el municipio de Nahuizalco Sonsonate, para obtener un diagnóstico de la situación actual de los artesanos respecto a los factores comerciales necesarios para la exportación a Italia.

Finalmente diseñar un plan de exportación hacia Italia, donde se presenten estrategias de producto, precio, promoción y plaza para la comercialización de muebles de madera y mimbre en el país de destino.

De igual manera, incluye el estudio del mercado italiano en Lombardía, Milán para identificar los gustos y preferencias de los consumidores; los procesos logísticos que intervienen en la exportación de los muebles mencionados anteriormente, como los requisitos y adecuaciones necesarias para el ingreso a Italia como parte de la Unión Europea.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Diseñar un Plan de exportación de muebles de madera y mimbre elaborados en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate, hacia Italia, que permita analizar la situación interna y externa para la comercialización en el mercado italiano.

4.2 Objetivos específicos

Identificar de qué forma incide en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate el diseño de un plan de exportación de muebles elaborados en madera y mimbre al mercado italiano.

Aplicar las cinco fuerzas de Michael Porter, la matriz FODA y la herramienta PESTLE al sector artesanal de Nahuizalco que elabora muebles de madera y mimbre, para conocer su situación comercial, técnica y financiera.

Establecer los elementos logísticos que intervienen en el proceso de exportación de muebles de madera y mimbre al mercado italiano a fin de diseñar un plan de exportación de los mismos.

Definir estrategias de mezcla de marketing internacional para la comercialización de muebles de madera y mimbre en el mercado italiano.

5. HIPÓTESIS

5.1 Hipótesis general

El diseño de un Plan de exportación de muebles de madera y mimbre elaborados en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate, hacia Italia, permite analizar la situación interna y externa para la comercialización en el mercado italiano.

5. 2 Hipótesis específicas

HE1: La elaboración de un plan de exportación de muebles elaborados en madera y mimbre al mercado italiano permite incrementar a largo plazo las ventas del sector en Nahuizalco, Sonsonate.

HE 2: La aplicación de las cinco fuerzas de Michael Porter, la matriz FODA la herramienta PESTLE en los artesanos de Nahuizalco que elaboran muebles de madera y mimbre, funciona para conocer su situación técnica, comercial y financiera.

HE 3: La determinación de los elementos logísticos que intervienen en el proceso de exportación de muebles de madera y mimbre facilita información para planear la exportación de los mismos.

HE 4: El diseño de estrategias de marketing internacional permite la comercialización de muebles de madera y mimbre en el mercado italiano

5. 3 Operacionalización de las hipótesis

Tabla 1

Operacionalización de hipótesis general

Variabes	Definición	Dimensión	Indicadores
V.I. Diseño Plan de exportación	Un plan de exportación es la forma en que se da salida del territorio aduanero nacional a los productos y servicios a otros países, obteniendo ventas y utilidades.	Logística de exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de transporte internacional • Documentos a utilizar • Incoterms • Seguro • Agentes

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES
V.D. permite analizar la situación interna y externa para la comercialización en el mercado italiano.	Herramientas requeridas para exportar muebles de madera y mimbre al mercado italiano.	Canales de distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil del consumidor. • Tipos de canales de distribución. • Estrategias de precio • Adaptaciones de producto.

Tabla 2

Operacionalización de hipótesis específica 1

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES
V.I. Plan de exportación	Un plan de exportación es la forma en que se da salida del territorio aduanero nacional a los productos y servicios a otros países, obteniendo ventas y utilidades.	Logística de exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de transporte internacional • Documentos a utilizar • Incoterms • Seguro • Agentes • Embalaje
V.D. incrementar a largo plazo las ventas del sector en Nahuizalco, Sonsonate.	Incremento de las ventas en relaciona las históricas, durante un año.	Forma de comercializar	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de ventas • Canales de distribución • Segmentos de Cliente • Fuerza de ventas • Ingresos

Tabla 3

Operacionalización de hipótesis específica 2

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES
V. I. Fuerzas de Michael Porter, la matriz FODA y la herramienta PESTLE.	Conjunto de herramientas utilizadas para el Análisis interno y externo del desempeño de los artesanos con relación a competidores, clientes y productos.	Diagnóstico	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Proveedores • Productos sustitutos • Fortalezas • FODA • PESTLE

Variables	Definición	Dimensión	Indicadores
V. D. funciona para conocer su situación técnica, comercial y financiera.	Situación actual de los artesanos de Nahuizalco con respecto a factores técnicos de los muebles de madera y mimbre, factores comerciales y financieros.	Producto Ficha Técnica Ventas Control financiero y contable	<ul style="list-style-type: none"> • Empaque • Materiales • Diseño • Manual de ventas • Estrategias • Promoción • Ingreso • Control contable • Producción • Utilidades • Costos de producción

Tabla 4

Operacionalización de hipótesis específica 3

Variables	Definición	Dimensión	Indicadores
V. I. elementos logísticos del proceso de exportación	Conjunto de pasos que deben realizarse para el traspaso de los muebles de madera y mimbre desde El Salvador al mercado italiano.	Transporte Documentación internacional Incoterms Seguro	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de transporte internacional. • Documentación necesaria. • Canal de acceso • Costos de exportación
V. D. facilita información para planear la exportación de los mismos	Conjunto de datos logísticos necesarios para la realización del Plan de exportación.	Plan de exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Canal de distribución • Logística de exportación • Selección de precio • Formas y medios de pago. • Competidores

Tabla 5
Operacionalización de hipótesis específica 4

Variables	Definición	Dimensión	Indicadores
V. I. Estrategias de marketing internacional.	Conjunto de acciones definidas en términos de mercadeo internacional	Mercadeo Tipos de estrategias Mezcla de mercadeo.	<ul style="list-style-type: none"> • Precio • Plaza • Producto • Promoción • Oferta • Demanda
V. D. comercialización de los productos al mercado italiano	Acciones encaminadas a realizar ventas en el mercado italiano.	Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Gustos y preferencias • Calidad • Precios • Frecuencia de compra

Fuente: Elaboración propia del grupo de investigación.

6. MARCO TEÓRICO

A efectos ampliar los enfoques teóricos de la investigación se presenta el marco teórico, que, a su vez, se divide en histórico, conceptual y legal.

6.1 Histórico

El marco histórico muestra los datos referentes al comercio exterior de la Unión Europea, así como información del municipio de Nahuizalco, Sonsonate que se considera pertinente para la presente investigación.

6.1.1 Importaciones de muebles de madera y mimbre en la Unión Europea.

La Unión Europea (UE) es una de las economías del mundo con mayor apertura al comercio internacional, así mismo, es el mayor mercado único mundial. Entre los años 1999 a 2010 el comercio exterior de la Unión Europea se duplicó logrando representar el 30% de su PIB. Los

países que conforman la UE en unión tienen más peso en términos comerciales de los que tendrían por sí solos (Unión Europea, 2019).

A continuación, se presentan datos históricos de las importaciones de muebles de madera y mimbre en Italia para los productos a favor de los cuales se realiza la presente investigación, estos son: asientos, muebles para cocina, muebles para dormitorios, todos elaborados de madera y mimbre; en los datos estadísticos se presenta el código arancelario que representa el código único de los productos de acuerdo al Sistema Armonizado.

Los países de la Unión Europea que más importan el producto, “940159 Asientos de roten materiales similares (exc. de bambú o "ratán)” son: Países Bajos, Italia, Alemania, España, Finlandia, Francia, Polonia, Dinamarca, Reino Unido y Austria. En 2018 importaron en relación a las importaciones del mundo el 12.70%, 12.0%, 5.39%, 4.23%, 4.08%, 2.75%, 2.36%, 2.16%, 2.12%, 1.63%, respectivamente (Trade Map, 2019). Ver anexo 1

Los países de la UE que más importan el producto “940350 Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios (exc. asientos)” son Alemania, Reino Unido, Francia, Países Bajos, Austria, Italia y Bélgica. En 2018 las importaciones representaron el 6.83%, 6.00%, 3.06%, 2.66%, 1.89%, 1.34%, 1.11% y 1.01%, respectivamente (Trade Map, 2019). Ver anexo 2

En referencia al producto “940340 Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas (exc. asientos)” los países de la UE que en 2018 importaron mayores cantidades respecto a las importaciones del mundo son: Francia con el 9%, Países Bajos con el 6.74%, Austria con 2.97%, Reino Unido con 2.17%, Bélgica con 2.13%, Alemania con 1.70%, Suecia con 1.55%, Dinamarca con 1.18%, España con 1.15%, Luxemburgo con 0.79% e Italia con 0.63% (Trade Map, 2019). Ver anexo 3

6.1.2 Relaciones diplomáticas de El Salvador con la Unión Europea.

Las relaciones institucionales de El Salvador y Centroamérica con la Unión Europea se basaban únicamente en el dialogo de San José (1984). El dialogo impulsaba la paz ante el

conflicto armado que tenía lugar en la región, resolviendo los conflictos mediante el diálogo y la negociación regional, siendo el continente europeo uno de los principales donantes de ayuda oficial para impulsar el desarrollo en El Salvador (Ángel, Rivera, & Solís, 2016).

Actualmente existe un Acuerdo de Asociación entre Centroamérica con la Unión Europea que tiene como objetivo fortalecer y consolidar las relaciones entre ambas regiones, desarrollar una asociación política privilegiada, mejorar la cooperación birregional, ampliar y diversificar la relación comercial y fomentar el incremento del comercio y la inversión entre las regiones.

Este acuerdo promueve los siguientes objetivos:

- ✓ La expansión del comercio mediante la reducción de barreras arancelarias y la facilitación de las normas y reglamentos técnicos para el comercio,
- ✓ La promoción de la integración económica regional,
- ✓ La apertura efectiva, recíproca y gradual de los mercados de contratación pública,
- ✓ La protección adecuada y efectiva de los derechos de propiedad intelectual,
- ✓ El establecimiento de un mecanismo eficaz, justo y predecible de solución de controversias,
- ✓ La promoción del comercio que contribuya al objetivo de un desarrollo sostenible mediante un trabajo conjunto colaborativo. (Unión Europea, 2019)

6.1.3 Importancia de las Artesanías

Al llegar los españoles a tierras de lo que ahora se conoce como América, los indígenas tenían fuertemente desarrolladas sus habilidades artesanales, motivo por el cual los conquistadores de esa región los explotaron para que produjeran para ellos todo tipo de artículos artesanales. Al pasar a ser esclavos su arte ya no era para satisfacerse a ellos mismos ni a sus necesidades, sino para los españoles, quienes los obligaban a trabajar baja presión, teniendo además que desarrollar artículos con tradiciones de los españoles (los conquistadores) dando origen al intercambio de cultura y costumbre mediante los productos creados (De la Cruz, Hurtado, & Ramírez, 2019).

Las artesanías posteriores a la colonia beneficiaron y ayudaron a la cultura de la región americana, la cual obtuvo apostes trascendentales como el torno alfarero, escritura, la rueda. El arado utilizado para el cultivo de plantas de consumo personal y logrando así convertir en materia prima lo que la naturaleza proveía. Todo este aporte tecnológico en su época propicio a beneficiar y explotar productos originarios del continente americano como el añil, el bálsamo y el cacao (De la Cruz, Hurtado, & Ramírez, 2019).

6.1.4 Artesanías en El Salvador.

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y sociales (UNESCO, 2017).

Las culturas milenarias utilizaban las artesanías como un medio para rendir tributo a sus dioses, los oficios artesanales eran sagrados, respondían a una necesidad mística e utilitaria, además, representaba una forma de expresión mediante el arte y la utilización de los materiales que ofrece la naturaleza, su aporte cultural representa en gran medida la identidad del pueblo, debido a que hacen énfasis en aspectos históricos.

a) Evolución de las artesanías salvadoreñas

A continuación, se muestra la forma en que ha evolucionado el sector artesanal salvadoreño, durante los años 1940 hasta el año 2000.

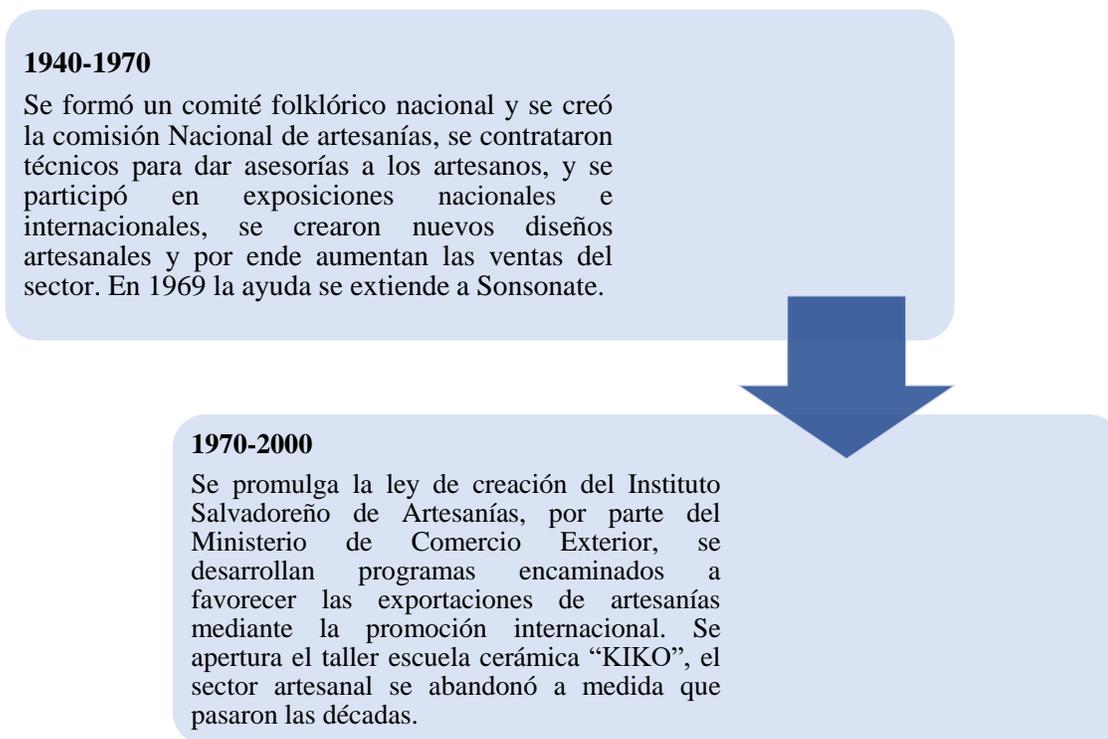


Figura 1 Evolución del sector artesanal en El Salvador

Fuente: Universidad Francisco Gavidia

6.1.5 Municipio de Nahuizalco.

Según el Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (2006) Nahuizalco fue titulada ciudad desde el 15 de agosto de 1995 por decreto legislativo, su nombre en Náhuatl significa “Cuatro Izalcos”, constituye uno de los más fuertes y antiguos núcleos indios de El Salvador, fue fundada y habitada por pipiles, está ubicada en el departamento de Sonsonate, y se encuentra a ochenta kilómetros de la capital, posee una población aproximada de cincuenta mil habitantes, además, es reconocido a nivel nacional por su riqueza cultural en cuanto a costumbres y tradiciones.

Nahuizalco a su vez, cuenta con diferentes atractivos turísticos, por ello, forma parte de dos de las principales rutas turísticas de El Salvador la “Ruta de las flores” y la “Ruta artesanal”, entre los atractivos turísticos destacan, la cascada “el salto”, sitios arqueológicos, la danza folclórica de “Los Historiantes”, el baile de las “Chichimecas” y la variedad de productos

artesanales elaborados por artesanos originarios del municipio en madera, mimbre y otras fibras naturales (Generalidades del Municipio de Nahuizalco..., 1992).

Así mismo, entre otro de sus principales atractivos se destacan el único mercado nocturno del país, que representa una de las importantes líneas de trabajo para alcanzar el desarrollo económico local. Se estima que poseen entre cuatrocientas y quinientas visitas por día de turistas nacionales como internacionales.

a) Artesanías elaboradas en el municipio de Nahuizalco

Producto con características distintivas, obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético o artístico para realizar objetos con sello personal o colectivo, funcionales o decorativos, en un proceso de transformación de materias primas. (Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, 2014, pág. 3)

A continuación, se describen los muebles artesanales elaborados en Nahuizalco que aplican para el presente estudio:

Cuadro No. 1

Tipos de muebles de madera y mimbre incluidos dentro de la investigación

Nombre	Descripción
Silla para barra desayunadora	Fabricadas principalmente por madera (cedro, cortez blanco, laurel, conacaste) y fibras naturales como el mimbre, debido a su flexibilidad y durabilidad los artesanos prefieren este tipo de materia prima para la transformación de muebles.
Comedor para 6 personas	El comedor para 6 personas consta de 7 piezas (6 sillas y 1 mesa) elaboradas con madera de cedro, la especialidad de los acabados y los diseños elaborados por los artesanos de Nahuizalco permite que se diferencien del resto de muebles fabricados en El Salvador.
Alacenas de dos puertas	Muebles trabajados por manos creativas artesanales de El Salvador, poseen acabados que los diferencian, puesto que son elaborados a mano, generalmente son elaborados de cedro y cortez blanco.

Nombre	Descripción
Juegos de sala	Estos muebles están conformados por tres piezas (dos muebles pequeños y uno grande), elaborados con mimbre mediante la técnica de trenzado.
Camas	Diseñadas a base de madera, con acabados y diseños especiales que las diferencian, utilizan principalmente el cedro como materia prima.
Ropero de dos puertas	Muebles trabajados por manos creativas artesanales de El Salvador, poseen acabados que los diferencian, puesto que son elaborados a mano, generalmente son elaborados de cedro y cortez blanco, el ropero es utilizado en dormitorio.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de (Muebles y Artesanías de Nahuizalco, 2019)

6.2 Conceptual

Para la investigación previa al diseño del plan de exportación, se presenta la necesidad de conceptualizar términos que son básicos para el desarrollo de la investigación y que de igual manera contribuyen a encaminar el curso de acción del proyecto, así mismo, se facilita la comprensión del estudio.

6.2.1 Marketing

“Proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”. (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 5)

“Marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización”. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 6)

Es importante visualizar este concepto a lo largo de todo el trabajo de investigación, debido a que el área de mercadeo es la base de la construcción del plan de solución de los resultados de la investigación.

a) Importancia del marketing

La importancia del marketing en la actualidad radica en la necesidad de crear valor para el cliente y establecer relaciones a largo plazo, con el objetivo de satisfacer necesidades, por medio del marketing es posible identificar los factores necesarios en el proceso de satisfacción de necesidades (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012).

En la figura se muestran factores importantes que logran realizarse por medio del marketing en términos generales:

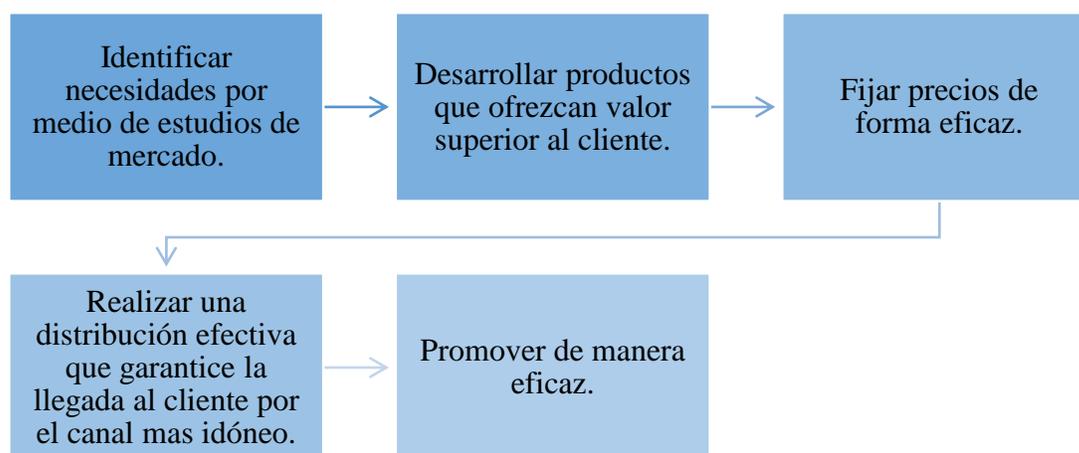


Figura 2 Factores que se logran por medio del marketing

Fuente: (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012)

Al crear valor para los consumidores, las empresas, a su vez, captan el valor de sus clientes en forma de ventas, ingresos y activo a largo plazo, logrando ser más competitivos en un mercado (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012).

❖ En el ámbito internacional

Es posible tener acceso a productos y servicios que no posee el mercado nacional, además, permite ser competitivos a nivel internacional con la capacidad de proyectar sistemas de marketing en un mercado global (Stanton, Etzel, & Walker, 2007).

6.2.2 Marketing internacional.

El marketing internacional es el conjunto de conocimientos que tienen como fin promover y facilitar los procesos de intercambio de bienes, servicios, ideas y valores entre oferentes y demandantes de dos o más países, para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes y consumidores, al tiempo que los oferentes (empresas, instituciones o individuos), logran sus propósitos respecto a ingreso, ganancia, servicio, ayuda, que son el motivo de su acción y existencia (Lerma & Márquez, 2010) .

a) Mezcla de marketing internacional

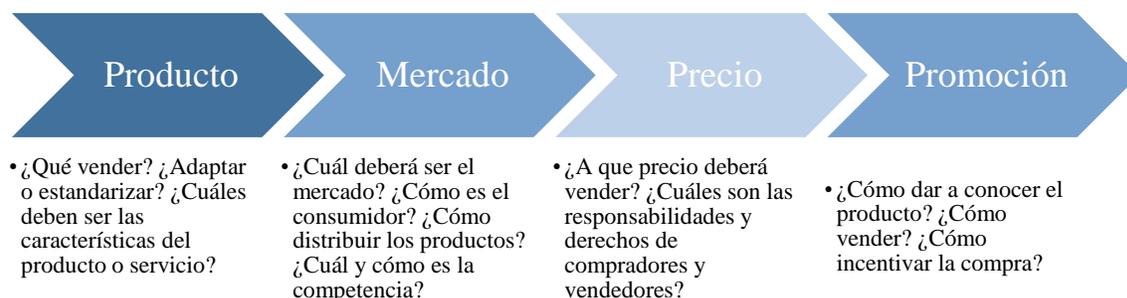


Figura 3 Mezcla de marketing internacional

Fuente: Lerma, A. et al (2010)

En la figura 1, se muestran los aspectos que considera la mezcla de marketing internacional y los aspectos a considerar dentro de cada uno de ellos, se describen cuestionamientos que deben realizarse para cada una de las “P” que constituyen la mezcla de marketing internacional.

6.2.3 Comercio exterior

“El comercio exterior de mercancías comprende todas las transacciones de bienes, realizadas entre residentes y no residentes de la economía. Es decir, engloba todas las exportaciones e importaciones realizadas entre El Salvador y el Resto del Mundo”. (Banco Central de Reserva, 2019, pág. 2)

En el comercio exterior participan dos o más países, uno exportador y el otro importador, no importa si cuenta con TLC o no, ya que de todas formas se permitirá el intercambio de bienes y servicios.

6.2.4 Exportación

A efectos de definir exportación, se presentan los siguientes conceptos:

“Ingresar a mercados extranjeros mediante la venta de productos fabricados en el país de origen de la empresa, a menudo con muy pocas modificaciones”. (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2013, pág. 464)

“Es el conjunto de las mercancías o géneros que se exportan” (Pérez & Gardey, 2010).

En materia de comercio exterior se hace referencia a los bienes y servicios que son enviados a un destino final diferente al país de origen o de fabricación; este envío puede realizarse mediante transporte terrestre, marítimo o aéreo. Con la finalidad de satisfacer a un consumidor final. En la propuesta del plan de exportación se pretende exportar muebles de madera y mimbre hacia un mercado italiano.

a) Importancia de las exportaciones

Las exportaciones no solo son en la actualidad un intercambio netamente exclusivo a los bienes o mercancías hacia otros países, sino que se genera un intercambio político, social y cultural en donde se ve la integración entre las naciones involucradas.

Cualquier país a nivel mundial tiene activos que puede usar para producir bienes y servicios para el mercado nacional del país de origen (capacidad humana, industrial, recursos naturales y financieros) además de usarlos efectivamente en un mercado internacional y ser más competitivo.

Al realizar estos intercambios comerciales, los países pueden obtener beneficios, siendo un detonador de mejora para las naciones involucradas, pues se aprovechan los recursos produciendo artículos de calidad que se replica en los demás países a donde se envían

6.2.5 Diseño de Plan de exportación.

“Diseñar es un acto humano fundamental: diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida. Ello significa que casi todas nuestras actividades tienen algo de diseño” (Gillam, 1982 pág. 1).

a) Definición de Plan de Exportación

A continuación, se detallan dos definiciones:

“Es una herramienta imprescindible para cualquier empresa que quiere iniciar o consolidar su posición de mercados exteriores”. (Negotiator, 2013) El objetivo del plan es dar respuesta a las principales cuestiones que se plantean en la elaboración y puesta en práctica de las estrategias comerciales internacionales.

Es un documento que proporciona una metodología que pretende ayudar a las pequeñas o medianas empresas a integrar un plan de exportación exitoso mediante el uso de un contenido básico recomendable por la institución promotora de las exportaciones (Bancomext, 2003).

b) Importancia del Plan de exportación

El plan de exportación permite la penetración sistemática y sucesiva de la empresa por medio de productos o servicio en mercados internacionales, dinamizando la eficiencia de la empresa y maximizando sus utilidades, por medio, del cálculo oportuno de los costos de exportación que le permitan obtener mayores márgenes de utilidad (Air Sea Cargo, 2019).

El plan de exportación sintetiza información sobre el producto a exportar, y permite responder a las preguntas: *¿cómo se pretende realizar el proyecto?* y si *¿posee los recursos disponibles para llevarlo a cabo?*, con el fin de conocer si un proyecto es rentable o no e identificar los factores de mejora necesarios para internacionalizar un producto o servicio (Air Sea Cargo, 2019).

El plan de exportación permite evaluar el potencial e identificar las brechas para comprender claramente que es necesario para el crecimiento de las empresas en el mercado internacional. El objeto de un plan de exportación es obtención de información de interés para tomar buenas decisiones en relación hacia qué mercado exportar (Air Sea Cargo, 2019).

c) Pasos para elaborar un Plan de exportación

En la figura 4, en el punto 1 deben evaluarse generalidades de la empresa o sector y realizar un diagnóstico interno y externo, en el punto 2 debe realizarse un análisis del producto, y de los aspectos requeridos por parte del mercado internacional que deban ser modificados en el mismo con el objetivo de adaptarlo; en el punto 3, debe realizarse la justificación de selección del país de destino y un análisis del mercado meta tanto en aspectos cuantitativos como cualitativos; posteriormente en el paso 4 se define la mezcla de mercadeo, estrategias de entrada y aspectos logísticos, finalmente en el paso 5 se evalúa la efectividad financiera del plan identificando la inversión y recursos requeridos para la puesta en marcha, así como, formas de financiamiento, en caso de ser necesarias.

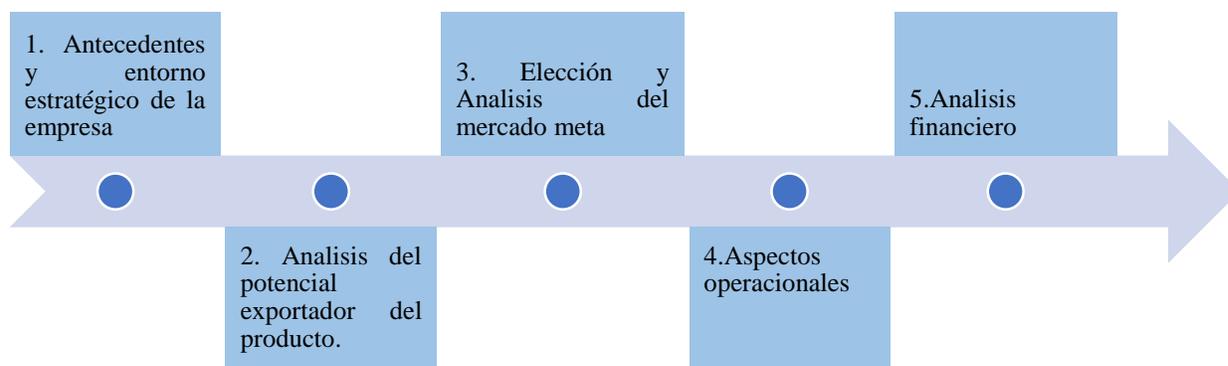


Figura 4 Pasos para elaboración de un plan de exportación

Fuente: (Fondo de desarrollo productivo, 2019)

Dentro del entorno estratégico es necesario utilizar herramientas de diagnóstico que permitan identificar la situación del sector de muebles de madera y mimbre elaborados en Nahuizalco, por ello se presentan las siguientes definiciones:

❖ Herramientas de diagnóstico

i) PESTLE

Consiste en las fuerzas sociales que afectan a todo el micro entorno, siendo todos aquellos factores generales (que pueden ser nacional e internacional) que delimitan el medio en el que interactúan las empresas y que afecta a su vez el entorno específico de sector, mercado, clientes, competencia, proveedores (Pérez, M., 2019).

ii) FODA

Según Ponce Talancón (2006) explica que la matriz FODA es una vía o camino que se sigue para lograr hacer diagnósticos y determinar las estrategias fundamentales que optimizará las ventas y posicionamiento de las empresas productivas.

iii) Las cinco fuerzas de Michael Porter

Según Porter (1982) la esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente.

“Las Cinco Fuerzas de Porter componen un modelo holístico que permite hacer un análisis de la industria en términos monetarios y de rentabilidad. Llamado también Modelo de Competitividad Ampliada de Porter; pues explica mejor qué es y para qué sirve, siendo así una importante herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa a través de analizar la industria o sector a la que pertenece” (Hernández, J., 2011).

Los factores que se analizan dentro de esta teoría son: Amenaza de los nuevos competidores, Poder de negociación de los proveedores, Poder de negociación de los clientes, Amenaza de los productos sustitutos, Rivalidad entre los competidores.

Los factores que se toman en cuenta para este análisis permiten identificar la competitividad del sector artesanal para la exportación de los muebles de madera elaborados por ellos a fronteras internacionales en este caso a Italia.

6.2.6 Logística

Según el autor Andrés Sevilla (2012) la logística “son todas las operaciones llevadas a cabo para hacer posible que un producto llegue al consumidor desde el lugar donde se obtienen las materias primas, pasando por el lugar de su producción”.

a) Transporte Internacional

Es el conjunto de medios de transporte que actúan desde y hacia un punto geográfico para trasladar mercancías de un país a otro, puede ser terrestre, marítimo o aéreo.

En la figura 5 se muestra la secuencia de actividades en el transporte internacional de mercancías, carga y transporte interior en origen, despacho aduanero de exportación, carga en vehículo internacional, transporte internacional, descarga en destino, despacho aduanero de importación e impuestos interiores (aranceles, etc.), transporte interior y descarga en destino.

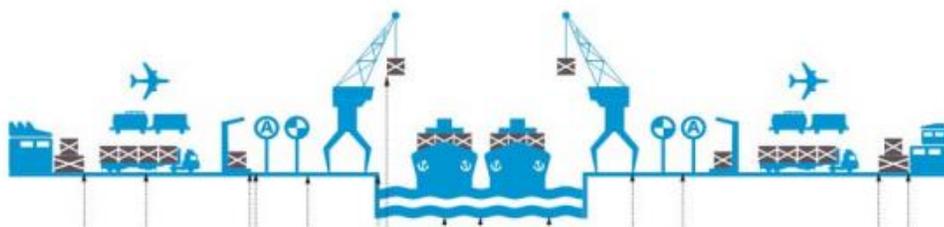


Figura 5 Secuencia de actividades en el transporte internacional de mercancías

Fuente: (González, P., 2013)

b) Incoterms

“Los Incoterms, son reglas internacionales sobre el uso de términos comerciales que facilitan la gestión de los negocios globales; su creación responde a la necesidad de lograr un lenguaje internacional que facilite y agilice las relaciones comerciales”. (Incoterms, 2010 p. 1)

6.2.7 Mercado Italiano.

a) Mercado

“Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” (Kotler, 2012, pág. 7).

b) Perfil del país

A continuación, se muestran datos representativos y generales del país de Italia, que corresponde al país destino para el que se realizará el plan de exportación.

❖ **Información general.**

i) Idioma.

El idioma oficial en el territorio nacional es italiano conformado por un 95% de la población. También existe un 5% de lenguas co-oficiales, en las regiones en las que se usan, el alemán en Trentino- Alto adige, francés en Valle de Aosta, esloveno en Trieste-Gorizia, catalán en Alghero-Cerdeña.

ii) Geografía de Italia.

La mayor parte del territorio italiano está rodeada del Mar Mediterráneo con 7.458 kilómetros de litoral, con variedad de playas, acantilados, golfos, bahías e islas. Italia posee

acceso a mares de considerable tamaño como el Adriático al este (Eslovenia), el Tirreno al oeste, y el Jónico al sur, y por mares menores destacamos Liguria y mar de Cerdeña.

Italia está conformada por 20 regiones, dentro de las cuales se distribuyen 110 provincias y municipios. Su población total asciende a 60.483.973 Millones de habitantes según (Istituto Nazionale di Statistica, 2018), tiene por capital Roma.

iii) Clima

El clima de Italia presenta notables variaciones regionales, sin embargo, Italia posee un clima muy acogedor gracias a las altas temperaturas del mar mediterráneo y a las bajas temperaturas de los Alpes. El clima en verano suele ser caluroso y aún más en las costas sardas o sicilianas. El invierno provoca fuertes nevadas en el norte de Italia.

iv) Moneda

Italia es un país miembro de la unión europea, su moneda el Euro es la segunda moneda más negociada en el mundo. Un euro equivale a 100 centavos, los billetes de euro se clasifican en 5, 10, 20, 50, 100 y 200 euros.

❖ Entorno Económico

i) Población

Italia tiene población de 60.359.546 millones de personas. En el 2018 Italia estaba conformada en su gran mayoría por población femenina con un 30.959.28 mujeres lo que equivale a 51.23% del total, y unos 29.471.995 hombres correspondiente a 48.77%. La mayor parte de la población se estima que tiene entre 15-64 años de edad, esto representa un 64% de la población total, cabe destacar que de acuerdo al Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador (2019), en la ciudad de Milán residen más de 15 mil salvadoreños.

Tabla 6

Millones de habitantes de Italia del año 2018

Año	Femenino	Hombres	Total
2018	30.959.288	29.471.995	60.359.546
2017	31.056.366	29.427.607	60483.973

Fuente: Elaboración propia con datos de Istituto Nazionale di Statistica

Tabla 7

Indicadores de población en Italia del año 2018

Indicar	Población
Población 0-14 años	13.40%
Población 15-64	64.00%
Población 65 años en adelante	22.60%

Fuente: Elaboración propia con datos de Istituto Nazionale di Statistica

ii) Ingresos

Los ingresos en Italia pueden variar dependiendo de la región en donde resida la persona. En regiones de solida actividad económica el ingreso promedio tiende a ser mayor que en zonas de actividad normal o declive. El territorio italiano se divide en Noroeste, Noreste, Centro, Sur e islas.

A continuación, se describen las variaciones de los ingresos familiares de Italia de acuerdo al territorio, los datos se presentan en totales hasta 5 integrantes de una familia, de igual manera se muestran las fuentes de dichos ingresos, entre ellas, Pensiones y transferencias públicas, empleado, autoempleo y otros.

Tabla 8

Ingresos anuales promedio de familias en Italia año 2016 (Expresado en millones de dólares)

Territorio	Número de miembros familiares				
	1	2	3	4	5 o más
Noroeste	22.05	37.29	48.81	55.55	52.08

Territorio	Número de miembros familiares				
	1	2	3	4	5 o más
Noreste	22.02	38.54	49.92	53.95	61.36
Centro	21.45	36.21	44.40	51.17	51.99
Sur	16.31	26.99	35.59	35.79	36.74
Islas	15.64	26.57	30.78	33.50	32.22

Fuente: Elaboración propia con datos de Istituto Nazionale di Statistica

En la tabla 8 se puede corroborar que la mayor fuente de ingresos es de 55.55 millones de dólares, conformada por 4 miembros familiares en región Noroeste. El mayor ingreso promedio en la región Noreste es de 61.36 millones de dólares pertenecientes a 5 o más miembros familiares. Con respecto a la región central su mayor ingreso promedio 51.99 millones de dólares correspondientes a 5 o más miembros en familia. El Sur con ingresos promedios entre 36.74 millones de dólares por 5 o más miembros familiares, mientras las islas reflejan ingresos netos 33.50 millones de dólares por familias con 4 miembros.

Tabla 9

Fuentes principales de ingresos de familias en Italia (Expresado en millones de dólares)

Fuente principal de ingresos familiares	1	2	3	4	5 o más
Otros	12.45	30.22	29.48	21.99	0
Pensiones y transferencias públicas	18.81	31.93	43.42	36.55	36.41
Empleado	23.99	37.20	43.58	40.54	48.75
Autoempleo	22.76	44.31	47.69	46.01	48.34

Fuente: Elaboración propia con datos de Istituto Nazionale di Statistica

c) Perfil de consumidor

El consumidor italiano busca valora el diseño, funcionalidad y calidad de los productos interesándose menos en ofertas o descuentos especiales, en las horas invertidas en el producto.

Posee un alto grado de apreciación por productos novedosos; se prevé que para el 2030 el promedio de edad será de 50 años (Banco Santander 2019), razón por la que se puede pensar en apostar a este tipo de consumidores potenciales o segmentos específicos.

Para el mercado de muebles de madera se tiene que Italia cuenta con segmentos diferentes que comparten el gusto por el diseño y la calidad, se tiene mayor interés por aquellos con características étnicas y ecológicas en su proceso de fabricación. Tomando actualmente un mayor auge en la fuerza publicitaria y de penetración de los productos realizados a través de las ventas en línea y la asistencia de plataformas electrónicas para distribuidores que buscan el medio para acercarse a los clientes finales (Forestal Maderero, 2016).

d) Transporte

Italia cuenta con una amplia estructura portuaria compuesta por alrededor de 311 puertos entre principales y auxiliares. Los puertos más importantes de recepción de exportaciones son: Livorno, Génova (siendo éste el más grande del país), Nápoles, La Spezia y Trieste. (Procolombia, 2016).

Para la movilización marítima de mercancías, Italia cuenta con cerca de 2.400 Km de vías fluviales navegables usadas para el tráfico comercial y una estructura portuaria de última generación (Procolombia, 2016). Según el Logistics Performance Index (2016) publicado por el Banco Mundial en 2016, Italia ocupa el lugar número 21 en el mundo en cuanto a desempeño logístico.

La exportación hacia el país europeo de Italia se realiza a través de principales operadores logísticos. Específicamente las Navieras tienen el 87% de participación en relación al envío de mercancías a dicho país; teniendo como tiempo promedio de entrega de Centro América a Italia un rango de 22 días a 24 días (Chavarría, 2018).

6.3 Normativo

6.3.1 Ley de fomento, protección y desarrollo del sector artesanal.

El objeto de la ley que se establece en el Art. 1 es fomentar, proteger y desarrollar al sector artesanal, reconociendo como pilar fundamental a la persona dedicada a la producción de artesanías, con énfasis a las personas de origen indígena, y las que con su producción generan identidad y enriquecen el patrimonio cultural y el desarrollo del país (Decreto N° 509, 2016).

El decreto N° 509 (2016) busca promover el desarrollo económico y social de la Republica, mediante el incremento de la producción, la productividad efectiva de la utilización de los recursos, resalta que las artesanías expresan y general identidad y tradiciones culturales materiales e inmateriales del país, haciendo énfasis en la creación necesaria de mecanismos para fomentar, desarrollar y proteger el sector artesanal y a su vez dando ese reconocimiento y protección a la persona que se dedica a la producción de artesanías, como una fuerza sectorial que contribuye a la dinámica económica y social del país.

6.3.2 Acuerdo de asociación de la Unión Europea (AdA UE y CA).

Es un instrumento comercial birregional de aplicación de todos los países de Centroamérica, en él se conceden preferencias comerciales, que conllevan a un programa de desgravación arancelaria entre los países contratantes que se completará hasta el año 2023, de igual manera incluye la implementación de cuotas y contingentes para ciertos productos negociados y desarrolla elementos para promover el comercio exterior (Sistema Integrado de Comercio Exterior, 2019).

Debido a que el diseño del plan de exportación se realizará con destino a la Unión Europea, de forma específica Italia, es importante la utilización de instrumentos comerciales que facilitan el comercio, dado que los beneficios para El Salvador con el AdA UE y CA son apoyar la generación de oportunidades a los exportadores salvadoreños hacia el mercado europeo y cuotas libres de arancel (Sistema Integrado de Comercio Exterior, 2019).

6.3.3 Ley especial de defensa comercial.

Está regulada en el Decreto N° 212 por lo tanto establece en el Art. 1. La presente ley tiene por objeto establecer los mecanismos y procedimientos de protección y defensa contra las prácticas desleales de comercio, así como el establecimiento de medidas de salvaguardia para contrarrestar las importaciones de bienes, en tal cantidad o condiciones que causan o amenazan causar daño grave o importante a los productores nacionales de productos similares o directamente competidores.

6.3.4 Ley de fomento, protección y desarrollo para la micro empresa.

Esta Ley tiene como objeto estimular a la Micro y Pequeña Empresa en el desarrollo de sus capacidades competitivas para su participación en los mercados nacional e internacional, su asociatividad y encadenamientos productivos y con esto facilita toda apertura, desarrollo, sostenibilidad, cierre y liquidación mediante el establecimiento de bases de planeación y actividades encaminadas a la articulación de la micro y pequeña empresa con el desarrollo territorial y a instaurar un sistema de coordinación interinstitucional. (Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, 2014, Art. 2).

6.3.5 Acceso al mercado italiano

a) Medidas arancelarias

En lo que respecta a aranceles, Italia sigue las regulaciones establecidas en la Unión Europea. Si bien el comercio dentro del territorio de la Unión Europea está exento de las tarifas arancelarias, cuando se realizan importaciones desde otro mercado comunitario se debe completar una Declaración Intrastat. En caso contrario, si el país exportador no es miembro de la UE, las tarifas arancelarias se calculan en base Ad-Valorem sobre el valor CIF de las mercaderías, según las Tarifas Arancelarias Generales. Sin embargo, para el caso de Centroamérica con la UE existe liberación de aranceles respaldado por un Acuerdo de Asociación ratificado por las dos regiones.

❖ Impuestos sobre bienes y servicios

El impuesto sobre el valor agregado (IVA) estándar en Italia es de 22%;

b) Medidas No Arancelarias

Como estado miembro de la Unión Europea, Italia posee normas comunitarias válidas en todos los territorios del bloque. Es por ello que para una transacción extracomunitaria es necesario acompañar las mercaderías con los siguientes documentos: Factura comercial, Certificado de Origen, Certificado Sanitario y Fitosanitario, Licencias de importación.

Asimismo, los productos que estén elaborados a base de insumos de origen animal y vegetal incluyendo productos de madera requieren de un certificado fitosanitario de acuerdo al Reglamento UE 2016/2031 y debe ser otorgado por la autoridad competente del país de origen, deben cumplirse los requisitos mínimos de etiquetado y de seguridad para los consumidores.

CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

7.1 Método de investigación

Según Sampieri (2014) la investigación es un proceso compuesto por una serie de etapas consecutivas que tienen lugar en la investigación. Conlleva una observación de los fenómenos que se desea estudiar, en este caso los productores artesanales que elaboran muebles de madera y mimbre en el municipio de Nahuizalco y los consumidores italianos. Posteriormente, genera preguntas de causalidad del problema estudiado y se realizan las hipótesis necesarias para cada una de las etapas de la investigación.

El método aplicado en la investigación es el deductivo, que sugiere ver el fenómeno a estudiar, desde aspectos generales, delimitándolos hasta los más específicos. Con este método se logra identificar los factores que intervienen en el proceso de fabricación y comercialización de los muebles elaborados en madera y mimbre para determinar los procesos necesarios para la realización del plan de exportación a Italia.

7.2 Tipo de investigación

Según Sampieri (2014) es la forma o estrategia que se utiliza para la recolección de información a fin de dar respuesta al Planteamiento del problema. En ese sentido, el tipo de investigación para la investigación desarrollada para el sector de productores artesanales de muebles elaborados en madera y mimbre en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate es No experimental puesto que el sector productor artesanal del lugar posee una cronología establecida que se basa en costumbres y tradiciones extendidas a través de los años.

Así mismo, aspectos productivos, económicos y sociales, que han perdurado y siguen un mismo eje direccional, esto permite que no sea posible la manipulación de las variables; sino

que sólo se observan y analizan basándose en los resultados obtenidos mediante los instrumentos de medición.

Los factores de análisis para determinar la situación actual y las oportunidades y fortalezas con las que cumple el municipio a través del sector de productores artesanales no se pueden manipular ni es posible influir directamente pues son situaciones y hechos ya sucedidos, así como sus efectos.

7.3 Diseño de investigación

Se define el diseño de la investigación como No Experimental - Transeccional de alcance descriptivo debido a que, permite investigar las características que inciden en la producción de muebles de madera y mimbre elaborados artesanalmente en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate para exportar al país de Italia.

El tipo de investigación de acuerdo a su alcance es descriptiva debido a que se toman en cuenta la información brindada por parte de las instituciones que apoyan al sector artesanal, indicando las raíces y el crecimiento evolutivo del sector de productores artesanales y de la popularidad de este tipo de producto a nivel nacional e internacional, se detallan y describen los fenómenos ocurridos en el sector que identifican la situación actual del mismo; así como, los aspectos potenciales de mejora plantear estrategias que permitan mejorar la situación actual del sector artesanal de Nahuizalco mediante la comercialización internacional.

De igual forma es explicativo pues una vez conocida la situación actual y habiendo brindado conclusiones y recomendaciones; la investigación pretende ser una herramienta que le sirva al sector artesanal del municipio de Nahuizalco para poder exportar sus productos al continente europeo y generar así beneficios económicos, de desarrollo y sociales para el municipio y el sector en general, mediante el traspaso de fronteras de la cultura expresada mediante los muebles de madera y mimbre que se elaboran en Nahuizalco.

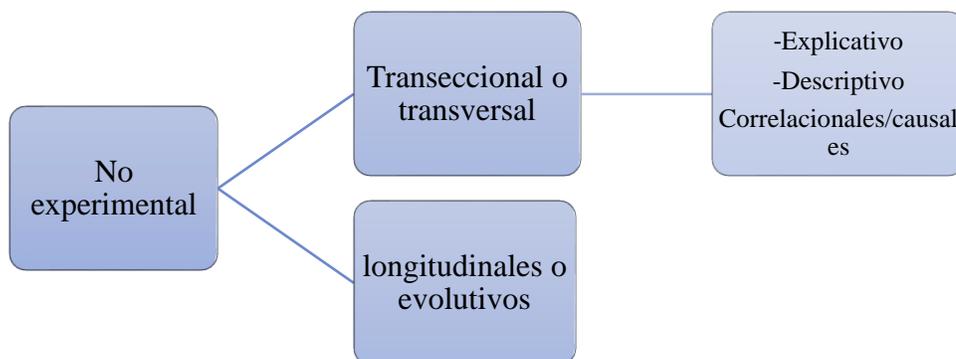


Figura 6 Diseño de investigación

Fuente: Elaboración propia de grupo de investigación

“Los estudios descriptivos están dirigidos a determinar cómo es, cómo está la situación de las variables o estudios en una población; la presencia o ausencia de algo, la frecuencia con que ocurre un fenómeno, en quiénes, dónde y cuándo se están presentando. Estas investigaciones brindan las bases cognoscitivas para otros estudios, para posibles hipótesis a comprobar o rechazar”. Zacarías (2013).

Citado lo anterior con este tipo de investigación se realiza un análisis de las características fundamentales de los objetos de estudio dadas por las fuentes de investigación utilizadas, como la entrevista dirigida a los artesanos de Nahuizalco, Sonsonate. Así como a instituciones que tienen conocimiento y manejan información pertinente del proceso de exportación de muebles de madera y mimbre de El Salvador a Italia.

7.4 Enfoque de investigación

La investigación se desarrolla con el enfoque mixto cualitativo – cuantitativo, mediante el enfoque cualitativo se presenta información histórica y técnica de las artesanías de madera, de Nahuizalco, específicamente muebles de madera y mimbre. Así como a través del enfoque cuantitativo se recolecta y procesa información de los clientes potenciales que adquieran muebles de madera y mimbre los artesanos de Nahuizalco, para determinar la factibilidad comercial que poseen para exportar a Italia.

Con este enfoque se pretende que tanto los elementos cualitativos, así como los cuantitativos estén equilibrados y se les de la misma importancia a ambos enfoques logrando así utilizar las herramientas de diagnóstico propuestas (FODA, PESTLE y las Cinco Fuerzas de Porter) para fortalecer los elementos y características determinantes que permitan el desarrollo efectivo del plan de exportación, minimizando aquellas debilidades potenciales que se encuentren detalladas en los análisis previos.

7.5 Fuentes de investigación

7.5.1 Primaria

Para la realización de la investigación es preciso recolectar información teórica válida para el estudio, que funciona para orientar la forma en que ejecuta, evitando desviaciones en el planteamiento del problema, por ello, es necesario evaluar la situación actual del sector productor artesanal de muebles de madera y mimbre de Nahuizalco, finalmente se requiere recolectar información de mercado como herramienta para definir estrategias que permitan ingresar al mercado italiano mediante el diseño del Plan de exportación.

En ese sentido, se definen las fuentes siguientes:

Cuadro No. 2 *Fuentes primarias utilizadas en la investigación*

Rubro	Fuente
Diagnóstico del sector productor artesanal de muebles de madera y mimbre	Información obtenida a partir de las entrevistas realizadas a CEDART y Alcaldía de Nahuizalco y al sector productor artesanal de muebles de madera y mimbre del Municipio de Nahuizalco.
Información de mercado	Encuestas realizadas a consumidores que residen en la región de Lombardía, Italia, especialmente en la ciudad de Milán incluyendo salvadoreños emigrantes italianos.

Fuente: Elaboración propia

7.5.2 Secundaria

Las fuentes secundarias provienen del análisis de información a partir de fuentes primarias; para el desarrollo de la presente investigación se requiere la utilización de fuentes secundarias que complementan el contenido obtenido, por ello, se utilizan las siguientes:

Cuadro No. 3 *Fuentes secundarias utilizadas en la investigación*

Rubro	Fuente
Metodología de investigación	“Metodología de la investigación”, sexta edición, del autor Dr. Roberto Hernández Sampieri
Teorías y definiciones en el marco teórico	Marketing” 14 edición de, Philip Kotler y Gary Armstrong; Fundamentos del Marketing, 11 edición, de Philip Kotler; Fundamentos del Marketing, 14 edición, de Willian J. Stanton; Comercio y Marketing Internacional, 4 edición, de Alejandro Lerma. Ley de fomento, protección y desarrollo del sector artesanal.
Marco teórico (Marco histórico y Marco Legal)	Informes de comercio exterior elaborados por el Banco Central de Reserva de El Salvador. Plataforma electrónica de comercio exterior “TRADE MAP”
Diagnóstico del sector productor artesanal de muebles de madera y mimbre	Páginas Web de artesanías de Nahuizalco u otras instituciones.
Información de mercado	Página web de Unión Europea y otras instituciones de Italia.

Fuente: Elaboración propia

7.6 Técnicas e instrumentos de investigación

En la siguiente tabla se muestra el instrumento empleado de acuerdo a los enfoques cualitativo y cuantitativo, utilizados para la recolección de información, por consiguiente, las técnicas empleadas son entrevista y encuesta.

7.6.1 Cuantitativa

En el enfoque cuantitativo se hace uso de la técnica de encuesta, por medio del cuestionario. Para ello, se ha realizado el instrumento dirigido a consumidores italianos, que residen en la ciudad de Milán, en la región de Lombardía este cuestionario cuenta con 12 preguntas que tienen como objetivo recopilar información pertinente para conocer los gustos y preferencias de los consumidores italianos a fin de diseñar estrategias para la comercialización de muebles de madera y mimbre elaborados en el municipio de Nahuizalco.

Cabe destacar que para la ejecución de la investigación es necesario traducir los instrumentos al lenguaje italiano, a fin de que se facilite la comprensión de los sujetos de estudio y evitar el sesgo en la información recolectada.

7.6.2 Cualitativa

El enfoque cualitativo se realiza por medio de la técnica de entrevista semi estructurada, por este medio se obtiene la información necesaria para realizar el diagnóstico de la situación actual del sector productor artesanal de muebles de madera y mimbre que se elaboran en el municipio de Nahuizalco. Las guías de entrevista se realizan para las unidades de Análisis que se describen en el acápite 8 de este capítulo, es importante destacar que su diseño es personalizado correspondientemente a la unidad de análisis.

7.7 Diseño de instrumentos de investigación

En ese sentido, los instrumentos que funcionan para la recolección de información de las variables del presente estudio en virtud de las técnicas empleadas son: guía de entrevista semi estructurada y cuestionario.

Los instrumentos de investigación mencionados anteriormente se utilizan debido al tipo de investigación; en el caso de la entrevista semi- estructurada se pretende conocer el punto de vista de las organizaciones gubernamentales que apoyan a los artesanos de la zona; la entrevista

proporciona información de la realidad de los artesanos que trabajan los muebles de madera y mimbre en Nahuizalco, Sonsonate, en el caso de los cuestionarios se utilizan para conocer la situación de los productores artesanos y la información del mercado italiano mediante las respuestas de los consumidores objeto de estudio.

A continuación, se describen y se presentan los instrumentos de forma detallada:

7.7.1. Guía de entrevista

Está dirigida a la alcaldía de Nahuizalco y a CEDART Nahuizalco que trabaja a través de CONAMYPE, la guía consta de 20 preguntas, con una secuencia lógica, de esta manera, las preguntas 1, 2 y 3, son preguntas introductorias a la temática, seguidamente se abordan las preguntas relacionadas al apoyo de las instituciones antes mencionadas a los artesanos nahuizalqueños, además, se identifican factores externos que funcionan como amenazas u oportunidades para el sector, esto por consiguiente se utiliza para el análisis diagnóstico de la situación actual del sector, posteriormente, se identifica el apoyo que brindan las instituciones al sector en aspectos comerciales y mercadológicos que le permiten al artesano dar a conocer sus productos contribuyendo en la mejora del sector.

a) Diseño de entrevista



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



**GUÍA DE PREGUNTAS PARA DIAGNÓSTICO DIRIGIDA A CEDART (CONAMYPE) Y
ALCALDIA MUNICIPAL DE NAHUIZALCO**

Objetivo: Recopilar información actual y verídica del apoyo que brindan diferentes instituciones nacionales al sector artesanal de Nahuizalco, para realizar el diagnóstico del sector.

Generalidades

Nombre del entrevistado:

Institución que representa:

Cargo:

Preguntas:

1. ¿Cómo nace la idea de apoyar al sector artesanal del municipio de Nahuizalco?
2. ¿Desde hace cuánto tiempo promueven este apoyo al artesano del sector?
3. ¿Tiene conocimiento de los muebles de madera y mimbre artesanales que se elaboran en Nahuizalco?
4. ¿En qué consiste el programa de apoyo a los artesanos de Nahuizalco?
5. ¿Qué requisitos deben cumplir los artesanos de Nahuizalco para ser favorecidos con el programa?
6. Dentro del sector de artesanos ¿Existen negocios constituidos formalmente? ¿Podría indicar el nombre de estos?
7. ¿Tiene conocimiento de asociaciones de artesanos en Nahuizalco, podría comentar?
8. ¿Qué beneficios obtienen los artesanos por medio del apoyo brindado?
9. En su opinión. ¿Cuál es la situación actual del sector de artesanos de muebles de madera y mimbre?
10. Como institución de apoyo al micro empresario y al sector artesanal del municipio, ¿Brindan algún tipo de apoyo para exportar los productos elaborados por los artesanos de la zona?
11. ¿En qué medida considera que es importante el sector artesanal de Nahuizalco, para la economía del municipio?
12. ¿Cuáles considera que han sido los retos del trabajo con los artesanos de Nahuizalco?
13. ¿Qué amenazas enfrenta el sector artesanal de Nahuizalco en la actualidad?
14. ¿Existe actualmente alguna micro empresa de productos artesanales de Nahuizalco que exporte? ¿Qué productos? ¿A qué país?
15. ¿Cuál es el proceso de producción de los muebles de madera y mimbre y cuáles son sus costos?

16. ¿Qué factores considera que serían importantes de mejorar en los muebles de madera y mimbre para volver el producto más competitivo?
17. El apoyo brindado a los artesanos ¿incluye programas que permitan mejorar la calidad de los productos y el cumplimiento de normas de calidad?
18. El apoyo brindado a los artesanos ¿Incluye la participación en eventos y ferias o alguna otra actividad de la misma índole?
19. ¿Actualmente existe un posicionamiento de los muebles de madera y mimbre elaborados en Nahuizalco? ¿Podría comentar a profundidad?
20. ¿Qué factores mercadológicos considera que son potenciales de mejorar para la comercialización de muebles de madera y mimbre?

7.7.2. Cuestionarios para encuestas

La técnica de encuesta se emplea por medio de dos cuestionarios, el primero dirigido a productores artesanos del municipio de Nahuizalco y el segundo dirigido a consumidores italianos que residen en la ciudad de Milán, Lombardía, Italia.

El cuestionario 1 está dirigido al sector productor artesanal del municipio de Nahuizalco, tiene como objetivo recopilar información de la situación actual de los productores artesanales de Nahuizalco, Sonsonate para identificar factores técnicos, comerciales, de producción y financieros que funcionen para el diseño de plan de exportación, hacia Italia.

Para ello se han elaborado 31 preguntas, 5 abiertas y 25 cerradas, de las cuales 10 son dicotómicas y 20 son preguntas politómicas; inicialmente se complementan datos generales asociados al encuestado, como nombre, nombre del taller, edad, ingresos y sexo, de igual manera, el instrumento ha sido elaborado con un lenguaje sencillo para que sea mejor comprendido por los encuestados, así mismo, se incluyen aspectos que permitan identificar las debilidades y fortalezas, oportunidades y amenazas del sector.

a) Cuestionario para productores artesanales



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



**CUESTIONARIO DIRIGIDO AL SECTOR PRODUCTOR ARTESANAL DEL
MUNICIPIO DE NAHUIZALCO**

Objetivo: Recopilar información de la situación actual de los productores artesanales de Nahuizalco, Sonsonate para identificar factores técnicos, comerciales, de producción y financieros que funcionen para el diseño de plan de exportación, hacia Italia.

Generalidades

- Nombre del Taller:
- Cargo que desempeña:
- Edad:
- **Sexo:** a) Femenino b) Masculino
- No. de empleados:

Hombres	Mujeres

1. ¿Qué nivel de importancia tiene la historia y cultura de Nahuizalco en la elaboración de muebles de madera y mimbre, que usted elabora?

a) Muy importante	<input type="checkbox"/>	c) De poca importancia	<input type="checkbox"/>
b) Importante	<input type="checkbox"/>	d) Sin importancia	<input type="checkbox"/>
c) Moderadamente importante	<input type="checkbox"/>		

2. ¿Su negocio está constituida bajo una razón social?

a) Sí	<input type="checkbox"/>	b) No	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	-------	--------------------------

3. ¿Posee registros contables relacionados a la venta de sus productos?

a) Sí	<input type="checkbox"/>	b) No	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	-------	--------------------------

4. ¿Entre qué rangos se encuentra el costo de producción de los siguientes muebles?

Producto/ cantidad	\$50.00 - \$150.00	\$151.00 - \$250.00	\$251.00 - \$350.00	\$351.00- \$450.00	\$451.00 - \$550.00
Sillas para barra desayunadora					
Comedor para seis personas					
Alacena de dos cuerpos					
Juego de sala de mimbre					
Cama					
Ropero de tres puertas					

5. ¿De qué forma determina los costos de producción de los siguientes productos?

a) **Sillas para barra desayunadora:**

b) **Comedor para seis personas:**

c) **Alacena de dos cuerpos:**

d) **Juego de sala de mimbre:**

e) **Cama de madera:**

f) **Ropero de tres puertas:**

6. Establezca los rangos de producción aproximados que posee mensualmente para los productos que se le presentan a continuación

Producto/ cantidad	1-5 piezas	6-10 piezas	11-15 piezas	16 – 20 piezas	Más de 20 (Establezca una cantidad)
Sillas para barra desayunadora					
Comedor para seis personas					
Alacena de dos cuerpos					
Juego de sala de mimbre					
Cama de madera					
Ropero de tres puertas					

7. ¿Cómo es su proceso de producción? Favor explique.

8. ¿Considera que la capacidad de producción actual es suficiente para abastecer al mercado nacional?

a) Sí b) No

9. ¿De qué forma comercializa los muebles de madera y mimbre que elabora?

a) Puntos de venta b) ventas por mayor c) ventas personales

10. ¿Al momento de realizar una venta, brinda servicio a domicilio?

a) Si b) No

11. ¿Cómo determina sus precios?

a) Orientado al costo b) Orientado a la demanda c) Orientado a la competencia

12. ¿Cuáles son sus ganancias mensuales aproximadamente?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| a) \$50.00 - \$150.00 | <input type="checkbox"/> | e) \$451.00 - \$550.00 | <input type="checkbox"/> |
| b) \$151.00 - \$250.00 | <input type="checkbox"/> | f) \$551.00 - \$650.00 | <input type="checkbox"/> |
| c) \$251.00 - \$350.00 | <input type="checkbox"/> | g) \$651.00 - \$750.00 | <input type="checkbox"/> |
| d) \$351.00 - \$450.00 | <input type="checkbox"/> | h) 751.00 - \$850.00 o más | <input type="checkbox"/> |

13. ¿Mensualmente hace una planificación de los ingresos que va a recibir por las ventas de los muebles?

- a) Si b) No

14. ¿Quiénes son sus principales clientes?

- a) Turistas extranjeros b) Turistas locales c) Comercializadores

15. ¿Qué tipo de documento emite para sus clientes al momento de que cancelan los productos?

- | | | | |
|--------------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| a) Ticket | <input type="checkbox"/> | d) Factura Comercial | <input type="checkbox"/> |
| b) Factura de consumidor final | <input type="checkbox"/> | e) Ninguno | <input type="checkbox"/> |
| c) Crédito Fiscal | <input type="checkbox"/> | f) Otro: _____ | |

16. ¿Quiénes son sus principales proveedores de materia prima?

- a) Maderera b) Ferreterías locales c) Otro tipo de proveedores

Especifique: _____

17. ¿De qué forma paga a sus proveedores de materia prima?

- | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|---------------|--------------------------|
| a) Créditos | <input type="checkbox"/> | c) Al contado | <input type="checkbox"/> |
| b) Transferencias o remesas bancarias | <input type="checkbox"/> | d) Otro | <input type="checkbox"/> |

Especifique: _____

18. ¿Qué equipos hacen falta para mejorar la fabricación de muebles de madera y mimbre?

19. ¿Qué tipo de madera utiliza para la fabricación de los muebles?

Producto/ cantidad	Cedro	Cortez Blanco	Pino	Laurel	Conacaste
Sillas para barra desayunadora					
Comedor para seis personas					
Alacena de dos cuerpos					
Juego de sala de mimbre					
Cama de madera					
Ropero de tres puertas					

20. ¿Cómo garantiza la integridad de la madera que utiliza para elaborar los muebles?

- a) Químicos contra plagas c) Barniz para madera
 b) Gasoil d) Sustancias preservantes de madera

21. ¿Quiénes son sus competidores en el mercado local? Especifique: _____

22. ¿De qué forma conocen los muebles de madera y mimbre los consumidores en el mercado local?

- a) Página Web d) Anuncios en los medios de comunicación
 b) Redes Sociales e) Ninguna
 c) Brochures f) Otro: _____

23. ¿Posee experiencia exportadora?

- a) Sí b) No

24. ¿Conoce el procedimiento logístico de exportación?

- a) Sí b) No

25. ¿Está dispuesto a efectuar cambios en el producto para satisfacer las exigencias del mercado externo?

a) Sí b) No ¿Por qué? _____

26. ¿Posee una marca o distintivo para los muebles de madera y mimbre que comercializa?

a) Sí b) No ¿Por qué? _____

27. ¿Qué tipo de servicios post venta brinda a sus clientes?

a) Garantía d) Descuentos
 b) Instalación e) Ninguno
 c) Asesoramiento f) Otro: _____

28. ¿De qué forma empaca los muebles de madera y mimbre para la comercialización local?

29. ¿Qué aspectos de diseño considera que sobresalen en los muebles de madera y mimbre que se elaboran en el municipio de Nahuizalco?

a) Acabados c) Colores
 b) Materiales d) Distintivos
 e) Otro: _____

30. ¿Por cuáles medios se financia para llevar a cabo su producción y comercialización de muebles de madera y mimbre?

a) Bancos d) Cooperativas
 b) Apoyo Instituciones Gubernamentales e) Prestamistas
 c) Medios Propios f) Otro

Especifique: _____

31. En caso de ser necesario, para comercializar en mercados externos, ¿Estaría dispuesto a formar un asocio con productores artesanos del municipio de Nahuizalco?

a) Sí b) No ¿Por qué? _____

b) Cuestionario para consumidores que residen en Milán, Italia.

En el cuestionario elaborado para consumidores que residen en Milán, Italia se plantean una serie de preguntas que permiten realizar un estudio de mercado para conocer las respuestas a indicadores como, demanda, gustos y preferencias, frecuencia de compra, entre otros.

Tiene como objetivo Recopilar información pertinente para conocer los gustos y preferencias de los consumidores italianos a fin de diseñar estrategias para la comercialización de muebles de madera y mimbre elaborados en el municipio de Nahuizalco, para identificar pertinentes para el diseño de plan de exportación, para ello se han elaborado 12 preguntas cerradas, donde 4 son preguntas dicotómicas y 8 son politómicas.

A continuación, se muestra el diseño del cuestionario, cabe destacar que para la obtención de resultados el instrumento se pasó en italiano, con el fin de que sea comprensible y la información requerida se obtenga de forma correcta.



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



CUESTIONARIO DIRIGIDO A USUARIOS DE MUBLES DE MADERA EN ITALIA

Objetivo: Recopilar información pertinente para conocer los gustos y preferencias de los consumidores italianos a fin de diseñar estrategias para la comercialización de muebles de madera y mimbre elaborados en el municipio de Nahuizalco.

Indicaciones: Marque con una “X” o responda cada una de las interrogantes según se le indique.

Generalidades

Edad:

Lugar de residencia:

Sexo: Femenino Masculino

Ingresos mensuales:

Preguntas:

1. ¿En su hogar posee muebles de madera?

a) Sí b) No

2. Si su respuesta es No, ¿Estaría dispuesto a adquirir muebles de madera para su hogar?

a) Sí b) No

3. ¿Con que frecuencia adquiere muebles de madera para su hogar?

a) Cada mes b) Cada 3 meses c) Cada 6 meses d) Cada año

Otro___ Especifique_____

4. ¿Qué tipo de muebles de madera prefiere adquirir? Puede marcar más de una opción.

a) Para cocina c) Para Sala de estar
 b) Para dormitorio d) Para oficina

Otro___ Especifique_____

5. Defina el nivel de importancia que poseen para usted los siguientes factores, para adquirir un mueble de madera para su hogar, siendo 1 Muy importante y 5 Sin importancia.

Código	Opciones	Muy importante	Importante	Moderadamente importante	De poca importancia	Sin importancia
a	Calidad					
b	Precio					
c	Funcionalidad					
d	Marca					
e	Origen					
f	Diseño					

6. ¿Qué cantidad monetaria está dispuesto a pagar por un mueble para utilizar en cocina?
- a) €400-€500 c) €600-€700
b) €500-€600 d) más de €700
7. ¿Qué cantidad monetaria está dispuesto a pagar por un juego de muebles para utilizar en sala de estar?
- a) €600-€700 c) €1000-€2000
b) €800-€900 d) más de €2000
8. ¿Qué cantidad monetaria está dispuesto a pagar por un mueble para utilizar en dormitorio?
- a) €400-€500 c) €600-€700
b) €500-€600 d) más de €700
9. Cuando adquiere muebles de madera para el hogar ¿Por qué medio realiza la compra?
- a) En línea c) Por catálogo
b) En establecimiento o punto de venta d) Otra
10. Generalmente ¿Por qué medio se entera de la presencia de muebles de madera en el mercado?
- a) Televisión d) Valla publicitaria
b) Radio e) Otra
c) Internet
11. ¿Conoce el trabajo artesanal?
- a) Sí b) No
12. ¿Estaría dispuesto a adquirir muebles de madera para su hogar elaborados de forma artesanal?
- a) Sí b) No

8. UNIDADES DE ANÁLISIS

8.1 Determinación de unidad de análisis

Las unidades de análisis corresponden a la entidad representativa del sujeto de estudio, de acuerdo al enfoque mixto de la investigación, las unidades de análisis definidas para la recolección de información, se han dividido de la siguiente forma:

Las Instituciones de apoyo al sector productor artesanal del municipio de Nahuizalco, que tienen el propósito de potenciar el desarrollo del sector artesanal de Nahuizalco con la finalidad resguardar tradiciones artesanales e impulsar el sector artesanal mediante el fomento de la inventiva, innovación y el desarrollo del mismo a través de la diversificación tecnológica y metodologías innovadoras acordes al sector.

Productores artesanales que elaboran muebles de madera y mimbre en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate. Artesanos del municipio de Nahuizalco, Sonsonate; constituyen los elementos de estudios centrales, para determinar la factibilidad de exportación de los muebles de madera y mimbre al mercado italiano.

Consumidores que residen la ciudad de Milán, Lombardía, Italia, entre ellos salvadoreños emigrantes, quienes constituyen el mercado potencial para la comercialización de muebles de madera y mimbre.

Para efectos de esta investigación se excluyen las demás instituciones de apoyo al sector artesanal para otros sectores de El Salvador, a los productores artesanos nahuizalqueños que no elaboran muebles de madera si no artesanías decorativas con fibras naturales como mimbre, junco y tule, y a los demás consumidores italianos que no residen en la ciudad de Milán ubicada en la región de Lombardía, Italia.

8. 2 Sujetos de investigación

8.2.1. Instituciones de apoyo al sector productor artesanal del municipio de Nahuizalco.

a) Centro de Desarrollo Artesanal, Nahuizalco (CEDART Nahuizalco)

La persona encargada la sede es la Licenciada Erika Ortega. CEDART está ubicada en la 3ª calle poniente No. 3, Barrio la Trinidad Frente al parque central de Nahuizalco, Sonsonate; enfocada en fomentar, impulsar y desarrollar la micro y pequeña empresa artesanal de la ciudad de Nahuizalco. El propósito es potenciar el desarrollo del sector artesanal de Nahuizalco.

Brinda su apoyo por medio de programas desarrollados como los servicios básicos para el funcionamiento de la actividad empresarial, también imparten cursos de formación de habilidades técnicas para la elaboración de productos artesanales, Además logran participación de las micro y pequeñas empresas artesanales en ferias nacionales como internaciones con el fin de la comercialización de sus productos.

b) Alcaldía de Nahuizalco

Su actual Alcalde es el Dr. Jorge Willer Patríz Castaneda(2019-2021). Ubicada en 1ª Calle Poniente y 1ª Avenida Norte, Nahuizalco, Sonsonate; como parte del apoyo a los artesanos mantienen un control mediante censos anuales, de esta forma logran realizar mediciones sobre el desarrollo del mercado artesanal, además incentiva a los habitantes del municipio de Nahuizalco por medio de capacitaciones para el desarrollo de habilidades técnicas artesanales. La alcaldía municipal de Nahuizalco brinda apoyo en ferias a artesanos y talleristas locales, brindándoles espacios de participación en eventos para que los tallerista y artesanos puedan comercializar sus productos.

Se considera una unidad de análisis importante en el desarrollo de la investigación para identificar la forma en que se apoya a los productores artesanales y para recolectar información

que funcione como insumo para la elaboración del diagnóstico de la situación actual del sector antes mencionado.

8.2.2. Productores artesanales que elaboran muebles de madera y mimbre en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate.

De acuerdo al censo realizado por la alcaldía de Nahuizalco en el año 2019, existe un total de 36 artesanos distribuidos localmente en el municipio y ubicados estratégicamente en la carretera principal de la ruta de las flores debido a su ruta turística.

En el siguiente cuadro se muestra el total de productores artesanales de Nahuizalco:

Cuadro No. 4

Talleres artesanales del municipio de Nahuizalco

No.	NOMBRE	NEGOCIOS
1	MUEBLES LISANDRO	CARPINTERIA
2	EL PROGRESO	CARPINTERIA
3	MUEBLES ROBERT	TALLER DE CARPINTERIA
4	IKPALI	CARPINTERIA
5	ARTES Y MUEBLES	CARPINTERIA
6	MUEBLES CARIAS	TALLER DE CARPINTERIA
7	MUEBLES NAHUIZA	CARPINTERIA FLORES
8	MUEBLES EL ÁGUILA	CARPINTERIA
9	EL PROGRESO NO. 1	CARPINTERIA
10	CONSTRUMUEBLES	CARPINTERIA
11	ARTE Y MUEBLES	CARPINTERIA
12	TOROMAN 1	CARPINTERIA
13	ARTES Y DISEÑOS	CARPINTERIA
14	CARPINTERA ARMANDO	CARPINTERIA
15	TALLER JOSÉ	CARPINTERIA
16	TOROMAN 2	CARPINTERIA
17	MUEBLERÍA GUZMÁN	CARPINTERIA
18	NUEVO MILENIO	CARPINTERIA
19	MUEBLES Y DISEÑOS MADAI	CARPINTERIA
20	MUEBLES ROBERT Y HERMANOS	CARPINTERIA
21	MUEBLERÍA HERNÁNDEZ	CARPINTERIA
22	CARPINTERÍA PÉREZ	CARPINTERIA
23	MUEBLES NAHUIZALQUEÑOS	CARPINTERIA
24	RAMOS MANUEL DE JESUS	CARPINTERIA
25	RIVERA JOSE DEL CARMEN	CARPINTERIA
26	RAUDA MARLON GERARDO	TALLER DE CARPINTERIA
27	SANCHEZ MIGUEL ANGEL	CARPINTERIA
28	SANCHEZ VICTOR MANUEL	CARPINTERIA SANCHEZ

No.	NOMBRE	NEGOCIOS
29	SHUL PULQUE PEDRO	TALLER DE CARPINTERIA
30	SION HERNANDEZ MARCELINO	CARPINTERIA
31	SHULL RICARDO	CARPINTERIA
32	SANCHEZ MARDOQUEO	CARPINTERIA
33	VALENCIA RIVERA NEFTALI	CARPINTERIA
34	VALENCIA FRANCISCO	CARPINTERIA
35	ZETINO FRANCISCO JAVIER	CARPINTERIA
36	ZETINO JOSE ANTONIO	CARPINTERIA

Fuente: Alcaldía municipal de Nahuizalco

8.2.3. Consumidores residentes en Italia

Consumidores que residen en la Ciudad de Milán ubicada en Lombardía, Italia incluyendo a italianos y salvadoreños emigrantes. Cabe destacar que para los presentes sujetos de investigación se carece de un número exacto de individuos.

9. DETERMINACIÓN DE UNIVERSO Y MUESTRA

9.1 Cálculo muestral

Los universos que corresponden a la presente investigación están constituidos por tres; el primero está formado por las instituciones de apoyo para los productores artesanos de Nahuizalco, Sonsonate, que para la presente investigación, se conforma de 2 instituciones; el segundo está constituido por el sector productor artesanal de muebles de madera y mimbre del municipio, está formado de 36 talleres artesanales, ubicados en el municipio; finalmente, el tercero está constituido por consumidores residentes Milán, Italia, de los que se desconoce un número exacto de individuos.

Para el cálculo de la muestra para los talleres artesanales se utiliza la siguiente formula (población finita):

$$\frac{Z^2 PQN}{(N - 1)e^1 + Z^2 PQ}$$

Tabla 10

Datos de fórmula para cálculo muestral de población finita.

<u>Parámetro</u>	<u>Descripción</u>	<u>Valor</u>
n	Muestra a encuestar	
N	Población	36
Z	Nivel de confianza	1.96
P	Probabilidad de éxito	95%
Q	Probabilidad de fracaso	5%
e	Margen de error	5%

Valor del nivel de confianza del 95%

$$n = \frac{36 \times (1.96)^2 \times 0.95 \times 0.05}{0.05^2(36 - 1) + (1.96)^2 \times 0.95 \times 0.05}$$

$$n = 24 \text{ talleres artesanales}$$

Cálculo para consumidores residentes en Italia (Población infinita)

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

Tabla 11

Datos de fórmula para cálculo muestral de población infinita.

<u>Parámetro</u>	<u>Descripción</u>	<u>Valor</u>
n	Muestra a encuestar	73
Z	Nivel de confianza	1.96
P	Probabilidad de éxito	95%
Q	Probabilidad de fracaso	5%
e	Margen de error	5%

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.95 \times 0.05}{0.05^2}$$

$$n = 73 \text{ personas}$$

9.2 Tipo de muestreo

El tipo de muestreo depende del universo definido para la investigación, por ello se define a continuación:

9.2.1. No probabilístico

La selección de la muestra para las Instituciones de apoyo al sector productor artesanal del municipio de Nahuizalco, se define como no probabilístico puesto que a beneficio de la investigación se deben analizar todos los sujetos de investigación, clasificándose según la técnica, en un muestreo por conveniencia.

9.2.2. Probabilístico

El muestreo para el universo de productores artesanos del municipio de Nahuizalco es probabilístico, debido a que cada uno de los productores artesanales posee la misma posibilidad de ser seleccionados para la muestra, por ello, se realiza mediante la fórmula de población finita, dado que se conoce la cantidad de sujetos en la unidad de análisis.

Así mismo con el muestreo realizado para los consumidores residentes en Italia, debido a que se desconoce el número exacto de consumidores y la población de Milán es mayor a 100,000 individuos se utiliza la fórmula de población infinita.

9.3 Fórmula a utilizar

Para la selección de las muestras de los productores artesanales en Nahuizalco se utiliza la fórmula para poblaciones finitas puesto que se conoce el número de sujetos que la forman el universo y este es menor a 100,000 talleres, para el caso de la muestra para consumidores residentes en Milán, Italia, se utiliza la fórmula para poblaciones infinitas, debido a que se desconoce el número exacto de individuos y la población de milan es mayor a 100,000 personas.

Fórmula para poblaciones finitas

$$\frac{Z^2 PQN}{(N-1)e^1 + Z^2 PQ}$$

Fórmula para poblaciones infinitas

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

Donde:

n	Muestra a encuestar
N	Población
Z	Nivel de confianza
P	Probabilidad de éxito
Q	Probabilidad de fracaso
E	Margen de error

9.4 Justificación de los valores en la fórmula

El tamaño de la muestra de talleres de productores artesanos es de 24 unidades de estudio, seleccionadas a partir del universo de 36 elementos, debido a que es mayor a 30 se realiza el cálculo de la muestra obteniendo un resultado de 24 unidades, explicadas y justificadas a continuación.

Cuadro No. 5 *Valores utilizados en fórmula para selección de muestra*

Abreviatura	Nombre	Descripción
n	Muestra a encuestar	Es el valor de la muestra obtenido a partir de la formula.
N	Población:	Representa el 100% de los sujetos de estudio a partir de los cuales se selecciona la muestra.
Z	Nivel de confianza:	Se utiliza un nivel de confianza de 95% esto dentro de la curva normal corresponde a un valor z de 1.96.
P	Probabilidad de éxito:	La probabilidad de tener éxito en la selección de la muestra se establece en un 95%.
Q	Probabilidad de fracaso	Por consiguiente, la probabilidad de fracaso es del 5%.
E	Error de estimación:	Final mente, se estima un margen de error en el cálculo de la muestra del 5%.

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO 3 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN Y PROPUESTA

10. PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

10.1 Vaciado de información cualitativa

A continuación, se muestra el vaciado de las respuestas obtenidas en las entrevistas a instituciones, llevadas a cabo para CEDART (1) y Alcaldía de Nahuizalco (2).

Cuadro No. 6

Vaciado de información obtenida de entrevista a instituciones

N°	Pregunta	Objetivo	Variable	Cód.	Respuestas
1	¿Cómo nace la idea de apoyar al sector artesanal del municipio de Nahuizalco?	Conocer el apoyo brindado por las instituciones	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Licenciada Erika Ortega (encargada de CONAMYPE Nahuizalco) afirma que Nahuizalco posee una de las comunidades más grandes e importantes de la regional debido a los conocimientos adquiridos por sus ancestros al elaborar artesanías
				2	En respuesta el entrevistado manifestó que el apoyo surgió debido a la abundancia de materias primas como fibras naturales originarias de Nahuizalco además por la cultura nativa del pueblo.
2	¿Desde hace cuánto tiempo promueven este apoyo al artesano del sector?	Conocer el tiempo de apoyo a productores artesanos	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Según la licenciada Erika Ortega el apoyo proviene desde hace 10 años con el gobierno del Expresidente Mauricio Funes en el cual se promovieron reformas a la Ley de Desarrollo Protección del Sector Artesanal.
				2	Licenciado Gerardo Chávez (encargado de EMPRE) manifestó el apoyo brindado como municipalidad de Nahuizalco desde 2014, gracias al gobierno de Expresidente Funes en cooperación con la administración del alcalde lograron una remodelación.
3	¿Tiene conocimiento de los muebles de madera y mimbre artesanales que se elaboran en Nahuizalco?	Identificar si las instituciones de apoyo conocen los muebles de madera y mimbre que se elaboran en Nahuizalco.	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Licenciada Ortega comenta el poco conocimiento sobre los procesos de fabricación de los muebles de madera y mimbre, sin embargo está enterada de las innovaciones que se realizan en los muebles. Además añade que según se puede observar en la carretera ruta de las Flores se

N°	Pregunta	Objetivo	Variable	Cód.	Respuestas
				2	encuentran muchos productores de muebles, la posición de los artesanos es estratégica debido a la ruta turística. En respuesta se manifiesta que posee conocimientos generales sobre la fabricación de los muebles de madera y mimbre en Nahuizalco pero desconoce el proceso detallado de los muebles.
4	¿En qué consiste el programa de apoyo a los artesanos de Nahuizalco?	Analizar de qué forma ofrecen apoyo a productores artesanales	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Responde “la estrategia de apoyo a Productores artesanos se compone de 4 ejes: el apoyo técnico o apoyo a nivel de asistencias técnicas de formación especializada, según los conocimientos del artesano puede que sean artesanos por oficio y CEDART les puede apoyar en innovación de nuevos productos, investigación, según el área que se requiera de fortalecer en el artesano”. Licenciado Chávez expresa “la alcaldía de Nahuizalco brinda espacios en eventos a productores artesanos”. Además añadió la ayuda por medio de vínculos con las instituciones correspondientes para la participación en ferias, talleres formativos, programas.
				2	
5	¿Qué requisitos deben cumplir los artesanos de Nahuizalco para ser favorecidos con el programa?	Identificar los requerimientos de las instituciones para formar parte de los programas	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Según Licenciada Ortega es indispensable que las personas sean artesanos de Nahuizalco, posteriormente se realiza una prueba técnica para identificar la categoría de la artesanía.
				2	Respondió que el único requisito es que la persona resida en Nahuizalco, que posea disposición y ánimos.
				1	Expresa “En CONAMYPE desconocemos esos datos, pero esperamos que gracias a su investigación logremos identificar”. Manifiesta que las empresas constituidas formalmente son muy pocas, debido al miedo de pago de impuestos y a la fiscalización por parte del gobierno a sus estados financieros.
6	Dentro del sector de artesanos ¿Existen negocios constituidos formalmente? ¿Podría indicar el nombre de estos?	Determinar si existen negocios constituidos formalmente	Matriz FODA y herramienta PESTLE	2	
7	¿Tiene conocimiento de asociaciones de artesanos en	Identificar las asociaciones de artesanos en Nahuizalco	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Según Licenciada Ortega durante el desarrollo de la Mesa de Desarrollo Artesanal del sector de Nahuizalco existe una Asociación con participación activa desde hace 3

N°	Pregunta	Objetivo	Variable	Cód.	Respuestas
	Nahuizalco, podría comentar?			2	años denominada Patashka de igual manera, existe otra en proceso de formación llamada Mashashti En respuesta el entrevistado respondió que conoce una Asociación artesanal que corresponde al nombre de Patashka.
8	¿Qué beneficios obtienen los artesanos por medio del apoyo brindado?	Analizar los beneficios que obtienen los productores artesanos	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Licenciada Ortega respondió que el “programa de CONAMYPE es un programa completamente gratuito”, además dentro del programa se cuenta con subprogramas de apoyo económico como la participación en la Feria Nacional de artesanías sin ningún costo, se facilita transporte, almuerzo, refrigerio y el pago del espacio en la feria, en algunos casos también se facilita el alojamiento.
				2	Argumenta que todo proceso por medio de la Alcaldía Municipal de Nahuizalco es gratuito también recalco la existencia de programas de CONAMYPE en donde se entrega capital semilla para que un emprendedor inicie su negocio.
9	En su opinión. ¿Cuál es la situación actual del sector de artesanos de muebles de madera y mimbre?	Conocer la situación actual de los productores artesanos en Nahuizalco	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Erika Ortega explico que la demanda de productos artesanales se mantiene a nivel Nacional aunque definitivamente se debe trabajar más para posicionarse debido a la competencia.
				2	Expreso que la demanda se mantiene, sin importar la informalidad del mercado Además comento que el pueblo está posicionado en la mente de las personas por sus artesanías y muebles de calidad.
10	Como institución de apoyo al micro empresario y al sector artesanal del municipio, ¿Brindan algún tipo de apoyo para exportar los productos elaborados por los artesanos de la zona?	Identificar el apoyo a productores artesanales para exportar sus muebles	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	En respuesta indico “en el pasado se contaba con el apoyo para que los carpinteros exportaran. Sin embargo en la actualidad CONAMYPE está trabajando para crear un área de exportación”
				2	Licenciado Chávez expreso “en un tiempo los carpinteros de Nahuizalco se vinculaban con PROESA, agrego que existieron talleres que exportaban sus muebles gracias al apoyo recibido de la institución pero que desconoce las causas por las que se dejó de recibir el apoyo de PROESA”.

N°	Pregunta	Objetivo	Variable	Cód.	Respuestas
11	¿En qué medida considera que es importante el sector artesanal de Nahuizalco, para la economía del municipio?	Analizar la importancia del sector productor artesanal para la economía de Nahuizalco	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Erika Ortega aseguro que es muy importante debido a la generación de empleo, se obtienen ingresos además se dinamiza la economía y fomenta la empleabilidad en la Zona.
				2	Licenciado Chávez afirma la suma importancia del sector artesanal debido al empleo que el sector genera, además de ingresos locales también impone nuevo clima de negocios.
12	¿Cuáles considera que han sido los retos del trabajo con los artesanos de Nahuizalco?	Conocer los retos presentados al trabajar con productores artesanos de Nahuizalco	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	En respuesta expresa que uno de los retos más grandes es que los productores no poseen formalidad ni una estructura definida lo hacen de forma improvisada y por subsistencia otro reto es lidiar con la cultura del Sector como por ejemplo no sacar algo nuevo a la venta por temor a que alguien más lo pueda fabricar. También comentaba sobre la sensibilización con los productores artesanos en ocasiones no se han sentido apoyados por parte de instituciones como el gobierno nacional o local afortunadamente mencionaba que no era el caso pero que suele pasar.
				2	Expresa que uno de los retos más relevantes es la falta de apropiación de identidad de los productores artesanos.
13	¿Qué amenazas enfrenta el sector artesanal de Nahuizalco en la actualidad?	Enumerar las amenazas a las que los productores artesanos están expuestos	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Licenciada Erika Ortega Transmite su preocupación ante el surgimiento de una nueva industria en otros pueblos, otra amenaza identificada es la competencia de muebles sustitutos ya sea en plásticos, madera prensada y otros. Además el hecho de no innovar es una desventaja competitiva y una amenaza para ellos expresó También comentaba sobre no tecnificar procesos es una amenaza debido a la interferencia directa con la producción, finalmente expreso acerca de la delincuencia.
				2	Licenciado Chávez asegura que la pérdida de identidad es una gran amenaza, debido a combinaciones de apariencia de artesanías de otros países u otros municipios, su principal preocupación es la pérdida

N°	Pregunta	Objetivo	Variable	Cód.	Respuestas
					de identidad de Nahuizalco. Además comentó sobre la competencia de muebles sustitutos como los de madera prensada y delincuencia.
14	¿Existe actualmente alguna micro empresa de productos artesanales de Nahuizalco que exporte? ¿Qué productos? ¿A qué país?	Conocer la existencia de empresas exportadoras en el sector productor artesanal	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Comento que si conocía a muebles Hernández aunque no exportan directamente ellos, sino que tiene compradores internacionales en Estados Unidos que les solicitan cierta cantidad de muebles para enviarlos en contenedores, también poseen un agente aduanal que se encarga de los trámites.
				2	Respondió conocer a mueblería los Hernández pero recalco que ellos no venden directamente al exterior si no que siempre lo hacen con intermediarios.
15	¿Cuál es el proceso de producción de los muebles de madera y mimbre y cuáles son sus costos?	Conocer los costos de los muebles de madera y mimbre	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	La licenciada Ortega opina que los costos dependen del tipo de mueble solicitado, gracias a sus proveedores desde Guatemala y Honduras, importan madera y mimbre.
				2	El licenciado Chávez desconoce el proceso de producción de los muebles de madera y mimbre sin embargo tiene conocimientos sobre sus proveedores de madera y mimbre.
16	¿Qué factores considera que serían importantes de mejorar en los muebles de madera y mimbre para volver el producto más competitivo?	Identificar puntos o factores relevantes a mejorar en los muebles de madera y mimbre	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Licenciada Ortega afirmo la necesidad de realizar innovaciones en procesos productivos, es decir automatizar procesos que ayuden a ser las producciones más eficientes también agrego que la innovación en tecnologías blandas es necesaria para que los productores artesanos puedan poseer conocimientos acerca de costeo, el trato al personal, capacitarse para adquirir nuevas habilidades y de esta forma mantenerse actualizados con tendencias.
				2	Para él Licenciado Chavéz los productores artesanos deben mejorar los métodos de fabricación para no omitir pasos importantes en la elaboración de los muebles además menciono que la mayoría de productores artesanos realizan diseños personalizados, es decir al gusto del cliente.

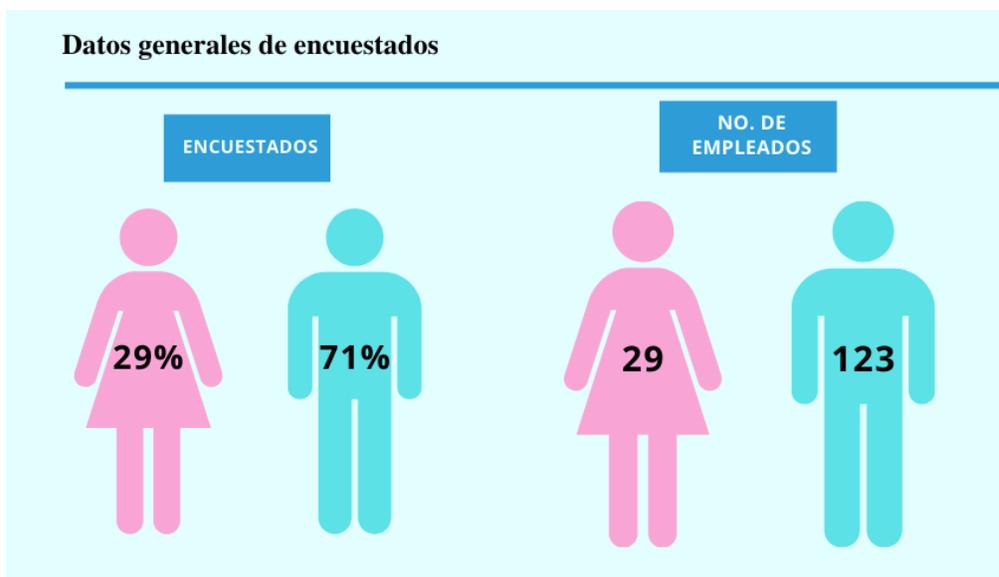
N°	Pregunta	Objetivo	Variable	Cód.	Respuestas
17	El apoyo brindado a los artesanos ¿incluye programas que permitan mejorar la calidad de los productos y el cumplimiento de normas de calidad?	Conocer si las instituciones de apoyo brindan programas orientados a calidad en productos	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	En respuesta “CONAMYPE ofrece talleres de innovación, talleres de formación especializada y un área especializada en Calidad que apoya a los productores artesanos”.
				2	Según su opinión los productores artesanos se han quedado con el mueble tradicional es decir no hay una diversificación de muebles con tendencias y esto ocasiona que los competidores ganen mercado, destaco que la calidad es hasta el tiempo de fabricación de los muebles de madera y mimbre.
18	El apoyo brindado a los artesanos ¿Incluye la participación en eventos y ferias o alguna otra actividad de la misma índole?	Conocer el apoyo de instituciones por medio de ferias y eventos	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Licenciada Erika Ortega afirma que CONAMYPE otorga espacios en la Feria Nacional de Artesanías, también en eventos a nivel Nacional e internacional. CONAMYPE está planificando el primer Festival del Mueble de Nahuizalco.
				2	Licenciado Chávez expreso que gracias al apoyo de CONAMYPE han conseguido participaciones en universidades e instituciones, en ocasiones cuando se desarrollan eventos en el pueblo se brindan espacios para los productores artesanos añadió él.
19	¿Actualmente existe un posicionamiento de los muebles de madera y mimbre elaborados en Nahuizalco? ¿Podría comentar a profundidad?	Conocer si existe posicionamiento de los muebles de madera y mimbre	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	Aseguró que se reconoce a nivel Nacional la calidad de los productos artesanales que Nahuizalco ofrece, mencionó que el posicionamiento se debe a la tradición en la elaboración de un buen mueble de madera.
				2	Respondió a su parecer los muebles de Nahuizalco están muy bien posicionados las personas saben que Nahuizalco es famoso por sus muebles de madera mimbre y tule.
20	¿Qué factores mercadológicos considera que son potenciales de mejorar para la comercialización de muebles de madera y mimbre?	Identificar factores mercadológicos para la comercialización de muebles de madera y mimbre	Matriz FODA y herramienta PESTLE	1	En su opinión expreso la suma importancia que posee mejorar el posicionamiento, es decir que las personas conozcan automáticamente que caracteriza al pueblo de Nahuizalco. Posteriormente indico la necesidad de fortalecer las capacidades empresariales en los productores artesanos como: Procesos de calidad, cálculo de costeos, procesos de innovación, además de ¿cómo vender sus productos? a esto agrego que es muy

N°	Pregunta	Objetivo	Variable	Cód.	Respuestas
					importante que ellos sepan mercadear su producto, es decir ¿que tienen los muebles de diferentes a los de la competencia? Es importante relacionar lo productos con la marca municipio, exclamó. Licenciado Chávez como municipalidad es constante en la venta del municipio en los distintos rubros, menciono el arduo trabajo focalizado en estrategias de promoción en donde se busca fortalecer los distintos sectores como la comida, la carpintería y los artesanos de Nahuizalco.
				2	

Fuente: Entrevista realizada a instituciones

10.2 Procesamiento de información cuantitativa de encuesta a productores artesanales

A continuación, se muestran los resultados obtenidos del estudio de campo para el sector productor artesanal de muebles de madera y mimbre elaborados en Nahuizalco, Sonsonate, realizado para una muestra de 24 talleres artesanales.



Pregunta 1: Importancia de la historia y cultura de Nahuizalco para la elaboración de muebles de madera y mimbre

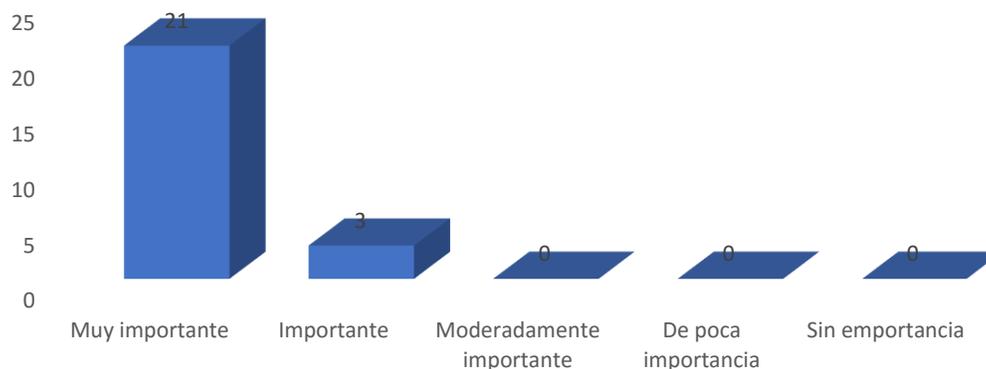
Tabla 12

Frecuencia de pregunta 1 encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
A	Muy importante	21	87.50%
B	Importante	3	12.50%
C	Moderadamente importante	0	0.00%
D	De poca importancia	0	0.00%
E	Sin importancia	0	0.00%
Total		24	100.00%

Gráfico No. 1

Importancia de la historia y cultura de Nahuizalco para la elaboración de muebles de madera y mimbre



Interpretación:

El 87.50% de los productores artesanales encuestados indicaron que es Muy Importante la historia y cultura del municipio de Nahuizalco, al momento de elaborar los muebles de madera y mimbre. Sólo el 12.50% restante da un nivel más bajo de importancia ubicándolo en la escala como Importante.

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que las bases culturales se representan mediante los muebles de madera y mimbre que se elaboran en Nahuizalco, esto conlleva a que los productos conserven su valor agregado como productos artesanales, debido a que los carpinteros conservan las costumbres y aprendizajes obtenidos mediante su legado.

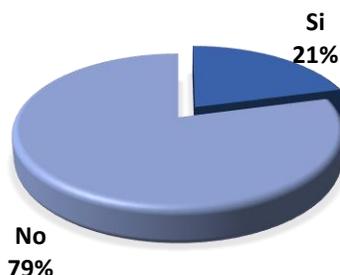
Pregunta 2 Constitución legal del negocio

Tabla 13

Frecuencia de pregunta 2 encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	5	20.83%
b	No	19	79.17%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 2 Constitución legal del negocio



Interpretación:

Según los resultados el 79.17% de los talleres artesanales de muebles de madera y mimbre no están constituidos legalmente, sólo poseen registro en la Alcaldía del lugar. El 20.83% está constituido bajo razón social.

Análisis:

Los resultados destacan que en su mayoría los talleres artesanales no están constituidos bajo una razón social, esto se debe a que desconocen de los procesos necesarios para inscribirse, existe negatividad por parte de los artesanos porque se relaciona con el pago de impuestos, lo que conlleva a realizar mayores gastos, además carecen de personería jurídica, por ende, de documentos que existen a partir del nacimiento de la persona

Pregunta 3: Registro contable

Tabla 14

Frecuencia pregunta 3, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fa %
a	Si	11	45.83%
b	No	13	54.17%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 3 Registro contable



Interpretación:

De los resultados obtenidos el 54.11 % de los productores de muebles no posee registros contables, y el 45.83%, restante si efectúa contabilidad en su negocio, de forma informal o formal.

Análisis:

El sector de productores de muebles artesanales se encuentra dividido y muy diferenciado en relación al orden contable, de esta forma los productores con capacidades más bajas carecen de controles efectivos de costos, ingresos y egresos que les permitan asignar de forma efectiva sus márgenes de ganancias o determinar sus utilidades reales.

Pregunta 4: Costo de producción

Tabla 15

Frecuencia absoluta de pregunta 4, encuesta a productores

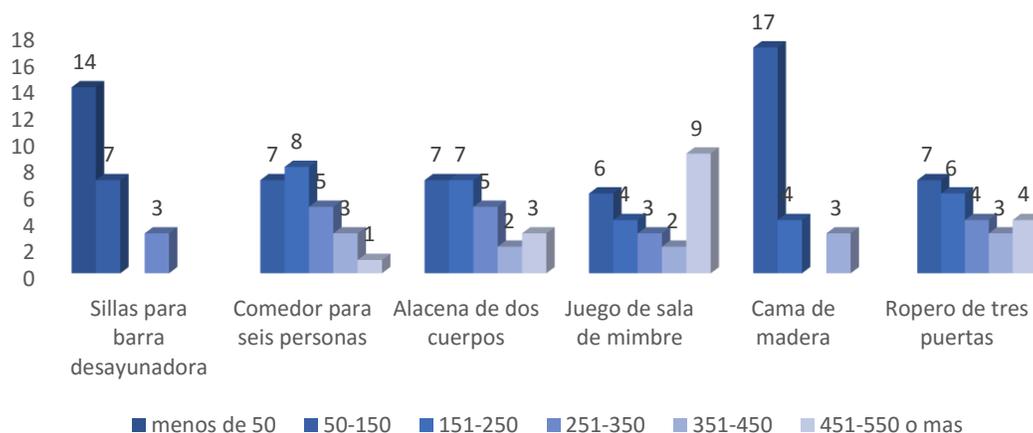
Producto/ costo	Menos de \$50	\$50-\$150	\$151-\$250	\$251-\$350	\$351-\$450	\$451-\$550 o mas	Total
Sillas para barra desayunadora	14	7	0	3	0	0	24
Comedor para seis personas	0	7	8	5	3	1	24
Alacena de dos cuerpos	0	7	7	5	2	3	24
Juego de sala de mimbre	0	6	4	3	2	9	24
Cama de madera	0	17	4		3		24
Ropero de tres puertas	0	7	6	4	3	4	24
Total	17	59	29	16	10	19	24

Tabla 16

Frecuencia porcentual de pregunta 4 de encuesta a productores

Producto/ Fa	Menos de \$50	\$50-\$150	\$151-\$250	\$251-\$350	\$351-\$450	\$451-\$550 o mas	Total
Sillas para barra desayunadora	58.33%	29.17%	0.00%	12.50%	0.00%	0.00%	100.00%
Comedor para seis personas	0.00%	29.17%	33.33%	20.83%	12.50%	4.17%	100.00%
Alacena de dos cuerpos	0.00%	29.17%	29.17%	20.83%	8.33%	12.50%	100.00%
Juego de sala de mimbre	0.00%	25.00%	16.67%	12.50%	8.33%	37.50%	100.00%
Cama de madera	0.00%	70.83%	16.67%	0.00%	12.50%	0.00%	100.00%
Ropero de tres puertas	0.00%	29.17%	25.00%	16.67%	12.50%	16.67%	100.00%
Total	58.33%	29.17%	0.00%	12.50%	0.00%	0.00%	100.00%

Gráfico No. 4 Rangos de costo de producción para muebles de madera y mimbre



Interpretación:

Entre los rangos que comprenden el costo de producción de los muebles de madera y mimbre se tiene que para las sillas para la barra desayunadora el 58.33% es de menos de \$50.00, para los comedores para seis personas el rango más alto de costo de producción es de \$151.00-\$250.00 con el 33.33%, el rango para las alacenas de dos cuerpos es de \$50.00-\$151.00 y \$151.00-

Análisis:

Los costos de los muebles de madera y mimbre son muy variables entre sí, puesto que los diseños son particularmente diferentes y por ello, las cantidades de materias primas utilizados difieren; el costo de los muebles de mimbre es el más elevado por la particularidad del diseño, la mano de obra es más especializada por la técnica del trenzado y por el trato del mimbre para elaborar

\$250.00 con el 29.71% ambos. Seguido de un 20.83% para el rango de \$251.00-\$350.00. Con el costo de producción entre el \$451.00-\$550.00 o más se encuentra el juego de sala representado por el 37.50% y el rango de entre \$50.00-\$150.00 con el 25.00%. En los resultados de las camas de madera, con un 70.83% se encuentra el rango de \$50.00-\$150.00 y el rango menor con el 12.50% lo comprenden costos de entre \$351.00-\$450.00. El ropero de tres puertas tiene porcentajes proporcionales para cada uno de los rangos, sobresaliendo con un 29.17% el rango de entre \$50.00-\$150.00 y con el 25.00% de entre \$151.00-\$250.00.

de forma correcta el mueble, sin embargo, se denota que no existe un costo promedio para los talleres encuestados, pues depende de la cantidad de materia prima adquirida en una compra y de la capacidad de producción que cada taller en particular posee.

Pregunta 5: Forma de determinar costo de producción

Tabla 17 Respuesta promedio de pregunta 5, encuesta a productores

Código	Opción	Respuesta
a	Sillas para barra desayunadora	Suma de materiales, materia prima, mano de obra, electricidad.
b	Comedor para seis personas	Suma de materiales, materia prima, mano de obra, electricidad.
c	Alacenas de dos cuerpos	Suma de materiales, materia prima, mano de obra, electricidad.
d	Juego de sala de mimbre	Suma de materiales, materia prima, mano de obra, electricidad y agua
e	Cama de madera	Suma de materiales, materia prima, mano de obra, electricidad.
f	Ropero de tres puertas	Suma de materiales, materia prima, mano de obra, electricidad.

Análisis: Al valorar los costos de producción, los productores no contabilizan todos los costos incurridos en el proceso de elaboración de muebles, además, esto no les permite conocer de forma clara cuales son las ganancias obtenidas con respecto los costos de producción, la forma de determinar el costo no difiere de forma representativa con relación a tipos de productos, tomando en cuenta que los diseños y tiempos de elaboración son particularmente diferentes.

Pregunta 6: Rangos de producción

Tabla 18

Frecuencia absoluta de pregunta 6, encuesta a productores

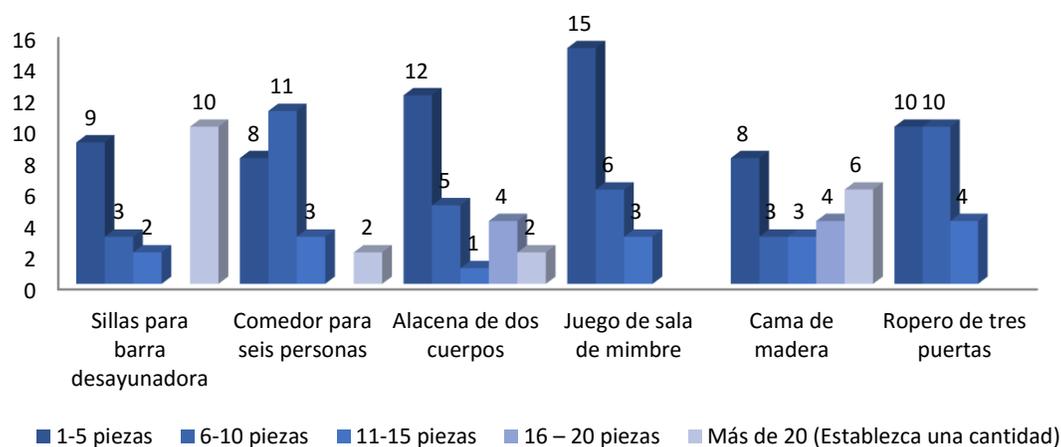
Producto/ cantidad	1-5 piezas	6-10 piezas	11-15 piezas	16 – 20 piezas	Más de 20 (Establezca una cantidad)
Sillas para barra desayunadora	9	3	2	0	10
Comedor para seis personas	8	11	3	0	2
Alacena de dos cuerpos	12	5	1	4	2
Juego de sala de mimbre	15	6	3	0	0
Cama de madera	8	3	3	4	6
Ropero de tres puertas	10	10	4	0	0
Total	62	38	16	8	20

Tabla 19

Frecuencia porcentual de pregunta 6, encuesta a productores

Producto/ cantidad	1-5 piezas	6-10 piezas	11-15 piezas	16 – 20 piezas	Más de 20	Total
Sillas para barra desayunadora	37.50%	12.50%	8.33%	0.00%	41.67%	100.00%
Comedor para seis personas	33.33%	45.83%	12.50%	0.00%	8.33%	100.00%
Alacena de dos cuerpos	50.00%	20.83%	4.17%	16.67%	8.33%	100.00%
Juego de sala de mimbre	62.50%	25.00%	12.50%	0.00%	0.00%	100.00%
Cama de madera	33.33%	12.50%	12.50%	16.67%	25.00%	100.00%
Ropero de tres puertas	41.67%	41.67%	16.67%	0.00%	0.00%	100.00%

Gráfico No. 5 Rangos de producción por productos



Interpretación:

El resultado para cada uno de los grupos de productos indica que para la silla para barra desayunadora el 41.67% de los productores elaboran más de 20 piezas mensuales y el 8.33 % de 11 a 15 piezas.

En el comedor para seis personas 45.83% fabrican mensual de 6 a 10 piezas y el 33.33% de 1 a 5 piezas, teniendo en menor proporción la elaboración de 11 a 15 piezas y escasamente más de 20 piezas de estos muebles de madera en el sector.

Las alacenas de dos cuerpos tienen el 50.00% de producción mensual en el rango de 1 a 5 piezas, continuando con un 20.83% que representa la producción de 6 a 10 piezas.

El juego de sala de mimbre presenta un 62.50% de producción mensual de entre 1 a 5 piezas, el 25.00% elabora de 6 a 10 piezas mensuales y el restante 12.50% de entre 11 a 15 piezas.

Según los datos obtenidos en los resultados de la producción mensual de piezas de las camas de madera, el 33.33% elaboran de 1 a 5 piezas, el 25% indicó que más de 20 piezas y el 16.67% entre 16 a 20 piezas. El ropero de tres puertas tiene un 41.67% de producción mensual para los rangos de 1 a 5 piezas y para el rango de 6 a 10 piezas.

Análisis:

Los rangos de producción de los muebles son variables, sin embargo, en promedio aproximado, la producción mensual para sillas de barra desayunadora es de 87 sillas, para comedor de 6 personas es de 153, para alacena de dos puertas es de 163 piezas, para juego de sala de mimbre es de 163, para camas de madera es 132, y 165 para roperos de tres puertas, que forman un total aproximado de 700 piezas mensuales para el sector, de acuerdo a dichos datos, se denota que se posee una alta capacidad de producción en relación a la demanda local, debido a que poseen stock de inventario que tienen disponible para la venta.

Pregunta 7: Proceso de producción

Interpretación:

Las respuestas obtenidas describen el siguiente proceso: 1. Elaborar plantilla, 2. Cortar la madera para cada pieza, 3. Curar la madera, 4. emparejar piezas y pegar, 5. lijar y tallar, 6. Armar. Cabe destacar, que el proceso es indiferente al tipo de producto que se elabore, debido a que depende del diseño y los acabados que se elaboran en el paso 2

Análisis:

El proceso de producción de muebles de madera y mimbre está estandarizado en su mayoría, para el sector de talleres artesanales, existen pocas diferencias debido a que el 100% no cuenta con las herramientas necesarias, y deben solicitar a otros talleres el apoyo en algunos cortes de madera.

Pregunta 8: Capacidad de producción para abastecer demanda local

Tabla 20

Frecuencia de pregunta 8, encuestar a productores

Código	Opciones	Fa	Fr%
a	Si	13	54.17%
b	No	11	45.83%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 6 Capacidad de producción para abastecer la demanda local



Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 54.17% de los encuestados manifiesta tener producción para abastecer la demanda local, y

Análisis:

Los talleres artesanales en su mayoría tienen capacidad de abastecer la demanda local, puesto que cuentan con inventario que disponen en el punto de venta, entre las razones por las que

el 45.83% restante considera que su capacidad de producción no es suficiente.

algunos productores artesanos consideran que no poseen capacidad es porque deben sacar la producción por pedidos, pactados previamente con los clientes.

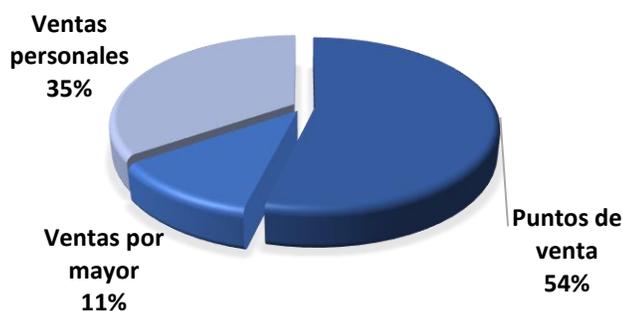
Pregunta 9: Forma de comercializar los muebles de madera

Tabla 21

Frecuencia de pregunta 9, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Puntos de venta	14	53.85%
b	Ventas por mayor	3	11.54%
c	Ventas personales	9	34.62%
Total		26	100.00%

Gráfico No. 7 Forma de comercializar muebles de madera y mimbre



Interpretación:

El 53.85% de los productores comercializa los muebles mediante puntos de venta propios, el 34.62% a través de ventas personales y el restante 11.54% comercializa con ventas al por mayor.

Análisis:

Las ventas de los muebles se realizan en puntos de ventas en las principales calles de Nahuizalco, así como, en la cabecera del municipio, generalmente los puntos de venta son parte de la vivienda de los artesanos y el taller de producción. Los artesanos carecen de herramientas de promoción y estrategias de comercialización.

Pregunta 10: Servicio a domicilio

Tabla 22

Frecuencia de pregunta 10, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	14	58.33%
b	No	10	41.67%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 8 Servicio a domicilio



Interpretación:

Los resultados indican que el 58.33% brinda servicio a domicilio en la comercialización de muebles, el 41.67% de los productores no cuenta con el servicio a domicilio.

Análisis:

El objetivo de conocer si los productores artesanos brindan servicio a domicilio al realizar una venta es identificar si poseen al menos una forma de distribución, y posteriormente identificar de qué forma se realiza el empaque de los muebles, los resultados muestran que para el sector el brindar el servicio a domicilio no es valor agregado para el total de los talleres, debido a que debe incrementarse el precio del mueble.

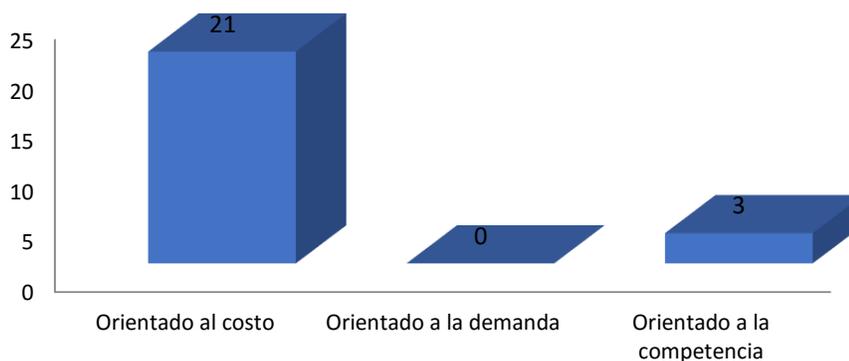
Pregunta 11: Determinación de precios

Tabla 23

Frecuencia de pregunta 11, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Orientado al costo	21	87.50%
b	Orientado a la demanda	0	0.00%
c	Orientado a la competencia	3	12.50%
Total		24	100.00%

Gráfico No. 9 Determinación de precio



Interpretación:

Al momento de determinar sus precios de venta, el 87.50% de los productores lo hace orientado al costo y el 12.50% orientado a la competencia, el 0% lo hace orientado a la demanda.

Análisis:

Los resultados obtenidos muestran que la mayoría de productores artesanos estiman su precio de venta con relación a los costos, sin embargo, al realizar el cálculo de costos no incluyen todos los costos incurridos para realizar el mueble, de igual manera, el porcentaje que respondió que lo hace de acuerdo a la competencia, no toma en cuenta la valoración de costos, si no competir con precios entre los talleres artesanales de la zona.

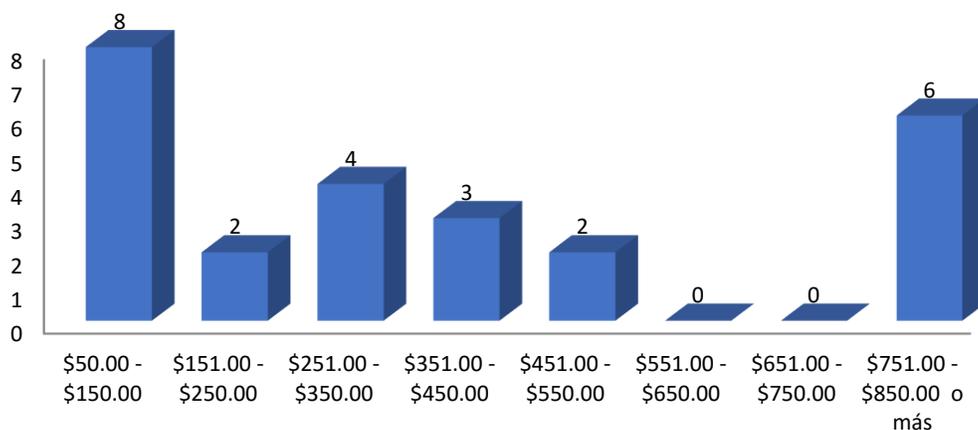
Pregunta 12: Ganancias mensuales

Tabla 24

Frecuencia pregunta 12, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	\$50.00 - \$150.00	8	32.00%
b	\$151.00 - \$250.00	2	8.00%
c	\$251.00 - \$350.00	4	16.00%
d	\$351.00 - \$450.00	3	12.00%
e	\$451.00 - \$550.00	2	8.00%
f	\$551.00 - \$650.00	0	0.00%
g	\$651.00 - \$750.00	0	0.00%
h	\$751.00 - \$850.00 o más	6	24.00%
Total		25	100.00%

Gráfico No. 10 Ganancias mensuales



Interpretación:

Las ganancias mensuales de los talleres artesanales se encuentran en un rango de \$50.00-\$150.00 el 33.33% y entre \$751.00-\$850.00 o más el 25.00%. Siendo los más representativos del estudio.

Análisis:

Se observa que en su mayoría los productores obtienen una ganancia mensual de \$50.00 a \$150.00 dólares, porcentaje por debajo del salario mínimo; este resultado puede estar dado por la falta de control contable y de producción mensual que realizan, impidiendo medir con certeza este indicador. Pese a ello, un porcentaje similar al indicado anteriormente posee ganancias mensuales por encima de los \$751.00.

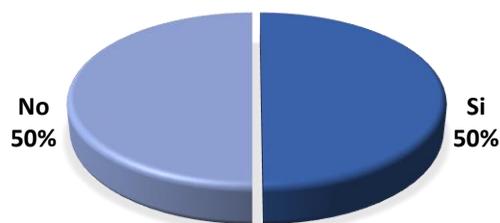
Pregunta 13: Planificación de ingresos

Tabla 25

Frecuencia de pregunta 13, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	12	50.00%
b	No	12	50.00%
Total		24	100.00%

Gráfico No. 11 Planificación de ingresos



Interpretación:

Según los resultados el 50.00% de los productores planifican los ingresos recibidos por ventas de los muebles y el otro 50.00% restante no lo hace.

Análisis:

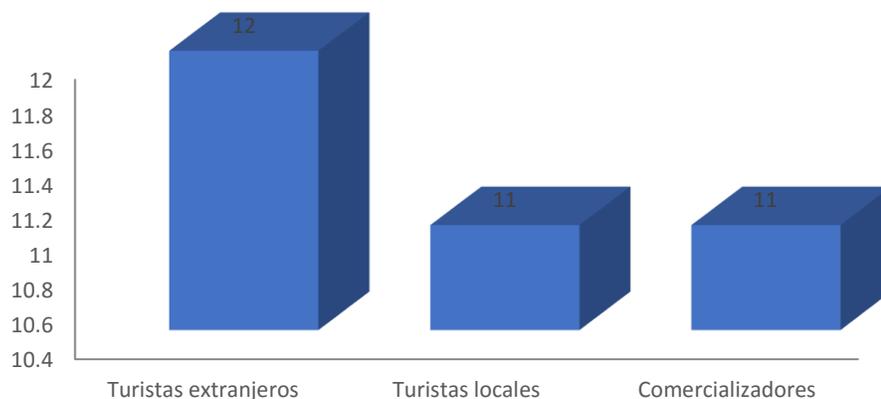
En los resultados se observa que sí poseen una planificación de ingresos, aunque en igual medida se tiene que otros desconocen de esta medida de control, indicando la inexperiencia en términos de planificación de ventas, ingresos, ganancias, etc. Esto en consecuencia a la falta de apoyo de las instituciones gubernamentales en temas de capacitación mínima para emprendimientos locales.

Pregunta 14: Principales clientes

Tabla 26

Frecuencia de pregunta 14, encuesta de productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Turistas extranjeros	12	35.29%
b	Turistas locales	11	32.35%
c	Comercializadores	11	32.35%
Total		34	100.00%

Gráfico No. 12 Principales clientes**Interpretación:**

Los principales clientes de muebles de madera y mimbre elaborados para los productores de Nahuizalco son turistas extranjeros con un 35.29% y el 32.35% está representado por turistas locales y comercializadores con iguales resultados.

Análisis:

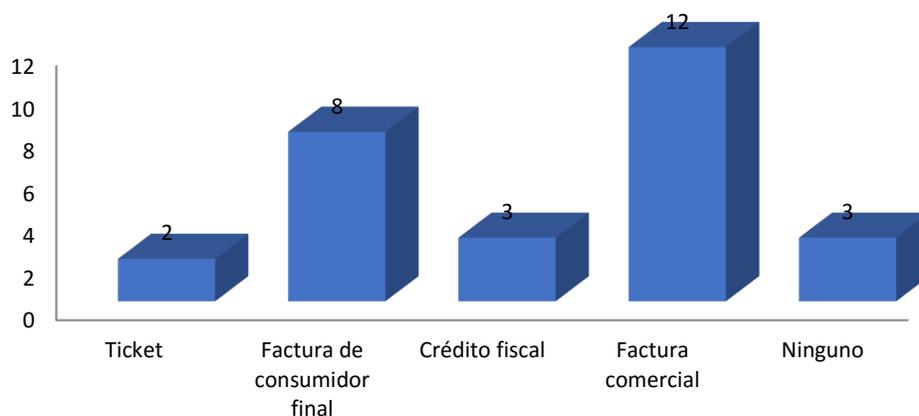
Los resultados denotan que la segmentación de consumidores del producto es sumamente proporcional, teniendo una variación mínima del 3% en unos y afirmando la atracción de los muebles de madera y mimbre hacia los consumidores locales y extranjeros y las casas comerciales de la zona e incluso fuera del país.

Pregunta 15: Documento fiscal emitido para clientes

Tabla 27

Frecuencia de pregunta 15, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Ticket	2	7.14%
b	Factura de consumidor final	8	28.57%
c	Crédito fiscal	3	10.71%
d	Factura comercial	12	42.86%
e	Ninguno	3	10.71%
f	Otros	0	0.00%
	Total	28	100.00%

Gráfico No. 13 Documento fiscal emitido para clientes**Interpretación:**

El 42.86% de los productores emite únicamente factura comercial al momento de que sus clientes cancelan los productos. El 28.57% emite factura de consumidor final seguidos de documento de crédito fiscal con un 10.71%.

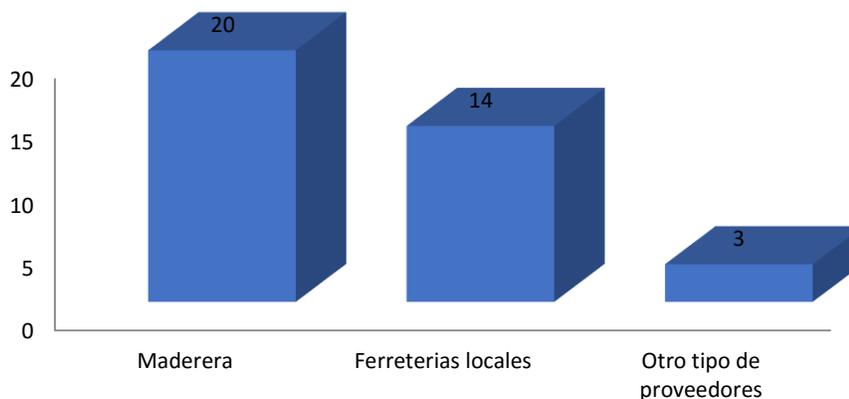
Análisis:

En su mayoría, cerca de la mitad de los resultados indican que los productores no poseen un control contable formal, brindando al consumidor final únicamente una factura comercial por las compras realizadas. Sin embargo, existen otros talleres que tienen factura de consumidor final, crédito fiscal e incluso en un caso poseen factura exportadora.

Pregunta 16: Proveedores de Materia Prima**Tabla 28**

Frecuencia de pregunta 16, encuesta de productores

Código	Opciones	Fa	Fa %
a	Maderera	20	54.05%
b	Ferreterías locales	14	37.84%
c	Otro tipo de proveedores	3	8.11%
	Total	37	100.00%

Gráfico No. 14 Proveedores de materia prima**Interpretación:**

Los resultados indican que los proveedores de materia prima para la elaboración de muebles de madera y mimbre son en un 54.05% las madereras, en un 37.84% las ferreterías locales y el 8.11% restante son otro tipo de proveedores.

Análisis:

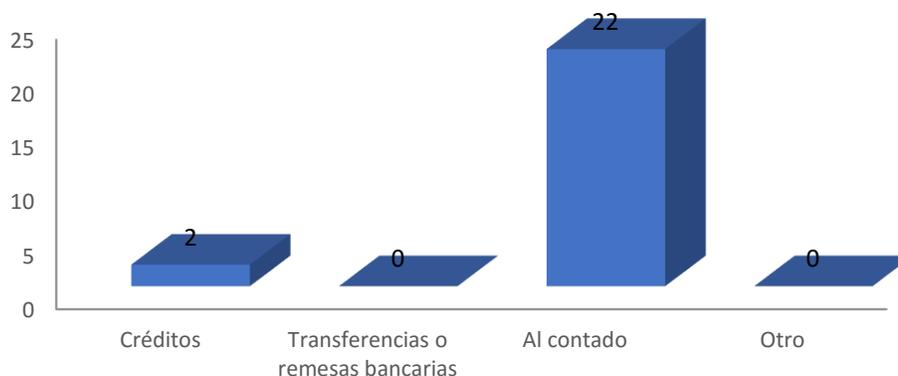
Se observa que más del cincuenta por ciento de los productores obtienen sus materias primas de las madereras, y en una proporción similar lo hacen de las ferreterías locales; facilitando con el resultado la identificación de los proveedores para la elaboración de los muebles a exportar.

Pregunta 17: Forma de pago proveedores

Tabla 29

Frecuencia de pregunta 17, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Créditos	2	8.33%
b	Transferencias o remesas bancarias	0	0.00%
c	Al contado	22	91.67%
d	Otro	0	0.00%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 15 Forma de pago a proveedores**Interpretación:**

La forma en la que los productores pagan a sus proveedores de materia prima es con un 91.67% al contado y con un 8.33% restante es a través de créditos.

Análisis:

Al realizar el análisis de resultados, se esclarece la forma de pago a los proveedores habituales de los productores, quienes pagan casi en su totalidad al contado por la materia prima de la cual los proveen, dejando un mínimo de porcentaje a créditos que solo representa menos del 10% del porcentaje total, indicando que no existe facilidad de pago por parte de las madereras hacia sus clientes habituales y afectando en alguna medida la producción y abastecimiento de muebles y madera para su realización.

Pregunta 18: Falta de equipos para mejorar comercialización

Análisis: Para la fabricación de muebles de madera es necesario contar con equipos que ayuden a optimizar procesos de esta forma se estaría mejorando la producción artesanal de cada mueble, los productores artesanos en su mayoría cuentan con las herramientas adecuadas para elaborar los muebles de madera y mimbre, quienes no poseen suficiente maquinaria, acuden a otros talleres para realizar algunos cortes, además, mencionan que en las estacionalidades requieren mayores herramientas para producir más cantidades de muebles.

Pregunta 19: Tipo de madera para fabricar

Tabla 30

Frecuencia absoluta de pregunta 19, encuesta a productores

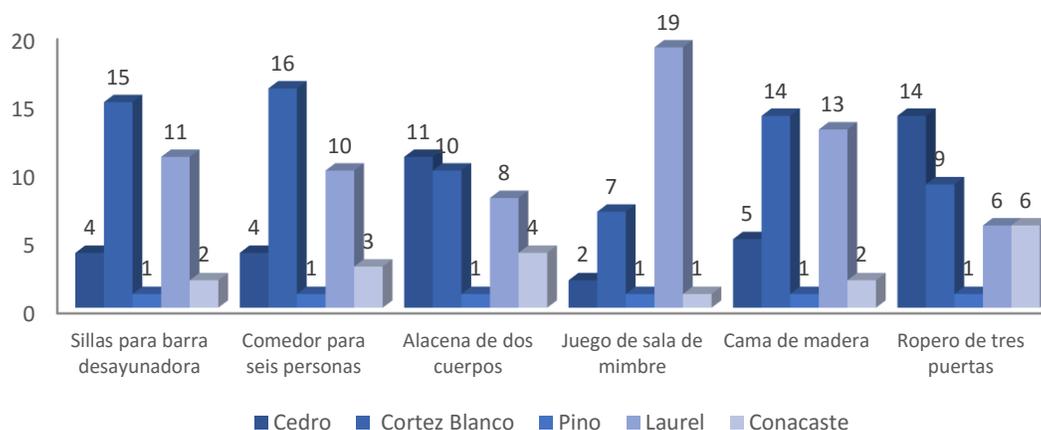
Producto/ cantidad	Cedro	Cortez Blanco	Pino	Laurel	Conacaste	Total
Sillas para barra desayunadora	4	15	1	11	2	33
Comedor para seis personas	4	16	1	10	3	34
Alacena de dos cuerpos	11	10	1	8	4	34
Juego de sala de mimbre	2	7	1	19	1	30
Cama de madera	5	14	1	13	2	35
Ropero de tres puertas	14	9	1	6	6	36
Total	40	71	6	67	18	

Tabla 31

Frecuencia porcentual de pregunta 19, encuesta a productores

Producto/ cantidad	Cedro	Cortez Blanco	Pino	Laurel	Conacaste	Total
Sillas para barra desayunadora	12.12%	45.45%	3.03%	33.33%	6.06%	100.00%
Comedor para seis personas	11.76%	47.06%	2.94%	29.41%	8.82%	100.00%
Alacena de dos cuerpos	32.35%	29.41%	2.94%	23.53%	11.76%	100.00%
Juego de sala de mimbre	6.67%	23.33%	3.33%	63.33%	3.33%	100.00%
Cama de madera	14.29%	40.00%	2.86%	37.14%	5.71%	100.00%
Ropero de tres puertas	38.89%	25.00%	2.78%	16.67%	16.67%	100.00%

Gráfico No. 16 Tipo de madera para fabricar



Interpretación:

En resultado del total de respuestas por producto sobrepasa la muestra de 24 debido a que era se podía seleccionar más de un tipo de madera para cada uno de los muebles, dando como resultado que para el grupo de sillas para barra desayunadora son elaboradas en su mayoría por Cortez blanco y Laurel con un 45.45% y 33.33% respectivamente.

La madera utilizada para la elaboración de los comedores de seis personas son 47.06% correspondiente al Cortez blanco y el 29.41% al Laurel. La alacena de dos cuerpos es fabricada, según resultados, en Cedro con el 32.35%, Cortez blanco con el 29.41%, Laurel con el 23.53% y Conacaste que representa el 11.76% del total.

El Laurel presenta un 63.33% en porcentaje de fabricación de los juegos de sala, seguido por un 23.33% perteneciente al Cortez blanco. Las camas de madera son elaboradas en Cortez blanco con el 40.00% y con el 37.14% fabricadas con Laurel. El 38.89% de los roperos de tres puertas son elaborados en Cedro, seguido del 25.00% fabricados en Cortez blanco y el 16.67% son en Laurel y Conacaste en igual medida.

Análisis:

Por cada segmento de producto, y analizando los materiales de fabricación de cada uno se especifica que para las sillas para barra desayunadora son fabricadas con Cortez blanco y laurel en su mayoría; en el caso de los comedores para seis personas se elaboran con el Cortez blanco y el laurel. Los juegos de sala de mimbre tienen como materiales básicos, el mimbre y el playwood para las bases.

Las alacenas de dos cuerpos se construyen en cedro, Cortez blanco y laurel al igual que el ropero de tres puertas. Se determina que la madera fundamental y necesaria para cada uno de los muebles de madera que se pretenden exportar es el laurel utilizado en todos los muebles. Siendo está madera de las más utilizadas para gran número de actividades productivas en general y a gran escala. Es una madera fácil de trabajar, fácil de preservar y tiene una alta durabilidad natural. (Boshier, 2003).

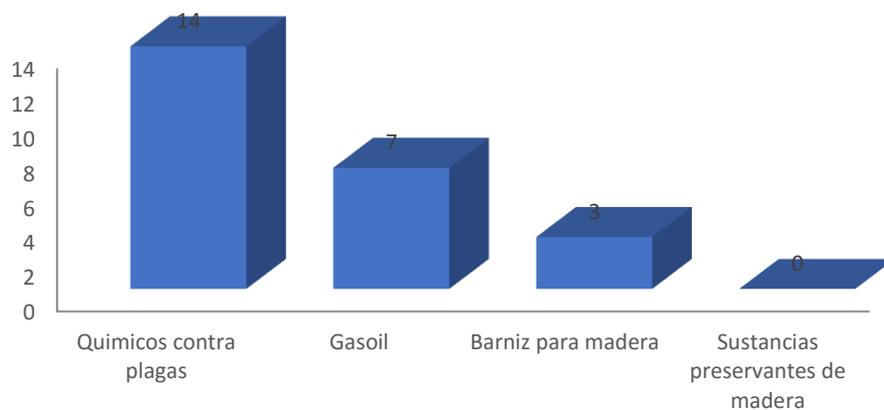
Pregunta 20: Integridad de la madera

Tabla 32

Frecuencia de pregunta 20, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Químicos contra plagas	14	58.33%
b	Gasoil	7	29.17%
c	Barniz para madera	3	12.50%
d	Sustancias preservantes de madera	0	0.00%
Total		24	100.00%

Gráfico No. 17 Integridad de la madera



Interpretación:

Para garantizar la integridad de la madera con la que se elaboran los muebles de madera y mimbre, los productores utilizan químicos contra plagas con una representación del 58.33% del total; un 29.17% lo hace con gasoil y el 12.50% restante solo utiliza barniz para madera.

Análisis:

Al analizar la calidad de la madera que se utiliza y las formas que se emplean para dicho fin y preservarla a través del tiempo se obtiene como resultado que más de la mitad, utilizan químicos preservantes como medida salvaguarda de su materia prima. Estos químicos son efectivos y previene a la madera de contener plagas u otro tipo de problema relacionado con la madera, dando así una vida útil de por vida a los muebles de madera con los cuidados mínimos como el barnizado pasado cierto tiempo de haberlo adquirido.

Pregunta 21: Competidores locales

Análisis: Los productores artesanos del municipio de Nahuizalco en su totalidad destacaron la rivalidad entre competidores locales, por comercializar más sus productos ya sea aplicando precios fuera de sus estimaciones de costos, sin embargo, con relación a competencias en productos sustitutos, los muebles de Nahuizalco poseen valor agregado en diseños y durabilidad.

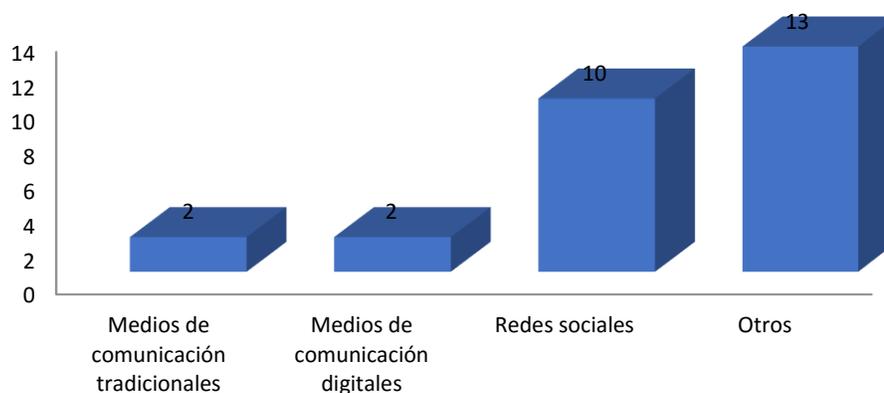
Pregunta 22: Formas de promoción

Tabla 33

Frecuencia pregunta 22, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Medios de comunicación tradicionales	2	7.41%
b	Medios de comunicación digitales	2	7.41%
c	Redes sociales	10	37.04%
d	Otros	13	48.15%
	Total	27	100.00%

Gráfico No. 18 Forma de promoción



Interpretación:

El 48.15% de los productores indicó que la categoría Otros era la que mejor representaba la forma en la que dan a conocer los muebles a los consumidores en el mercado local. Teniendo un

Análisis:

En los indicadores de promoción de los muebles de madera y mimbre, se identifica que la mayoría utiliza otras formas de promoción, y en un cien por ciento de estos otros medios lo hacen mediante la

37.04% las redes sociales y un porcentaje aplicativo de WhatsApp, aprovechando la igualdad del 7.41% para medios de facilidad y rapidez de esta red y la personalización de comunicación tradicionales y medios de que permite entre el cliente y el productor. comunicación digitales.

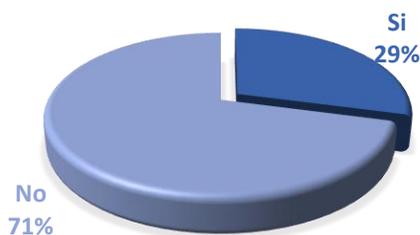
Pregunta 23: Experiencia exportadora

Tabla 34

Frecuencia pregunta 23, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	7	29.17%
b	No	17	70.83%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 19 Experiencia exportadora



Interpretación:

El 70.83% de los productores indica que no poseen experiencia exportadora y únicamente el 29.317% sí cuenta con ella.

Análisis:

Análisis: de acuerdo a los resultados existe un 29.17 % de productores artesanales que poseen experiencia exportadora, sin embargo, solo el 16.67% (Como se nota en las respuestas de la pregunta 24) tiene conocimientos del proceso logístico de exportación. De esta manera se determina que parte de los productores desconocen mercados internacionales, y en su mayoría no buscan expandirse si no acomodarse con los ingresos que perciben.

Pregunta 24: Proceso logístico de exportación

Tabla 35

Frecuencia pregunta 24, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	4	16.67%
b	No	20	83.33%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 20 *Proceso logístico*



Interpretación:

El resultado muestra que el 82.61% de los productores no conoce el proceso logístico de exportación y el 17.39% sí tiene conocimiento de él.

Análisis:

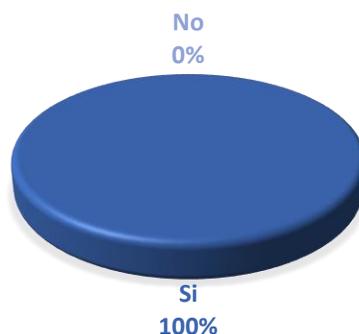
En los indicadores de promoción de los muebles de madera y mimbre, se identifica que la mayoría utilizada otras formas de promoción, y en un cien por ciento de estos otros medios lo hacen mediante la aplicación social de whatsapp, aprovechando la facilidad y rapidez de esta red y la personalización que permite entre el cliente y el productor.

Pregunta 25: Cambios en el producto para satisfacer exigencias en el mercado

Tabla 36

Frecuencia pregunta 25, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	24	100.00%
b	No	0	0.00%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 21 *Cambios en el producto para satisfacer exigencias del mercado***Interpretación:**

En su totalidad el 100.00% de los productores encuestados indica que Sí realizaría cambios en el producto para satisfacer las exigencias del mercado externo.

Análisis:

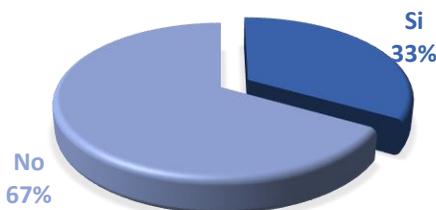
Existe apertura de los artesanos a realizar cambios en los productos mejorarlos y adaptarlos para satisfacer el mercado internacional para ser competitivos en el mercado extranjero. La conciencia de dichas necesidades en el producto para tener apertura y oportunidad en otros países genera una ventaja en los artesanos para mejorar su negocio y tener más y mejores ganancias.

Pregunta 26: Marca en muebles de madera y mimbre

Tabla 37

Frecuencia de pregunta 26, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	8	33.33%
b	No	16	66.67%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 22 *Marca de muebles de madera y mimbre*

Interpretación:

El 66.67% de los productores No posee ninguna marca o distintivo para los muebles de madera y mimbre que comercializa. El 33.33% Si las posee.

Análisis:

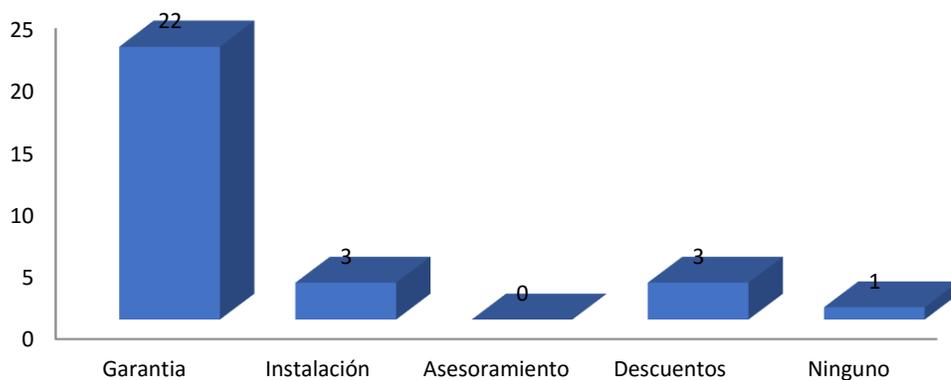
Las marcas o distintivos de identificación en los productos son importantes en la venta y posicionamiento de los mismos. Al carecer de ellos este indicador se ve en desventaja competitiva en el mercado local y se vuelve una mejora necesaria para exportar y comercializarlos en el exterior del país.

Pregunta 27: Servicios post venta

Tabla 38

Frecuencia pregunta 27, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Garantía	22	75.86%
b	Instalación	3	10.34%
c	Asesoramiento	0	0.00%
d	Descuentos	3	10.34%
e	Ninguno	1	3.45%
	Total	29	100.00%

Gráfico No. 23 *Servicios post venta*

Interpretación:

El 75.86% de los talleristas artesanos da garantía a sus clientes como servicio post venta; el 10.34% brinda asesoramiento y descuentos en igual proporción.

Análisis:

El servicio post venta utilizado por la mayoría es la garantía debido a situaciones ajenas al trabajo artesanal de los muebles como deformaciones del mueble y agrietamientos por la naturaleza de la madera. Para ganar un posicionamiento en la mente de los consumidores se requiere de otros servicios post venta asociados al producto que lo hagan competitivo para el mercado potencial, como asesoramiento, instalación y seguimiento del producto.

Pregunta 28: Forma de empaque

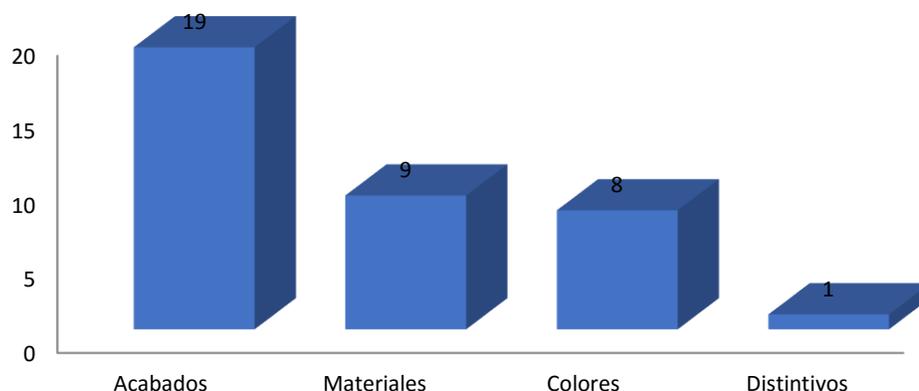
Análisis: Los talleres artesanales de Nahuizalco utilizan un empaque a base de cartón, plástico y lazos, como resultado de ventas por consumidores locales; puesto que hay una carencia de conocimientos acerca de la importancia del empaque primario y secundario; en algunos talleres no hacen uso de ningún tipo de empaque al momento de realizar el transporte de los muebles

Pregunta 29: Aspectos de diseño sobresalientes

Tabla 39

Frecuencia pregunta 29, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Acabados	19	51.35%
b	Materiales	9	24.32%
c	Colores	8	21.62%
d	Distintivos	1	2.70%
	Total	37	100.00%

Gráfico No. 24 Aspectos de diseño sobresalientes**Interpretación:**

Los aspectos de diseño que sobresalen en los muebles de madera y mimbre elaborados en el municipio de Nahuizalco son los acabados con el 51.35%, los materiales con el 24.32% y los colores con el 21.62%.

Análisis:

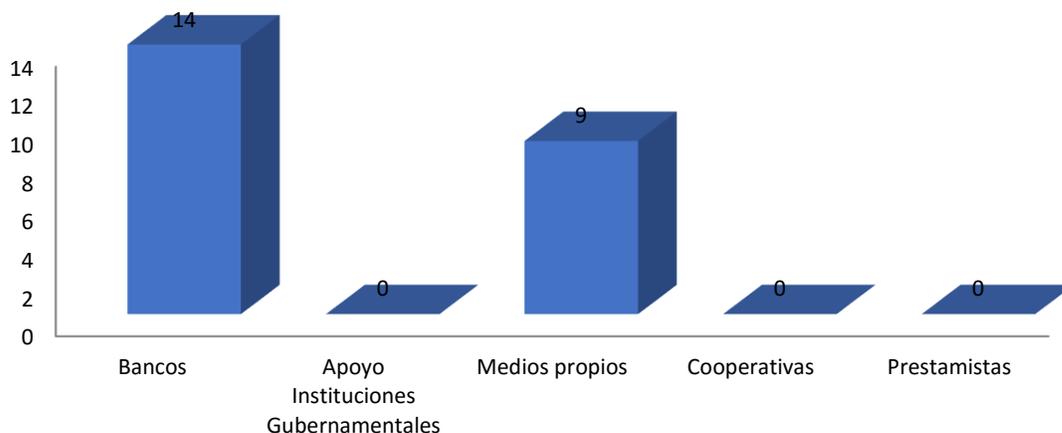
El diseño como indicador de análisis es importante para el consumidor final y potencial y en su mayoría se observa que los acabados de los muebles son el elemento diferenciador y más apreciado por los artesanos de los mismos, seguido de los materiales utilizados y los colores que se les brinda a algunos de ellos.

Pregunta 30: Medios de financiamiento

Tabla 40

Frecuencia pregunta 30, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Bancos	14	58.33%
b	Apoyo Instituciones Gubernamentales	0	0.00%
c	Medios propios	9	37.50%
d	Cooperativas	0	0.00%
e	Prestamistas	0	0.00%
f	Otro	1	4.17%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 25 *Medios de financiamiento***Interpretación:**

El 56.00% indica que mediante los bancos se financian para llevar a cabo la producción y comercialización de los muebles de madera y mimbre que elabora. Y el 40% lo hace a través de medios propios.

Análisis:

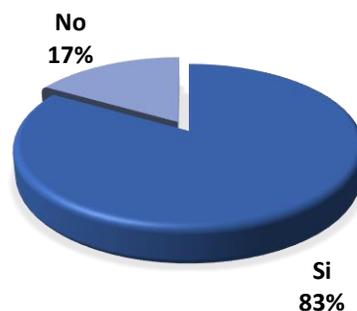
En el financiamiento se tiene que más de la mitad usan los bancos para tener la inversión necesaria para los productos, en contraposición a una gran cantidad de productores que lo hacen mediante medios propios y que representan aquellos que cuentan con contabilidad mensual y proyecciones de producción y ventas que les ayuda a tener un ordenamiento en sus finanzas y se refleja en conservar el dinero que se invierte en la fabricación de los muebles.

Pregunta 31: Asocio con artesanos**Tabla 41**

Frecuencia pregunta 31, encuesta a productores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	20	83.33%
b	No	4	16.67%
	Total	24	100.00%

Gráfico No. 26 *Asocio con artesanos*



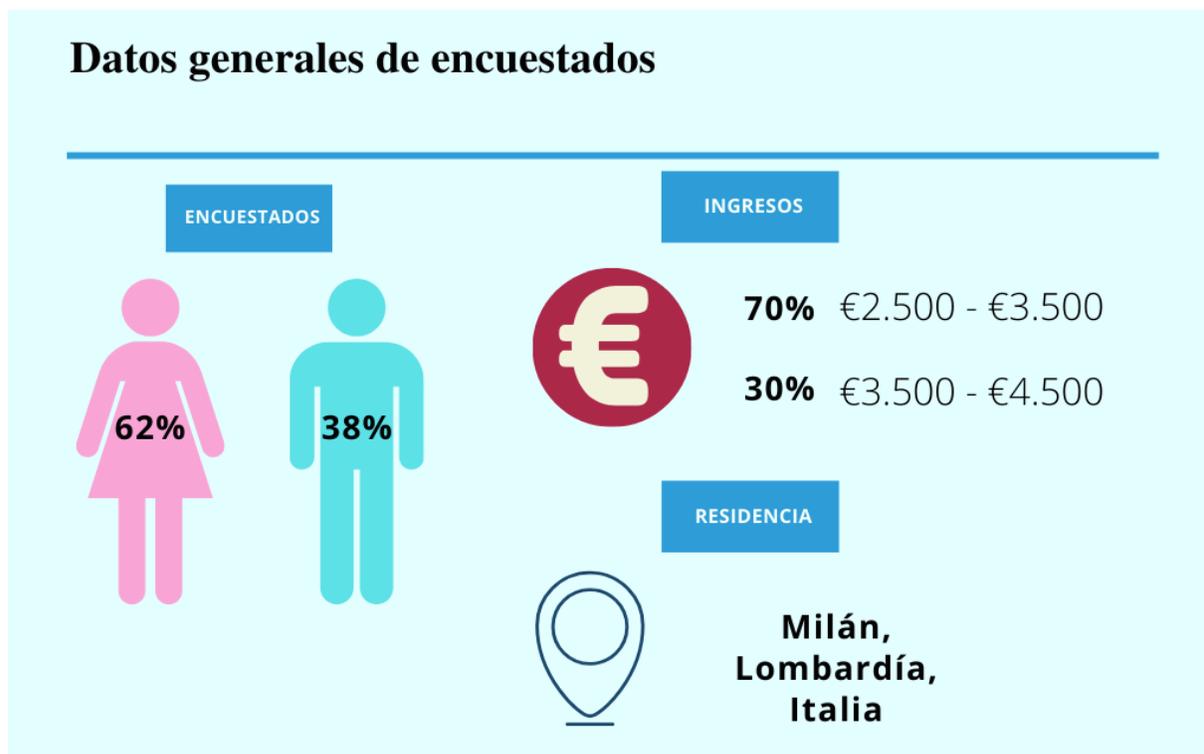
Interpretación:

El 83.33% de los productores está dispuesto a asociarse con los productores artesanos del municipio de Nahuizalco para exportar los muebles que fabrican.

Análisis:

La mayoría de artesanos indica que sí está dispuesto a asociarse con otros artesanos del sector con el fin de llevar sus productos al país de destino de Italia, ayudando a sí mismo al sector artesanal con esta apertura y a sus negocios propios para vender en el exterior.

10.3 Procesamiento de información cuantitativa de encuesta a consumidores italianos



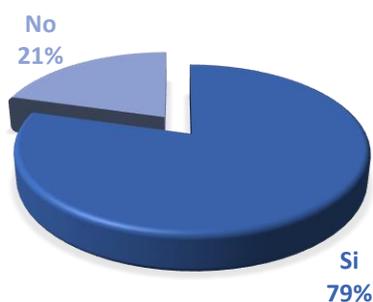
Pregunta 1: Existencia de muebles en el hogar

Tabla 42

Frecuencia pregunta 1, encuesta a consumidores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	58	79%
b	No	15	21%
	Total	73	100.00%

Gráfico No. 27 Existencia de muebles en el hogar



Interpretación:

El 79% de los consumidores italianos encuestados respondió que tiene muebles de madera en su hogar, el 21% restante identificó que no posee muebles de madera en su hogar.

Análisis:

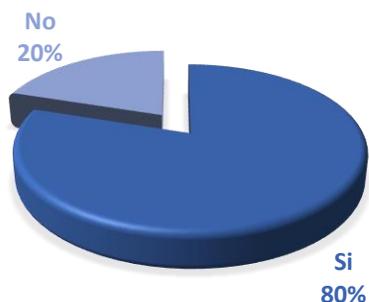
En los resultados se denota que parte de los muebles que existen en los hogares son de madera, con ello, puede determinarse la existencia de demanda para dichos muebles.

Pregunta 2: Disposición de comprar muebles de madera

Tabla 43

Frecuencia pregunta 2, encuesta a consumidores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	12	80%
b	No	3	20%
	Total	15	100.00%

Gráfico No. 28 *de comprar muebles de madera***Interpretación:**

El 80% de los consumidores italianos encuestados que respondieron “No” a la pregunta 1 respondió que sí compraría muebles de madera para su hogar, el 20% restante identificó que estaría dispuesto a adquirir muebles de madera.

Análisis:

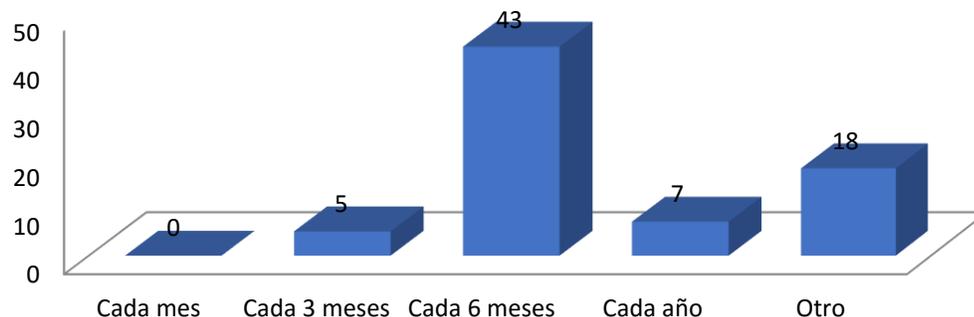
De acuerdo a los resultados obtenidos los consumidores que actualmente no son clientes reales de muebles de madera en Italia, están en disposición de adquirir en el futuro muebles de madera para el hogar.

Pregunta 3: Frecuencia de compra de muebles de madera

Tabla 44

Frecuencia pregunta 3, encuesta a consumidores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Cada mes	0	0%
b	Cada 3 meses	5	7%
c	Cada 6 meses	43	59%
d	Cada año	7	10%
e	Otro	18	25%
	Total	73	100.00%

Gráfico No. 29 *Frecuencia de compra de muebles de madera*

Interpretación:

El 59% de los encuestados respondieron que adquieren muebles de madera cada 6 meses, un 25% que respondió “otro”, el 10% respondió cada año, el 7 % cada 3 meses y ninguno respondió que adquiere muebles cada mes.

Análisis:

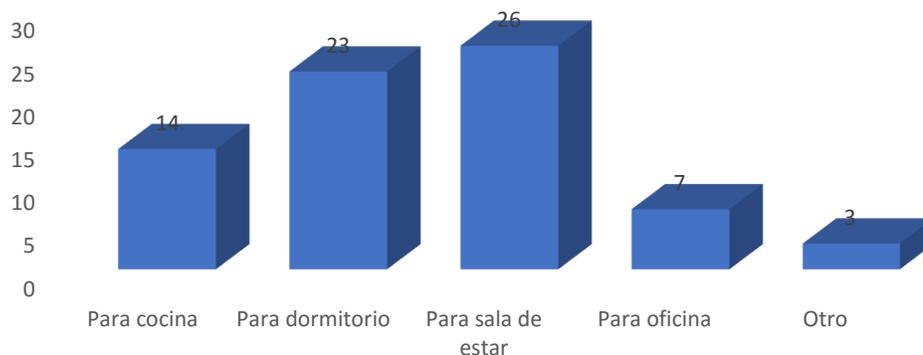
De acuerdo a los resultados obtenidos los consumidores la frecuencia de compra de muebles de madera es de cada 6 meses en su mayoría, cabe destacar que las especificaciones de la respuesta “otro” incluyen las respuestas: Cada 5 años, cada dos años, diez años.

Pregunta 4: Preferencia en tipo de muebles

Tabla 45

Frecuencia pregunta 4, encuesta a consumidores italianos

Cód.	Opciones	Fa	Fr %
a	Para cocina	14	19%
b	Para dormitorio	23	32%
c	Para sala de estar	26	36%
d	Para oficina	7	10%
	Otro	3	4%
	Total	73	100%

Gráfico No. 30 *Preferencia en tipo de muebles***Interpretación:**

El 36% de los encuestados respondieron que prefieren adquirir muebles de madera para la sala de estar, el 32% respondió que prefiere adquirir muebles para el dormitorio, un 19% prefiere muebles par cocina, un 10% prefiere muebles para oficina y el 4% restante respondió “Otros”.

Análisis:

Los consumidores italianos encuestados prefieren adquirir muebles para sala de estar y dormitorio, en relación a adquirir muebles para oficina, esto beneficia la investigación puesto que los muebles nahuizalqueños se caracterizan por ser muebles para el hogar en las áreas mencionas.

Pregunta 5: Nivel de importancia en factores de los muebles**Tabla 46**

Frecuencia absoluta pregunta 5, encuesta a consumidores italianos

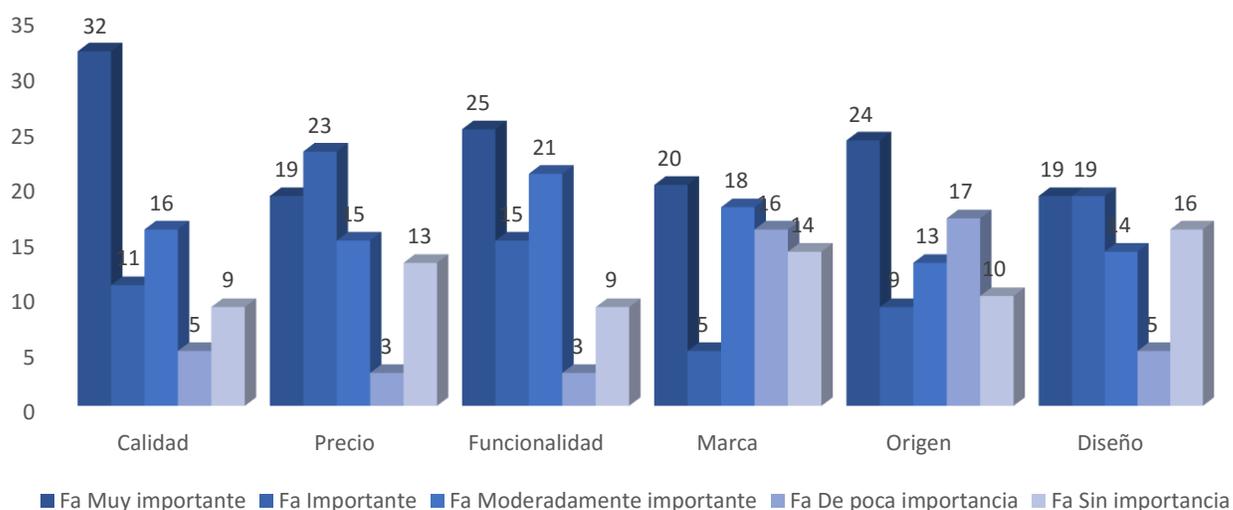
Código	Opciones	Fa Muy importante	Fa Importante	Fa Moderadamente importante	Fa De poca importancia	Fa Sin importancia	Fr %
a	Calidad	32	11	16	5	9	73
b	Precio	19	23	15	3	13	73
c	Funcionalidad	25	15	21	3	9	73
d	Marca	20	5	18	16	14	73
e	Origen	24	9	13	17	10	73
f	Diseño	19	19	14	5	16	73
	Total	139	82	97	49	71	100.00%

Tabla 47

Frecuencia porcentual de pregunta 5, encuesta a consumidores

Opciones	Fa Muy importante	Fa Importante	Fa Moderadamente importante	Fa De poca importancia	Fa Sin importancia	Fr %
Calidad	44%	15%	22%	7%	12%	100%
Precio	26%	32%	21%	4%	18%	100%
Funcionalidad	34%	21%	29%	4%	12%	100%
Marca	27%	7%	25%	22%	19%	100%
Origen	33%	12%	18%	23%	14%	100%
Diseño	26%	26%	19%	7%	22%	100%
Total	73					100.00%

Gráfico No. 31 *Nivel de importancia en factores de los muebles*



Interpretación:

El 44% de las respuestas para el factor calidad lo valoran como muy importante, el 22% lo valoran como moderadamente importante, para el factor precio, el 32% lo valoran como Importante y el 26% como muy importante; para el factor funcionalidad el

Análisis:

Al identificar los resultados puede inferirse que en cuanto a gustos y preferencias de los consumidores italianos el factor más importante que valoran para adquirir un mueble para el hogar es la calidad, seguido

34% lo resalta como muy importante, el 29% por la funcionalidad, posteriormente el origen como moderadamente importante; para el factor marca el 27% lo considera muy importante, el 22% lo considera poco importante, para el 23% de las respuestas para el factor origen lo consideran muy importante, el 26% valora como muy importante el factor diseño, el 26% lo valora como importante, solo el 7% considera que es de poca importancia.

Pregunta 6: Precio a pagar por un mueble de madera utilizado en cocina

Tabla 48

Frecuencia pregunta 6, encuesta a consumidores italianos

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	€400-€500	25	34%
b	€500-€600	18	25%
c	€600-€700	18	25%
d	más de €700	12	16%
Total		73	100.00%

Gráfico No. 32 *Precio a pagar por un mueble de madera utilizado en cocina*



Interpretación:

Los resultados obtenidos muestran que el 34% respondió que pagaría €400-€500 por un mueble para cocina, los rangos €500-€600 y €600-€700 obtuvieron el 25% de las respuestas respectivamente, el 16% restante está dispuesto a pagar más de €700.

Análisis:

Los resultados muestran porcentajes muy cercanos en relación a los rangos de precios, el mayor aceptado es el precio más bajo, con esfuerzos de marketing los muebles para cocina, pueden ser comercializados hasta a €700.

Pregunta 7: Precio a pagar por un mueble de madera para utilizar en sala de estar

Tabla 49

Frecuencia de pregunta 7, encuesta a consumidores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	€600-€700	18	25%
b	€800-€900	24	33%
c	€1000-€2000	20	27%
d	más de €2000	11	15%
Total		73	100.00%

Gráfico No. 33 *Precio a pagar por un mueble de madera para utilizar en sala de estar*



Interpretación:

El 33% de los encuestados está dispuesto a pagar en el rango de €800-€900, el 27% está dispuesto a pagar un rango de €1000-€2000, el 25% está dispuesto a pagar el rango de €600-€700 y el 15% restante está dispuesto a pagar más de €2000.

Análisis:

Los consumidores italianos están dispuestos a pagar un precio alto para adquirir muebles para la sala de estar, esto representa resultados positivos por el precio de los muebles de mimbre.

Pregunta 8: Precio a pagar por un mueble de madera para utilizar en dormitorio

Tabla 50 Frecuencia pregunta 8, encuesta a consumidores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	€400-€500	22	30%
b	€500-€600	19	26%
c	€600-€700	17	23%
d	más de €700	15	21%
Total		73	100.00%

Gráfico No. 34 Precio a pagar por un mueble de madera para utilizar en dormitorio**Interpretación:**

El 30% de los encuestados está dispuesto a pagar en el rango de €400-€500, el 26% está dispuesto a pagar un rango de €500-€600, el 23% está dispuesto a

Análisis:

Los resultados obtenidos muestran que se tiene control de precios para los muebles para dormitorio, debido a que los resultados entre los

pagar el rango de €600-€700 y el 21% restante está dispuesto a pagar más de €700.

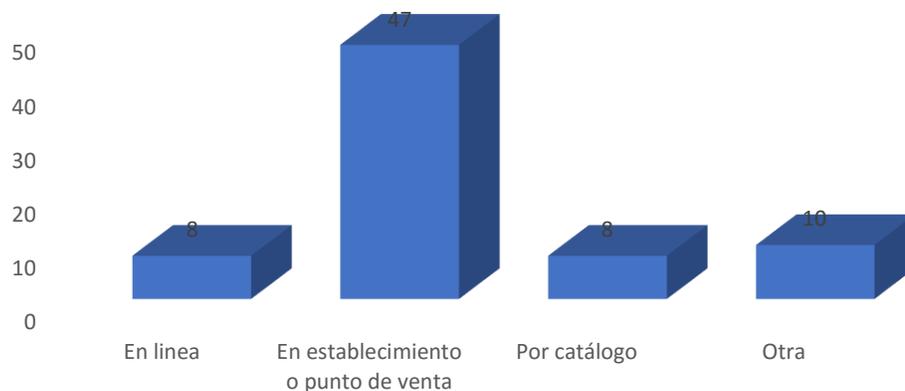
diferentes rangos son poco diferenciados, los consumidores podrían estar dispuestos a pagar desde €400 hasta más de €700.

Pregunta 9: Medio por el que realiza la compra

Tabla 51 Frecuencia pregunta 9, encuesta a consumidores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	En línea	8	11%
b	En establecimiento o punto de venta	47	64%
c	Por catálogo	8	11%
d	Otra	10	14%
	Total	73	100.00%

Gráfico No. 35 Medio por el que realiza la compra



Interpretación:

El 64% de los resultados seleccionaron que adquieren muebles en establecimiento o punto de venta, el 11% seleccionó que, en línea, otro 11% seleccionó por catálogo, y el 14% restante seleccionó "Otro".

Análisis:

Al identificar el medio por el que se realiza la compra de muebles en Italia, la forma en que en mayoría se adquieren muebles es en el punto de venta, esto permite identificar el canal de distribución para la comercialización de muebles. Cabe destacar

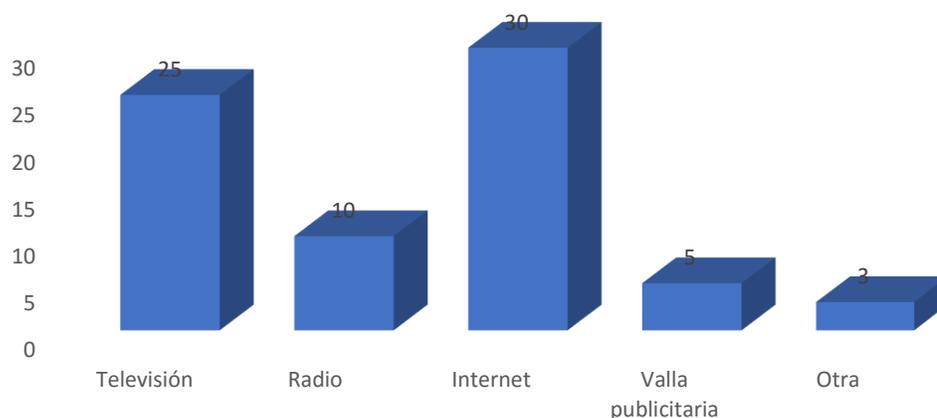
que para la respuesta “Otra” los consumidores destacan que adquieren muebles con un minorista de confianza, con artesanos o por ventas personales.

Pregunta 10: Medio por el que se entera de que existen muebles de madera en el mercado

Tabla 52 Frecuencia pregunta 10, encuesta a consumidores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Televisión	25	34%
b	Radio	10	14%
c	Internet	30	41%
d	Valla publicitaria	5	7%
e	Otra	3	4%
Total		73	100.00%

Gráfico No. 36 Medio por el que se entera de que existen muebles de madera en el mercado



Interpretación:

El 41% de los encuestados seleccionó internet, el 34% televisión, el 14% radio, el 7% valla publicitaria y el 4% restante seleccionó “Otro”.

Análisis:

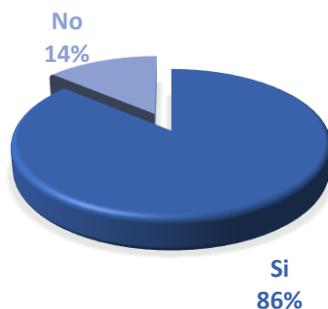
La forma más común y eficaz para dar a conocer lo muebles de madera y mimbre a los consumidores italianos es internet, entre las respuestas de “otro” se encuentran catálogo, boca a boca y por medio de artesanos.

Pregunta 11: Conocimiento de trabajo artesanal

Tabla 53 Frecuencia pregunta 11, encuesta a consumidores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	63	79%
b	No	10	21%
Total		73	100.00%

Gráfico No. 37 Conocimiento del trabajo artesanal



Interpretación:

El 79% de los consumidores italianos indicaron que Sí conocen el trabajo artesanal, el 21% indicó que no lo conoce.

Análisis:

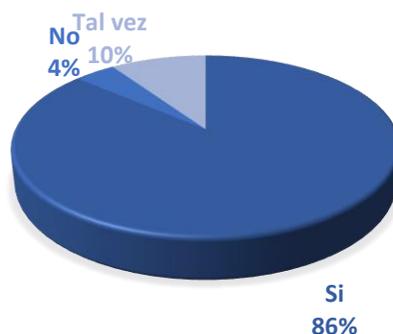
La mayoría de consumidores italianos conocen el trabajo artesanal esto permite que los muebles de madera y mimbre se comercialicen bajo ese concepto.

Pregunta 12: Disposición para adquirir muebles artesanales

Tabla 54 Frecuencia de pregunta 12, encuesta a consumidores

Código	Opciones	Fa	Fr %
a	Si	63	86%
b	No	3	4%
c	Tal vez	7	10%
Total		73	100.00%

Gráfico No. 38 Disposición para adquirir muebles artesanales



Interpretación:

El 86% de los encuestados responde que Sí está dispuesto a adquirir muebles elaborados de forma artesanal, el 4% define que no, mientras que un 10% respondió que tal vez.

Análisis:

Los resultados muestran que los consumidores italianos esta dispuestos a adquirir muebles elaborados de forma artesanal, por otra parte, el 7% que expresa duda representa un mercado potencial que puede ser convencido con acciones de marketing.

11. PROPUESTA DISEÑO DE PLAN DE EXPORTACIÓN HACIA ITALIA

11.1 Objetivos

11.1.1. Objetivo general.

Diseñar un Plan de exportación de muebles de madera y mimbre elaborados en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate, hacia Italia, que funcione como una herramienta precisa para la comercialización en el mercado italiano.

11.1.2. Objetivos específicos.

Establecer los elementos logísticos que intervienen en el proceso de exportación de muebles de madera y mimbre al mercado italiano a fin de diseñar un plan de exportación de los mismos.

Definir estrategias de mezcla de marketing internacional para la comercialización de muebles de madera y mimbre en el mercado italiano.

11.2 Justificación de la propuesta

El diseño de plan de exportación de muebles de madera y mimbre que se elaboran en Nahuizalco, tiene como propósito brindar una herramienta precisa para la internacionalización de dichos muebles que se elaboran de forma artesanal, facilitando la creación de relaciones comerciales internacionales, apoyándose mediante la ley de fomento, Protección y Desarrollo del sector artesanal en su artículo 2, literal d) que cita “Facilitar la inserción y participación del sector artesanal en los mercados nacionales e internacionales”, así como, en su artículo 29.

El municipio de Nahuizalco ubicado en el departamento de Sonsonate es nacionalmente conocido por su valor cultural, resaltado a través de la danza, sus costumbres, ruta turística, su población y sus artesanías decorativas y utilitarias, en este último rubro se caracteriza el uso de fibras naturales como mimbre, junco y tule, así como, los muebles de madera elaborados de forma artesanal, con diseños y acabados particulares que se han transferido a través del tiempo de generación en generación.

Los muebles de madera y mimbre poseen un alto potencial de venta por el diseño y originalidad que poseen. En ese sentido es importante destacar que los productores artesanales no están aprovechando al máximo el valor de dichos muebles para fortalecer al municipio y mejorar sus ingresos, en su mayoría carecen de conocimientos logísticos para comercializar en mercados internacionales y requieren de capacitación para lograr acceder a nuevos mercados para fortalecer al sector.

El diseño de una herramienta para exportación de muebles permite plasmar de primera mano, el proceso para realizar la exportación, así mismo, presenta la documentación necesaria y los pasos que deben realizarse para inscribirse como exportador y brinda un conjunto de estrategias de marketing que contribuyan a comprender el curso a seguir para comercializar muebles en el mercado italiano, con el aprovechamiento del Acuerdo de Asociación de Centroamérica con la Unión Europea.

11.3 Alcance de la propuesta

La propuesta comprende los pasos para realizar la exportación de muebles de madera y mimbre, no aplica para artesanías decorativas, aplica para el sector de productores artesanos de muebles de madera y mimbre en el municipio de Nahuizalco, Sonsonate, comprendiendo desde el diagnóstico de la situación actual de sector hasta la proyección financiera para la exportación.

11.4 Importancia de la propuesta

Para el sector

- ✓ Facilita la inserción de sus productos a mercados internacionales permitiendo incrementar la cuota de mercado.
- ✓ Contribuye en la organización del sector para propiciar espacios que promuevan la internacionalización de los muebles de madera y mimbre.
- ✓ Muestra los aspectos necesarios en que debe trabajarse para lograr acceder al mercado italiano.
- ✓ Incrementar ingresos a largo plazo con la comercialización efectiva en Italia.
- ✓ Adquirir experiencia para exportar

Para el país

- ✓ Fortalecer la imagen de El Salvador mediante la internacionalización de productos
- ✓ Aprovechamiento del Acuerdo de Asociación de Centroamérica con la Unión Europea.
- ✓ Valor positivo en la Balanza Comercial

11.5 Esquematación del plan de exportación

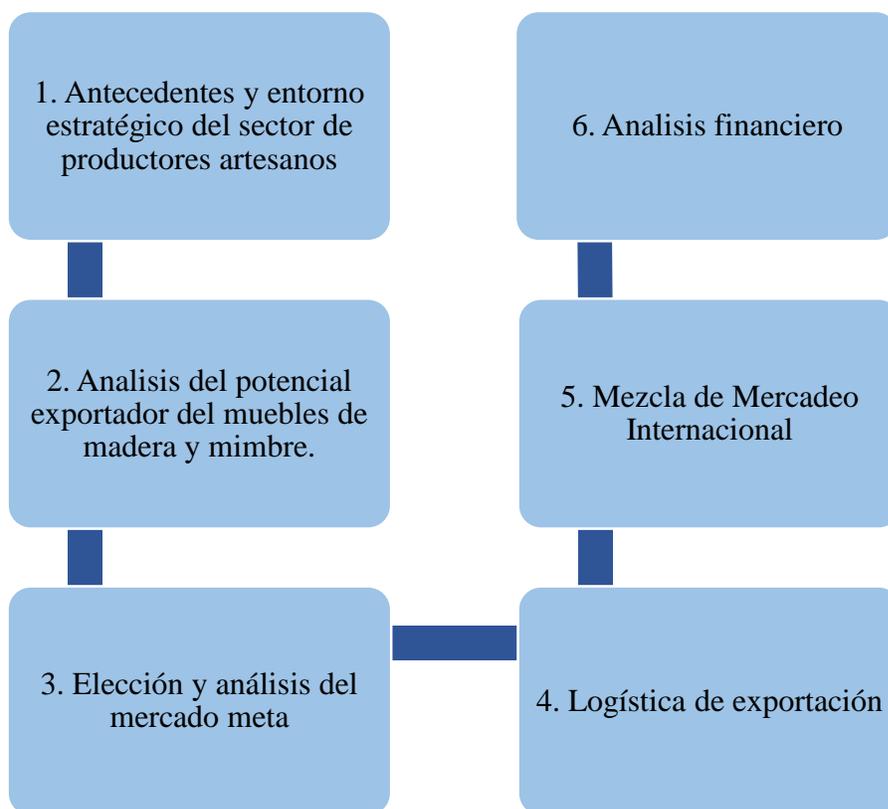


Figura 7 Esquema del plan de exportación

1. Antecedentes y entorno estratégico de productores artesanos: Dentro de este apartado se incluyen las generalidades del sector, así como, el diagnóstico de la situación actual en términos comerciales, mercadológicos, de producción y parte de situación financiera, para ello, se presentan análisis con las herramientas FODA, Análisis PESTLE y Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter aplicado para la comercialización de muebles de madera y mimbre en Italia.
2. Análisis del potencial exportador de muebles de madera y mimbre: En este punto se presenta la descripción técnica de los muebles, las barreras arancelarias y no arancelarias que deben cumplirse para ingresar al mercado italiano, sus ventajas competitivas, perfil del cliente italiano específicamente para Milán, Lombardía y Venecia, Véneto, así como, los pasos a seguir para inscribirse como exportadores.

3. Elección y análisis del mercado meta: Se presentan las razones de seleccionar el mercado italiano como cliente potencial para la comercialización de muebles de madera y mimbre y el análisis del mercado incluyendo aspectos cualitativos y cuantitativos.
 4. Logística de exportación: Se destacan los aspectos relacionados al transporte internacional, documentación necesaria para exportar, datos relacionados al producto para el transporte internacional, información de tipos de contratos y formas de pago posibles en medios internacionales.
 5. Mezcla de Mercadeo Internacional: Se establecen las estrategias planteadas para muebles de madera y mimbre, la forma de entrar al mercado en términos de promoción, el canal de distribución propuesto, y los diferentes precios con que puede negociarse la comercialización de los productos.
 6. Análisis Financiero: Se muestran el presupuesto y las proyecciones de costos y ventas, así como, flujo de efectivo de acuerdo a las propuestas del plan de exportación.
- 11.6 Antecedentes y diagnóstico de sector de productores artesanales de muebles de madera y mimbre
- 11.6.1. Generalidades del sector artesanal de Nahuizalco
- a) Talleres artesanales que elaboran muebles de madera y mimbre en Nahuizalco

Nahuizalco es reconocido nacionalmente por su amplio aporte cultural, constituye uno de los más fuertes núcleos indígenas, de igual manera por conservar sus costumbres, tradiciones e historia, a su vez, por su gastronomía y su amplia riqueza cultural, en la actualidad se caracteriza por la variedad de talleres artesanales que se encuentran en él y la comercialización de muebles de madera y fibras naturales, entre ellas mimbre, junco y tule, sin embargo, los talleres artesanales que elaboran muebles de madera representan aproximadamente el 60%, el otro 40% elaboran artesanías únicamente con fibras naturales, como las mencionadas anteriormente.

a) Historia

El sector artesanal de Nahuizalco tiene más de 50 años de elaborar muebles de madera y mimbre, las microempresas actuales tienen una trayectoria dentro del rango de 10 a 50 años, actualmente solo existe un taller que elabora muebles antiguos con tallados hechos a mano, los demás, elaboran muebles tradicionales.

b) Estructura organizativa

En su mayoría los talleres artesanales de Nahuizalco, carecen de una estructura definida, la producción de muebles se realiza entre todos los carpinteros que participan en el proceso quienes en su mayoría son hombres, por otra parte, existen pocos negocios que además de talleres cuentan con salas de ventas, donde participan mujeres.

Son consideradas micro y pequeñas empresas, existen talleres que poseen únicamente 3 personas laborando quienes se encargan de la producción y la venta; los talleres mejor organizados poseen un rango de 10 a 12 personas; entre ellos vendedores y productores, las actividades administrativas, en su mayoría son realizadas por el propietario o por un delegado de confianza.

c) Ubicación geográfica

Los talleres artesanales se ubican en el Municipio de Nahuizalco, Sonsonate. Esta limitado por los siguientes municipios: al Norte, por Chalchuapa (depto. de Santa Ana), Juayua y Salcoatitán; al Este, por Izalco y Sonzacate; al Sur, por Sonsonate y San Antonio del Monte; al Oeste, por Santa Catarina Masahuat.

d) Productos

La mezcla de productos que se elaboran y comercializan en Nahuizalco, se categorizan como muebles para el hogar, a su vez pueden dividirse en tres grandes líneas de productos, muebles para sala de estar, muebles para cocina y muebles para dormitorio, a continuación, se muestra la oferta de productos de los productores artesanos de Nahuizalco:



Figura 8 Muebles para sala de estar



Figura 9 Muebles para cocina



Figura 10 Muebles para dormitorio

e) Proceso de producción de muebles de madera y mimbre

En el proceso de producción se describe la transformación de materias primas y materiales directos a fin de obtener un producto terminado listo para la venta.

❖ Herramientas utilizadas en el proceso

Cabe destacar que en los productos artesanales no se hace uso de maquinarias para producir en masas, si no de herramientas que contribuyan y faciliten el trabajo manual de los artesanos. Para el proceso de producción de los muebles de madera y mimbre se utilizan las herramientas que se detallan a continuación:

Cuadro No. 7 *Herramientas utilizadas para producción de muebles de madera y mimbre*

Nombre	Descripción
Sierra circular	Se utiliza para cortar la madera
Sierra de cinta	Funciona para realizar las curvas en la madera

Nombre	Descripción
Sierra de vuelta	Funciona para realizar cortes curvos en madera de forma manual
Taladro	Para abrir agujeros en la madera
Rooter	Se utiliza para realizar molduras
Sacadora de grueso	Con esta herramienta se pone el grosor de madera adecuado al mueble.
Torno	Se utiliza para las formas cilíndricas de madera.
Gurbia	Se utiliza para realizar las molduras en las piezas de madera.
Mazo de madera	Funciona para golpear las piezas que se están uniendo
Lima (Cola de garrobo)	Se utiliza para desbastar, hacer canales y espigas
Cepilladora	Se utiliza para alisar la madera y que su textura no tenga capas rústicas del árbol.
Cepillo eléctrico	Se utiliza para alisar la madera y que su textura no tenga capas rústicas del árbol.
Serrucho	Se utiliza para cortar trozos pequeños de madera.
Pulidora	Es utilizada para quitar todas las asperezas de la madera y también para dar acabados finos a la madera.
Compresor	Sirve para aplicar la pintura en los muebles.

Fuente (Escobar, Guerra y López, 2010)

A continuación, se detalla el proceso de producción de muebles de madera y mimbre:

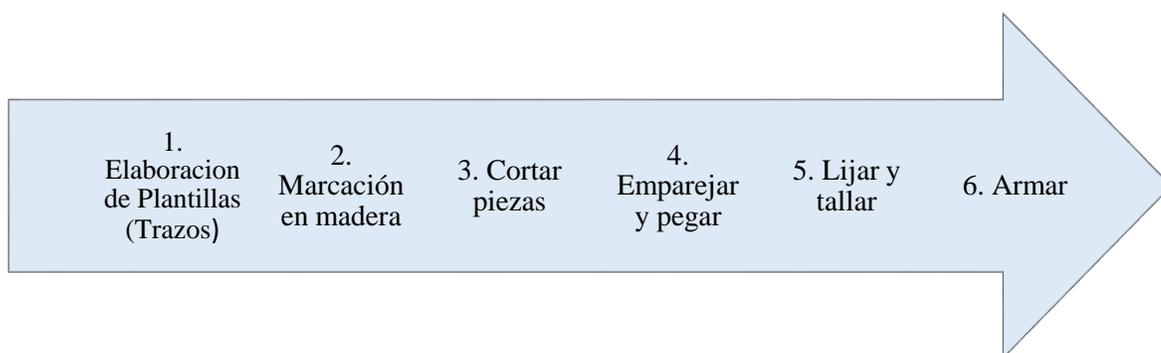


Figura 11 Proceso de elaboración de muebles de madera

Fuente: Elaboración propia

1. Elaboración de plantilla (Trazo)

Para iniciar el proceso de elaboración de muebles los artesanos elaboran un “trazo” en cartón, de acuerdo al pedido solicitado por el cliente, donde se establece el diseño y la medida del mueble que pretenden elaborar.

2. Marcación en madera

La marcación en madera se realiza previamente al corte y funciona para trazar las líneas del diseño hecho en cartón u otro material más fácil de manejar, con ello se establecen las medidas directamente en la madera, esto funciona para hacer cortes de piezas exactas, cabe destacar, que los carpinteros artesanales saben que medidas utilizar para cada producto de acuerdo a su experiencia

3. Cortar piezas

Este paso se realiza con la sierra de cinta que se utiliza para cortar la madera de acuerdo a la plantilla elaborada previamente, esta sierra funciona para contornear las piezas, una vez cortadas las piezas, se realiza el control de plagas, cubriendo cada pieza con comejenol que es un insecticida y fungicida para madera, luego se deja reposar alrededor de 24 horas

4. Emparejamiento y pegar

Posteriormente cuando ya están las piezas cortadas se hace el emparejamiento de ellas, uniéndolas para darle forma a piezas más grandes listas para ser ensambladas, es importante mencionar que en esta etapa se requiere que las piezas estén estrictamente a la medida, es necesario ejercer fuerza para que se emparejen a presión antes de pegar después de haber emparejado las piezas y darle forma al mueble, se realiza el pegado con pega para madera.

5. Lijar y tallar

Después de haber pegado las piezas se lijan para alisar la madera y emparejar la superficie a una misma textura, esto es necesario para realizar el tallado, independientemente del diseño, el tallado se realiza con herramientas llamadas guidas.

6. Armar

El último paso es armar o ensamblar cada una de las piezas terminadas, para ello se utilizan tornillos y pernos de diferentes tamaños dependiendo del tamaño del mueble. Para el caso de muebles con mimbre, el trenzado se coloca de una vez en la base de madera, después de ello, se hace una mezcla de pegamento con agua para verterlo sobre el mimbre, de tal forma que la textura de este tenga mejor firmeza. Finalmente, se barnizan los muebles.

f) Comercialización

La comercialización se realiza por medio de salas de venta, y directamente en los talleres, sus principales clientes son turistas internos y extranjeros que frecuentan la zona en fines de semana y días festivos, puesto que Nahuizalco forma parte de los principales circuitos turísticos de El Salvador. Generalmente sus clientes realizan pedidos con una cantidad exacta de productos, la forma de pago es en un 90% del sector en efectivo y en un 10% por medio de transferencias bancarias.

g) Promoción

Aproximadamente el 20% de los carpinteros artesanos cuentan con catálogos que muestran en sus salas de ventas, ese mismo 20% coincide en que poseen páginas de Facebook como una forma de contactar con clientes, sin embargo, estas páginas carecen de gestión idónea para que funcionen como un medio efectivo de publicidad digital, cabe destacar que el contacto con el cliente lo realizan vía WhatsApp.

En relación a publicidad únicamente cuentan con rótulos en la entrada del establecimiento, carecen de un presupuesto dirigido a dichos efectos. Su principal publicidad es el factor boca a boca que ha permitido su reconocimiento de forma nacional.

h) Proveedores

La madera utilizada para la elaboración de muebles, es obtenida del departamento de Sonsonate, de Izalco o Nahuizalco, así como las fibras naturales como junco y tule, el mimbre es importado desde Honduras, los demás materiales directos se obtienen en ferreterías.

11.7 Análisis interno para el sector artesanal que elaboran muebles de madera y mimbre en Nahuizalco

Se presenta un análisis de las Fortalezas y Debilidades del sector artesanal del municipio de Nahuizalco, Sonsonate; elaborado mediante la información obtenida en la entrevista a

CEDART (CONAMYPE) y a la Alcaldía de Nahuizalco, así como, la encuesta realizada a los productores artesanos del municipio de Nahuizalco

a) Fortalezas y debilidades

Cuadro No. 8 *Análisis interno (Fortalezas y Debilidades)*

Fortalezas:	Debilidades:
<ul style="list-style-type: none"> • Diseños y acabados autóctonos en donde se representa cultura e historia de Nahuizalco. • Habilidades y destrezas de los carpinteros artesanos para las técnicas de trenzado en mimbre. • Clientes extranjeros y nacionales • Alta capacidad de producción • Existen productores artesanos localizados que poseen experiencia exportadora. • Disposición de adaptar los muebles a exigencias de mercados internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de controles de costos e ingresos • Poco uso de herramientas de promoción • Falta de control de inventarios • En su mayoría carecen de experiencia exportadora • Falta de conocimientos empresariales • Desconocimiento del valor agregado de los muebles de madera y mimbre. • Baja Innovación • En su mayoría los muebles no cuentan con una marca o distintivo.

11.8 Análisis externo para el sector artesanal que elaboran muebles de madera y mimbre en Nahuizalco

Se presenta un análisis de las Oportunidades y Amenazas, así como, el análisis PESTLE y las cinco fuerzas de Michael Porter del sector artesanal del municipio de Nahuizalco, Sonsonate; elaborado mediante la información obtenida en la entrevista a CEDART (CONAMYPE) y a la Alcaldía de Nahuizalco, así como, la encuesta realizada a los productores artesanos del municipio de Nahuizalco e investigación de fuentes secundarias.

b) Oportunidades y Amenazas

Cuadro No. 9 *Análisis externo (Oportunidades y Amenazas)*

Oportunidades:	Amenazas:
<ul style="list-style-type: none"> • Nahuizalco forma parte de los principales circuitos turísticos de la zona occidental de El Salvador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos sustitutos elaborados en materiales diferentes como plástico y maderas prensadas. • Delincuencia

- Nahuizalco es el primer municipio con una marca municipal a nivel nacional.
- Existen Instituciones de apoyo enfocadas al sector artesanal
- La ley de fomento, protección y desarrollo del sector artesanal en su art. 2, literal d) promueve la inserción de artesanías en mercados internacionales.
- Instituciones gubernamentales de apoyo al sector de artesanos.
- Pérdida de identidad cultural por nuevas tendencias.
- Interés de las nuevas generaciones en continuar con las costumbres y aprendizajes relacionados a la elaboración de muebles.
- La poca innovación en procesos productivos

c) Herramienta de análisis externo PESTLE

El análisis se realiza, con el objetivo de conocer la situación política, económica, social, tecnológica, legal y ecológica de los productores artesanales, que depende de situaciones ajenas a la empresa que pueden afectarla o que ya lo están haciendo.



Figura 12 Análisis PESTLE

Cuadro No. 10 *Análisis PESTLE*

Factor de Análisis	Análisis
Político	<ul style="list-style-type: none"> • La tasa de desempleo, que ha estado aumentando desde la crisis financiera mundial, se redujo de 11,3% en 2017 a 10,8% en 2018. • La actividad industrial del país se concentra en la parte norte del país, incluidas ciudades como Turín, Milán y Venecia. Gran parte de la industria italiana está compuesta por pequeñas y medianas empresas familiares, y la mayoría de las empresas industriales italianas tienen menos de 50 empleados. • Italia es el mayor exportador mundial de artículos de lujo (ropa, automóviles, etc.). Otras industrias italianas importantes incluyen maquinaria de precisión, vehículos motorizados, productos químicos, productos farmacéuticos, artículos eléctricos, moda y ropa.
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Italia es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2018 fue de 2.380.306 millones de euros (2634,54 dólares de los Estados Unidos de América), con una deuda del 134,8% del PIB está entre los países con más deuda respecto al PIB del mundo. • El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Italia, en 2018, fue de 29.220€ euros (equivalente a \$32,34), por lo que se encuentra en el puesto 29 de los 196 países del ranking de PIB per cápita.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de redistribución de la recuperación económica. El 87,3% de los italianos de los grupos sociales populares considera difícil subir en la clase social, como lo piensan el 83,5% de las personas incluidas en las clases medias y el 71,4% de los grupos más adinerados. • El empleo en Italia parece presentar una ligera mejora. Según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas (ISTAT) a primeros de diciembre, sobre el mercado de trabajo, desde el punto de vista de la demanda de empleo en el tercer trimestre de 2017 el empleo presenta un nuevo crecimiento coyuntural • Existe una mayor apertura por parte de los consumidores italianos desde 2012 para los muebles de madera. • El repunte de la economía genera un incremento en los nuevos créditos para cubrir el gasto de los hogares que son personas adultas en se mayoría de entre 25 años - 69 años quienes lo utilizan para adquirir bienes duraderos, siendo los muebles de madera (debido a su calidad en materia prima y proceso de fabricación) catalogados en este tipo de productos.

Factor de Análisis	Análisis
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • La evolución de la tecnología en el país de Italia se está centrando de un modelo industrial tradicional, a uno más flexible y avanzado, prestando cada vez más atención a los aspectos tecnológicos en sectores como la fabricación de maquinaria y la robótica. • La adaptación de nuevas tecnologías es rápida, y hoy en día, el 40% de los fabricantes italianos usan impresoras 3D, y el 25% robots en sus procesos industriales. Estos logros se han conseguido a pesar de que la estructura empresarial predominante es la pequeña y mediana empresa.
Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Ley aplicable a los contratos y a los métodos para la resolución de conflictos. Italia ha firmado el Convenio de las Naciones Unidas sobre Contratos para la Venta Internacional de Bienes. El sistema legal italiano resulta complicado para un extranjero, es preferible por tanto elegir una ley internacional o un sistema arbitral de resolución de conflictos. • Dentro de la Legislación nacional y acuerdos internacionales de Italia se tiene: Derechos de propiedad intelectual (Ley sobre los derechos de autor del 2000), Convención de Roma sobre la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión, Convenio de Berna para la protección de las Obras Literarias y Artísticas, etc.
Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe cumplir con la legislación sanitaria y de protección del medio ambiente, adoptando medidas para reducir el desperdicio y promover el reciclaje de material de empaque ya que a UE rige el Sexto Programa de Acción Ambiental (200-2010) • Para las exportaciones de productos agrícolas de origen animal o vegetal se debe cumplir con las normas sanitarias establecidas por la UE. Además, las autoridades del país por donde ingresan los productos exigen un certificado fitosanitario y tienen potestad de realizar la inspección de los embarques.

d) Cinco Fuerzas de Michael Porter

A continuación, se presenta el Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, para los productores artesanales de Nahuizalco, enfocado al mercado italiano, en el, se analizan los competidores, clientes, proveedores y productos sustitutos.

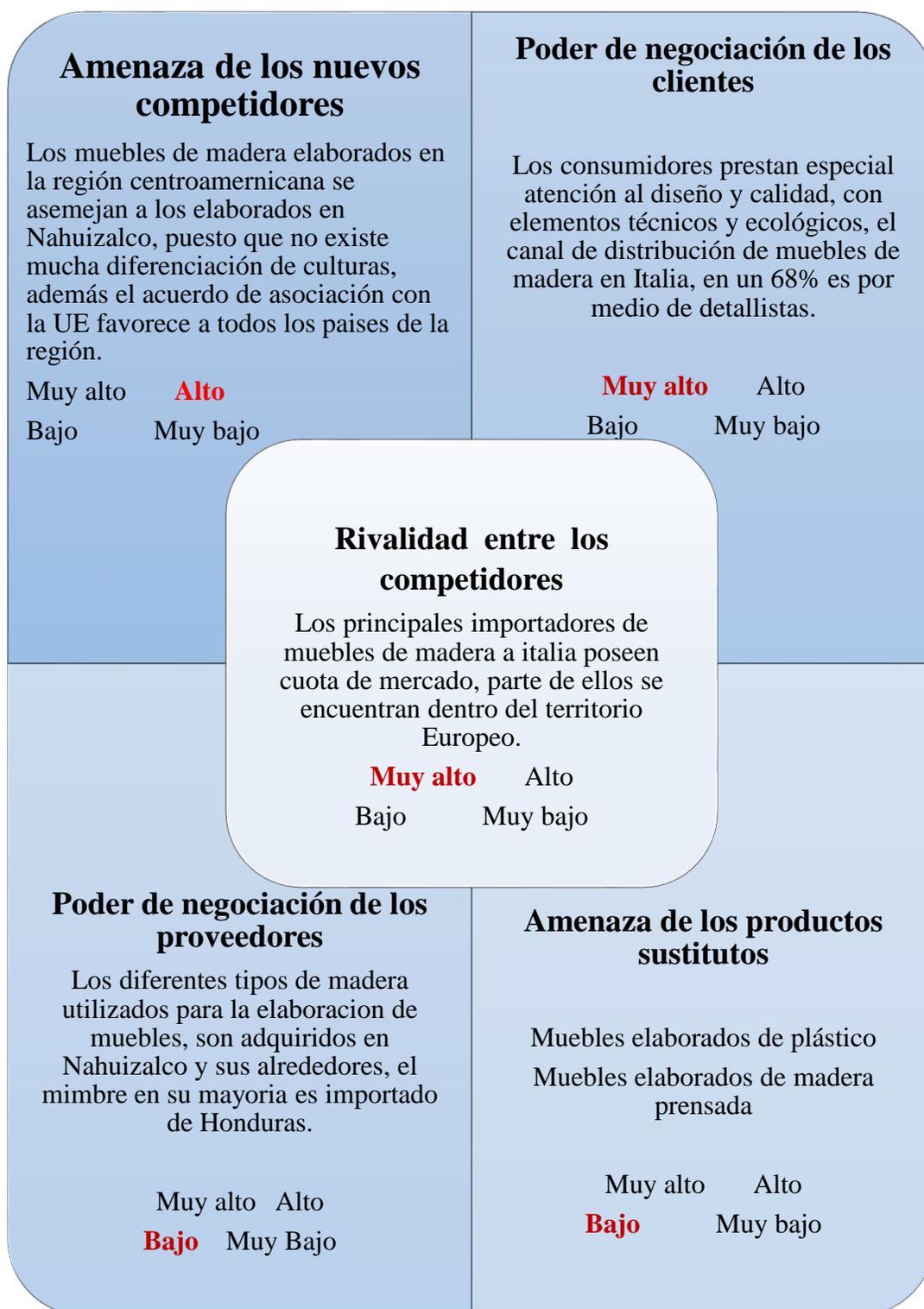


Figura 13 Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter

Fuente: Elaboración propia

11.9 Análisis del potencial exportador de muebles de madera y mimbre

Los productos descritos en este punto, constituyen los seleccionados para la realización del plan de exportación, se ha elegido un producto por cada línea (Para cocina, para dormitorio, para sala de estar).

11.9.1 Requisitos de calidad requerido para ingresar a Italia (Barreras no arancelarias)

a) Reglamento (UE) no 995/2010 del parlamento europeo y del consejo

Este reglamento establece las obligaciones de los agentes que comercializan por primera vez en el mercado interior madera y productos de la madera, así como una obligación de trazabilidad para los comerciantes.

El cumplimiento de este reglamento se realiza por medio de la presentación de un certificado CITES que debe ser emitido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador; los requisitos para solicitar el certificado se presentan en el anexo 5.

b) Requisitos fitosanitarios

Para exportar productos de origen vegetal a la UE, es necesario que cumplan con la normativa de la UE relativa a la fitosanidad, de acuerdo, al REGLAMENTO (UE) 2016/2031, con el fin de prevenir la introducción y la propagación en la UE de organismos nocivos para los vegetales y los productos vegetales. Por ello, los productos vegetales que se especifican deberán ir acompañados de un certificado fitosanitario.

c) Seguridad general de los productos

Los productores están obligados a colocar solo productos seguros en el mercado. Cuando el fabricante no está establecido en la UE, esta obligación se aplica a su representante en la UE o, en ausencia de un representante, al importador.

Un producto seguro es uno que no representa una amenaza o solo una amenaza reducida de acuerdo con la naturaleza de su uso y que es aceptable en vista de mantener un alto nivel de protección para la salud y la seguridad humana, teniendo en cuenta los siguientes puntos:

- ✓ Las características del producto, incluida su composición, embalaje, instrucciones de montaje, instalación y mantenimiento;
- ✓ El efecto en otros productos, donde es razonablemente previsible que se use con otros productos;
- ✓ la presentación del producto, el etiquetado, las advertencias e instrucciones para su uso y eliminación y cualquier otra indicación o información sobre el producto;
- ✓ las categorías de consumidores en riesgo al usar el producto, en particular niños y ancianos.
- ✓ La Directiva de seguridad general del producto establece el esquema regulatorio para determinar el cumplimiento del requisito general de seguridad en el que se consideran las Normas europeas (CEN) adoptadas para definir las especificaciones de seguridad apropiadas.

11.9.2 Ventaja competitiva

Los aspectos que se destacan en el trabajo artesanal de los muebles de madera y mimbre son los siguientes:

- ✓ Diseños exclusivos y originales, donde se representa la creatividad de los artesanos Nahuizalqueños.
- ✓ Durabilidad de los muebles, elaborados con madera de Cedro.
- ✓ Fineza en los detalles de los acabados de cada mueble.

- ✓ Conocimientos y creatividad de los artesanos en el uso de las técnicas empleadas para la elaboración de muebles

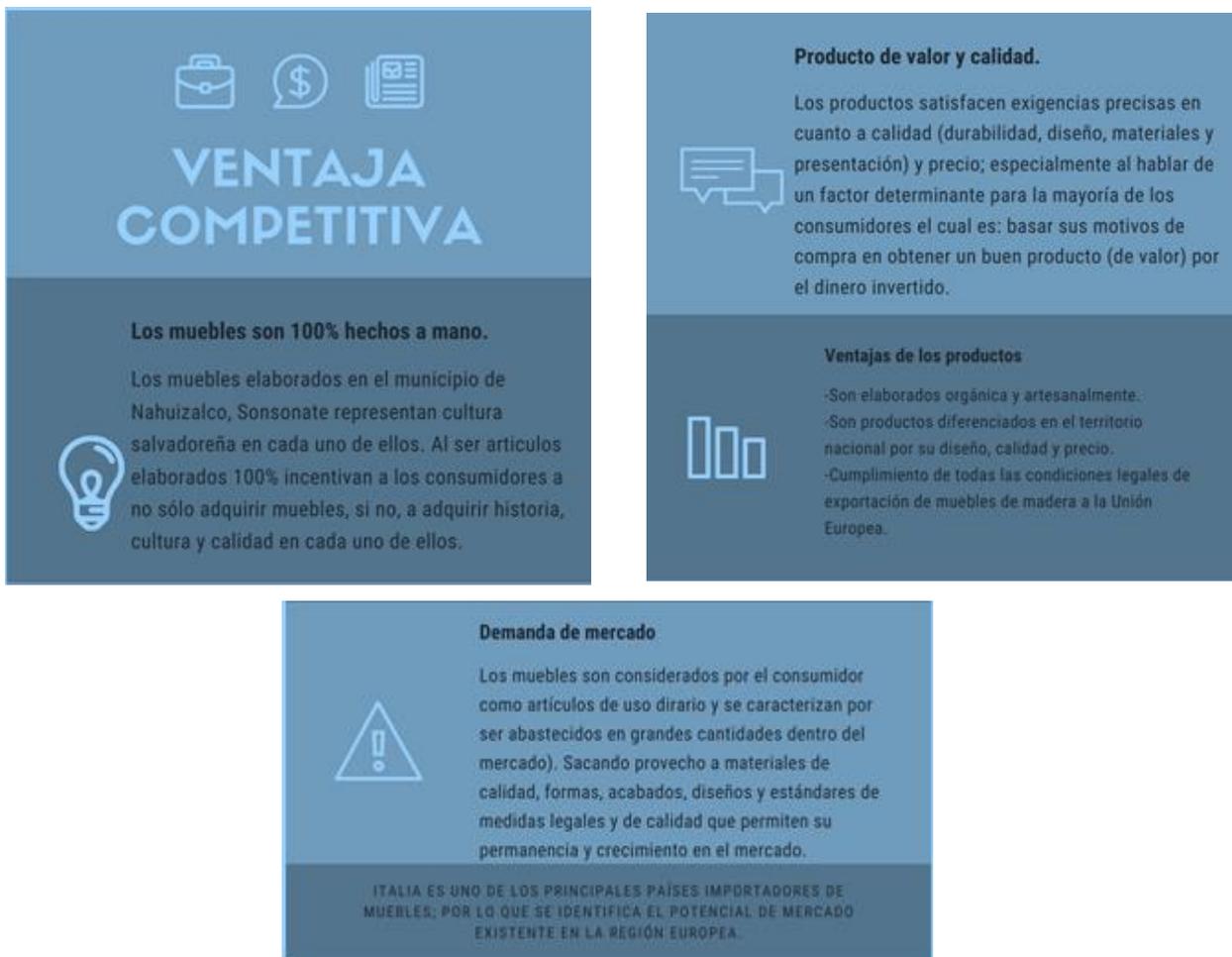


Figura 14 Ventaja competitiva de los muebles de madera y mimbre

Fuente: Elaboración propia

11.9.3 Capacidad de producción

La capacidad productiva aproximada estimada de forma mensual del sector artesanal para cada taller en un promedio es la siguiente:

Tabla 55

Producción mensual aproximada para productos de madera y mimbre

Productos	Producción mensual
Sillas para barra desayunadora	87
Comedor para seis personas	153
Alacena de dos cuerpos	163
Juego de sala de mimbre	132
Cama de madera	165
Ropero de tres puertas	87
Total	700

Fuente: Encuesta realizada a carpinteros artesanos de Nahuizalco

11.9.4 Capacidad de exportación

Las cantidades definidas para exportar se presentan en la tabla 56, con el peso en libras y kilogramos para los productos seleccionados de exportación, estas cantidades son iniciales para ingresar por primera vez al mercado italiano, sin embargo, se espera que las cantidades de exportación se modifiquen gradualmente y atiendan estacionalidades, en las proyecciones de ventas donde se muestra el comportamiento esperado.

Otro factor a destacar es que no es posible identificar cuellos de botella en la producción, puesto que los muebles de madera y mimbre son elaborados de forma artesanal, esto conlleva a que se elaboren forma individual, las cantidades dadas están para todos los productos terminados.

Tabla 56

Peso y cantidades de exportación

Producto	Peso	kg	Cantidades de exportación	Peso de exportación (kg)
Silla de comedor para 6 personas	15 Libras	6.8	30	204
Mesa de comedor para 6 personas	80 Libras	26.39	5	131.95

Producto	Peso	kg	Cantidades de exportación	Peso de exportación (kg)
Sillón individual de mimbre con cojín	25 Libras	11.34	6	68.04
Sofá largo de mimbre con cojín	70 libras	31.75	3	95.25
Mesa de mimbre con vidrio	25 Libras	11.34	3	34.02
Ropero de dos puertas	80 Libras	26.39	3	79.17
Alacena de dos puertas	60 Libras	27.22	9	244.98
Cama de madera	150 Libras	68.04	5	340.2
Silla para barra desayunadora	15 Libras	6.8	9	61.2
Total	520	216.07	73	1258.81

11.9.5 Adecuaciones al producto

a) Etiqueta

Los datos mínimos exigibles que deben contenerse en la etiqueta de muebles de madera para llegar a los consumidores italianos son los siguientes:



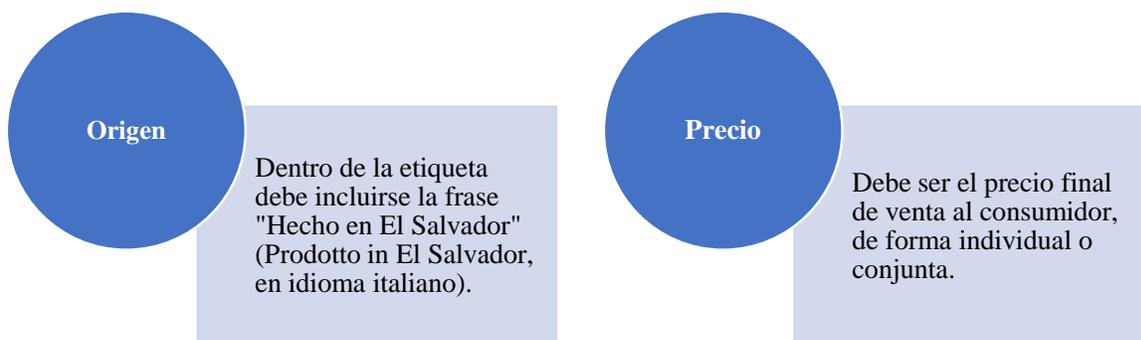


Figura 15 Información mínima que debe incluirse en el etiquetado de muebles en el mercado italiano

Fuente: (Promperu, 2015)

La información contenida en la etiqueta debe ser clara y veraz, sin inducir al error o al engaño, la información que se presente, no debe suponer confusión, además, debe advertir la peligrosidad en caso de que sea necesario. Los datos deben mostrarse en idioma italiano o inglés, para las unidades de medida se utiliza el sistema métrico nacional.

b) Empaque y embalaje

Para la exportación de muebles de madera y mimbre es necesario incluir un empaque que le brinde seguridad en el transporte de El Salvador a Italia, debido a que actualmente, el único empaque que se utiliza es stretch film, sin embargo, este no le proporciona la seguridad requerida para el transporte.

El detalle del empaque y embalaje se muestra en el punto 11.7 Mezcla de Mercadeo Internacional, Producto.

11.9.6 Estructura de costos

Las materias primas y materiales utilizados para su producción con sus respectivos costos unitarios son los siguientes:

Tabla 57

Costos Unitarios de materias primas y materiales directos.

Materias primas y materiales	Unidad de medida	Costos unitarios
Madera	Varas	\$0.90
Mimbre	Yardas	\$4.50
Pegamento	Galón	\$12.00
Barniz	Galón	\$30.00
Fungicida	Galón	\$12.00
Tornillos y pernos	Unidades	\$0.10

Fuente: Encuesta a productores

En la tabla 57 se muestran los costos de producción de forma individual y de forma total de los muebles terminados disponibles para la venta, que han sido seleccionados para la exportación.

Tabla 58

Costos de producción de muebles de madera y mimbre seleccionados para exportación

Producto	Costo de producción unitario	Cantidades de exportación	Costo de producción Total
Silla de comedor para 6 personas Mesa de comedor para 6 personas	\$250.00	5	\$1,250.00
Sillón individual de mimbre con cojín	\$100.00	6	\$500.00
Sofá largo de mimbre con cojín	\$150.00	3	\$900.00
Mesa de mimbre con vidrio	\$50.00	3	\$150.00
Ropero de tres puertas	\$150.00	3	\$450.00
Alacena de dos puertas	\$150.00	9	\$450.00
Cama de madera	\$150.00	5	\$1,350.00
Silla para barra desayunadora	\$30.00	9	\$150.00
Total	\$1,030.00	43	\$5,470.00

Fuente: Encuesta realizada a productores

11.10 Elección y análisis del mercado meta

El mercado meta seleccionado para el presente plan de exportación es Italia, ubicado en la Unión Europea, de forma específica, se aplica a la ciudad de Milán, Lombardía, Italia. Ver anexo 4

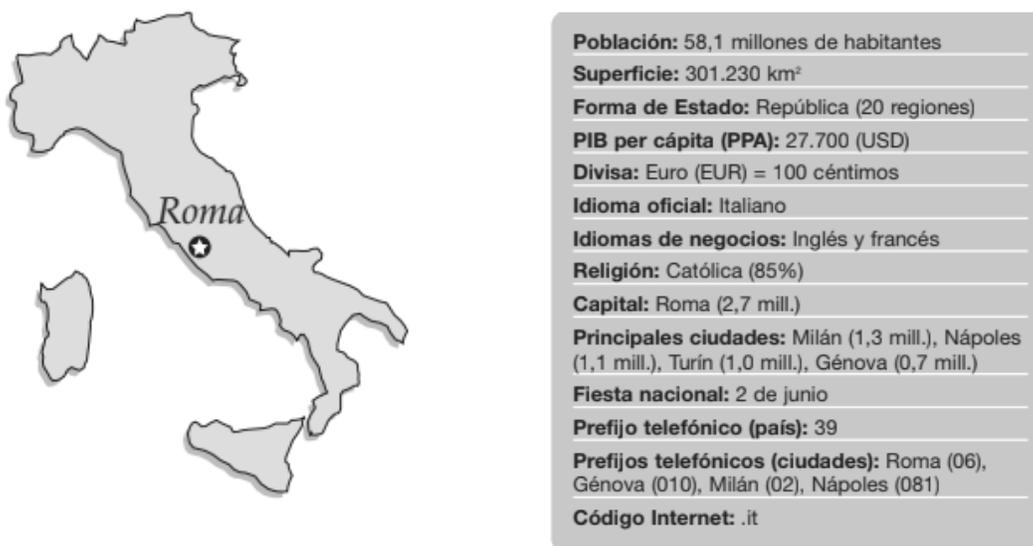


Figura 16 Datos básicos de Italia

Fuente: (García, O. 2008)



Figura 17 Datos generales de Italia

Fuente: Instituto Nacional de estadística de Italia

11.10.1 Justificación de la elección de Italia

a) Inteligencia de mercados

Para ingresar al mercado italiano, específicamente a la ciudad de Milán; se requiere tener los productos adecuados que cumplan con las demandas y expectativas de los clientes potenciales, esto se logra con productos innovadores y de alta calidad.

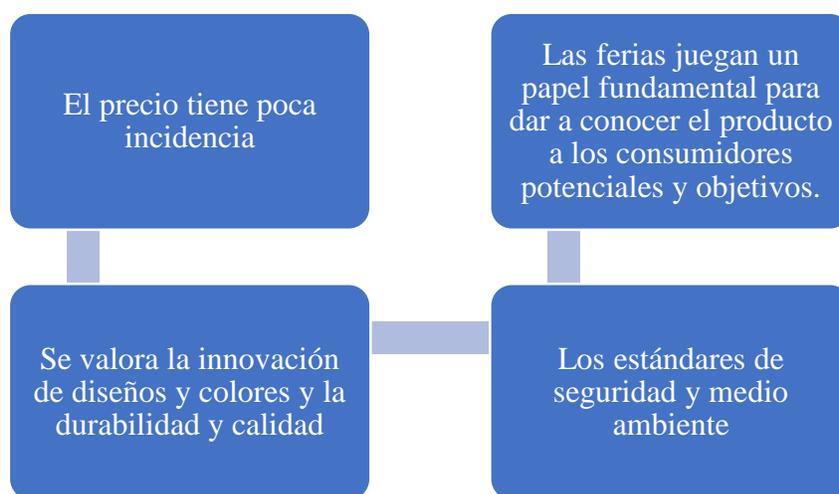


Figura 18 Aspectos importantes para ingresar a Italia

Fuente: Instituto Italiano de Estadísticas

b) Selección de mercados objetivos (Milán, Lombardía)

✓ Segmentación geográfica:

La decisión de seleccionar un tipo de consumidor por área geográfica va de la mano con las estrategias orientadas a garantizar la comercialización efectiva de los muebles de madera y mimbre que se exportan de El Salvador a Italia, debido a que en Milán residen emigrantes salvadoreños.

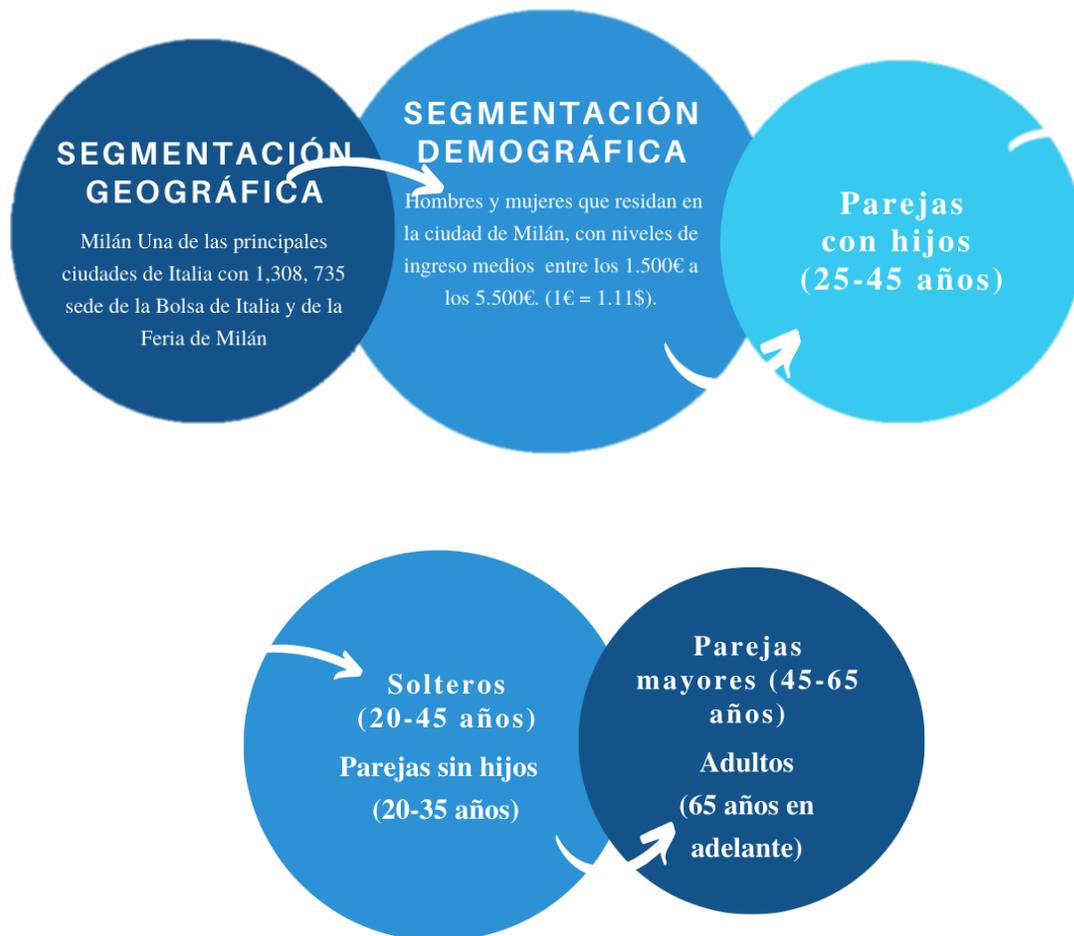


Figura 19 Segmentación de consumidores que residen e Italia

Fuente: Elaboración propia

c) Aspectos a considerar para la selección

- ✓ Existen salvadoreños emigrantes (alrededor de 12.683 emigrantes salvadoreños residen en Italia) y los consumidores valoran los diseños y la calidad de los productos, su funcionalidad más que el precio
- ✓ La industria de muebles de madera es bien aceptada en Lombardía, Italia.
- ✓ Los consumidores valoran el trabajo artesanal
- ✓ Existe tasa cero debido al acuerdo de asociación de CA y EU
- ✓ Consumidores con altos ingresos, existe estabilidad económica y estabilidad política.
- ✓ Acuerdo de Asociación con liberación de aranceles.

11.10.2 Análisis de Italia

a) Protocolo de negociación

A continuación, se describen aspectos importantes que deben tomarse en cuenta al momento de negociar con los futuros clientes de los muebles nahuizalqueños:

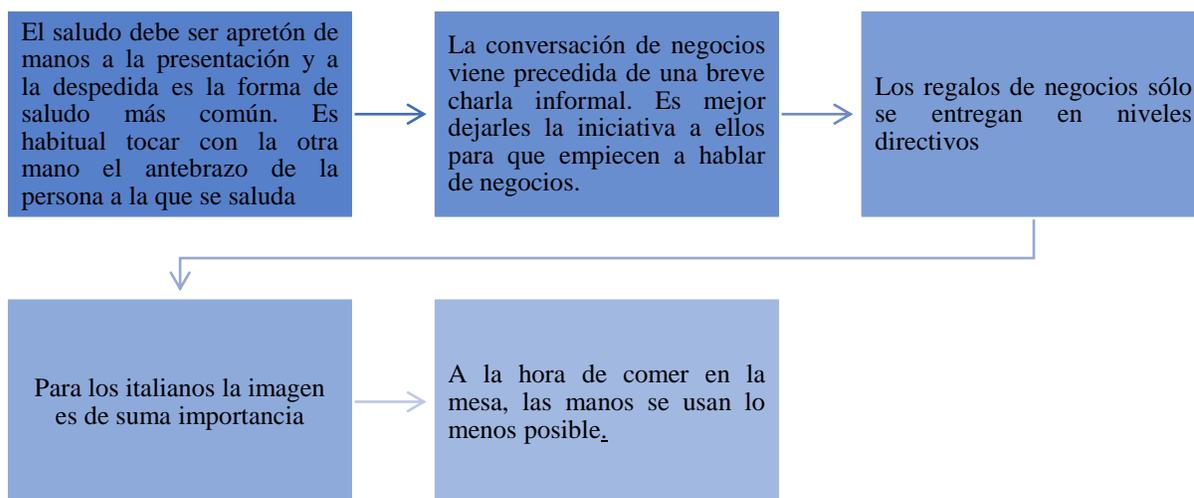


Figura 20

Normas de protocolo para hacer negocios

Fuente: (García, 2008)

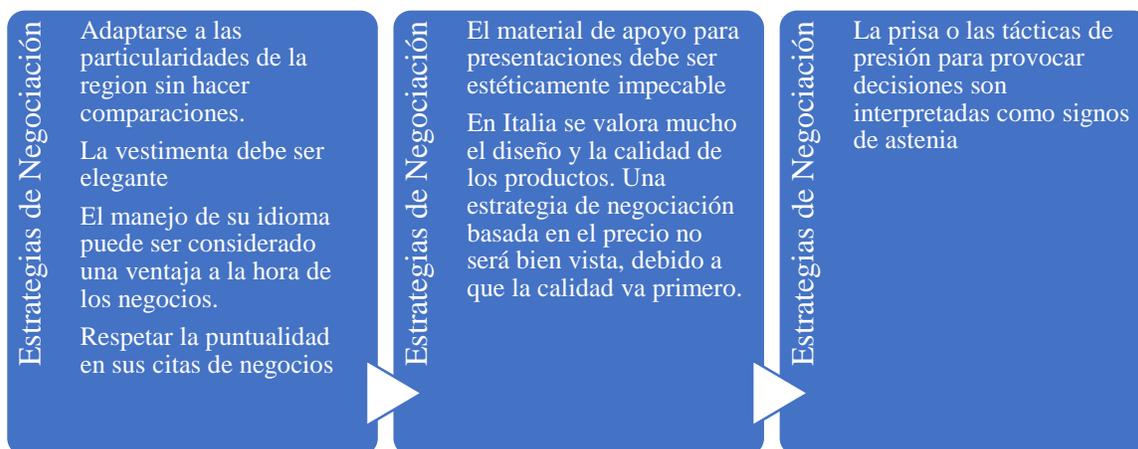


Figura 21 Estrategias de negociación

Fuente: (García, 2008)

11.11 Logística de exportación

11.11.1 Transporte internacional

a) Tipo de transporte

Para transportar los muebles de madera y mimbre a Milán, Italia es necesario realizarlo por medio de transporte internacional marítimo.

✓ Ruta

Para definir la ruta de transporte se presentan dos opciones, la primera iniciando por el puerto de salida Santo Tomás de Castilla en Guatemala y la segunda saliendo directamente del puerto de Acajutla.

Duración de transporte hacia Italia: 28 días en llegar a Lombardía, Milán, con ruta vía puerto Santo Tomás de Castilla; y aproximadamente 63 días vía puerto Acajutla.



Figura 22 Diseño de rutas (romanos vía Acajutla, árabigos, vía Santo Tomás de Castilla)

Fuente: Elaboración propia

Vía puerto Santo Tomás de Castilla

Mercadería sale de bodega de El Salvador, hacia puerto Santo Tomás de Castilla en Guatemala vía terrestre, el tiempo estimado de entrega es 3 días.

01



02

Mercadería en ruta hacia Puerto de Cartagena - Colombia, vía marítima toma 5 días.

Mercadería en dirección al puerto de Hamburgo -Alemania (llamado la Puerta al mundo de Alemania, Considerado uno de los puertos con mayores volúmenes en contenedores) vía marítima, demora 10 días.

03



04

Mercadería con destino a Italia - Génova (considerado como uno de los puertos con mayor volumen comercial), vía marítima con un periodo de tiempo de 3 días en arribar.

Mercadería de Génova a Lombardía Milán, vía terrestre 1 día.

05



Figura 23 Ruta vía puerto Santo Tomas de Castilla

Fuente: Elaboración propia

Vía puerto Acajutla



Figura 24 Ruta vía puerto Acajutla

Fuente: Elaboración propia

11.11.2 Documentos para exportación

Se debe realizar una correcta gestión de la documentación comercial y aduanera de manera que no contenga errores para evitar retrasos y gastos por permanencia de las mercancías en depósitos aduaneros a consecuencia de no subsanar errores en la documentación.

Se muestran los documentos que deben utilizarse para la exportación de los muebles:



Figura 25 Documentos para exportación

Fuente: (Programa MEDEX, 2015)

11.11.3 Incoterms

Cabe destacar, que el uso del INCOTERM depende de lo pactado entre el comprador y vendedor, sin embargo, se sugiere el uso del Incoterm FOB ® 2020.

- ✓ FOB – Franco on Board – Franco a Bordo

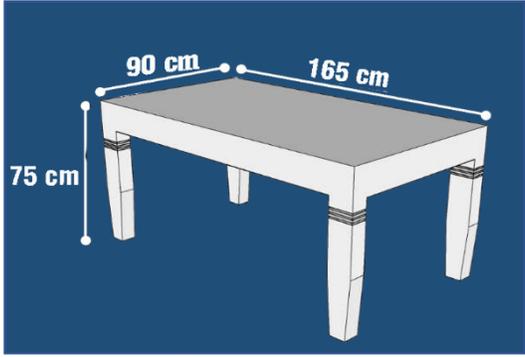
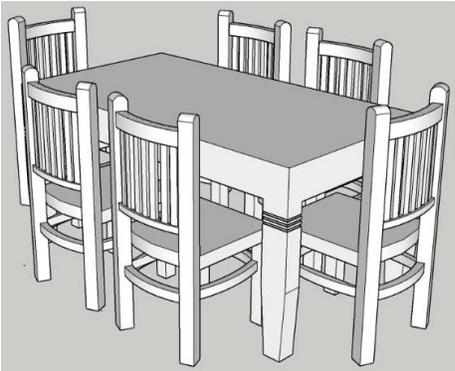
El INCOTERM seleccionado es FOB, es responsabilidad del vendedor correr con los costos y gastos de movilización de la mercancía hasta el puerto Santo Tomas de Castilla en Guatemala, una vez el contenedor de 40 FCL ingrese al buque. Toda responsabilidad de mercancía se traslada al comprador en Italia.

Es importante mencionar que ambas partes involucradas en la compraventa internacional deben poseer conocimiento y manejo de INCOTERMS ya que son los que determinaran las obligaciones y responsabilidades para asumir en un determinado momento. El pago de flete y seguro de mercadería corren por cuenta del comprador en Italia.

11.12 Estrategias de mezcla de mercadeo internacional

11.12.1 Producto

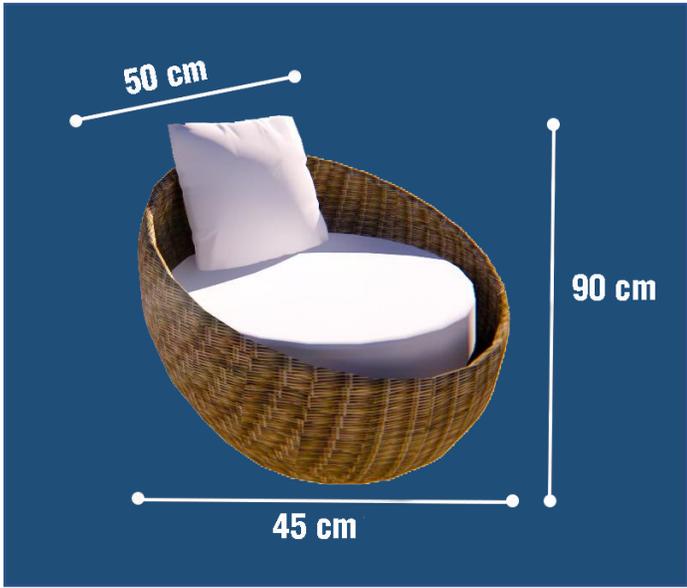
a) Descripción de los productos

<u>FICHA TÉCNICA MESA DE COMEDOR PARA 6 PERSONAS</u>	
COLOR: Caoba	 <p>JUEGO DE COMEDOR PARA 6 PERSONAS COMPLETO</p>
Madera: Cedro cortez blanco.	
PESO: 80 libras	
MEDIDAS: Producto armado Mesa 165 x 75 x 90	
	

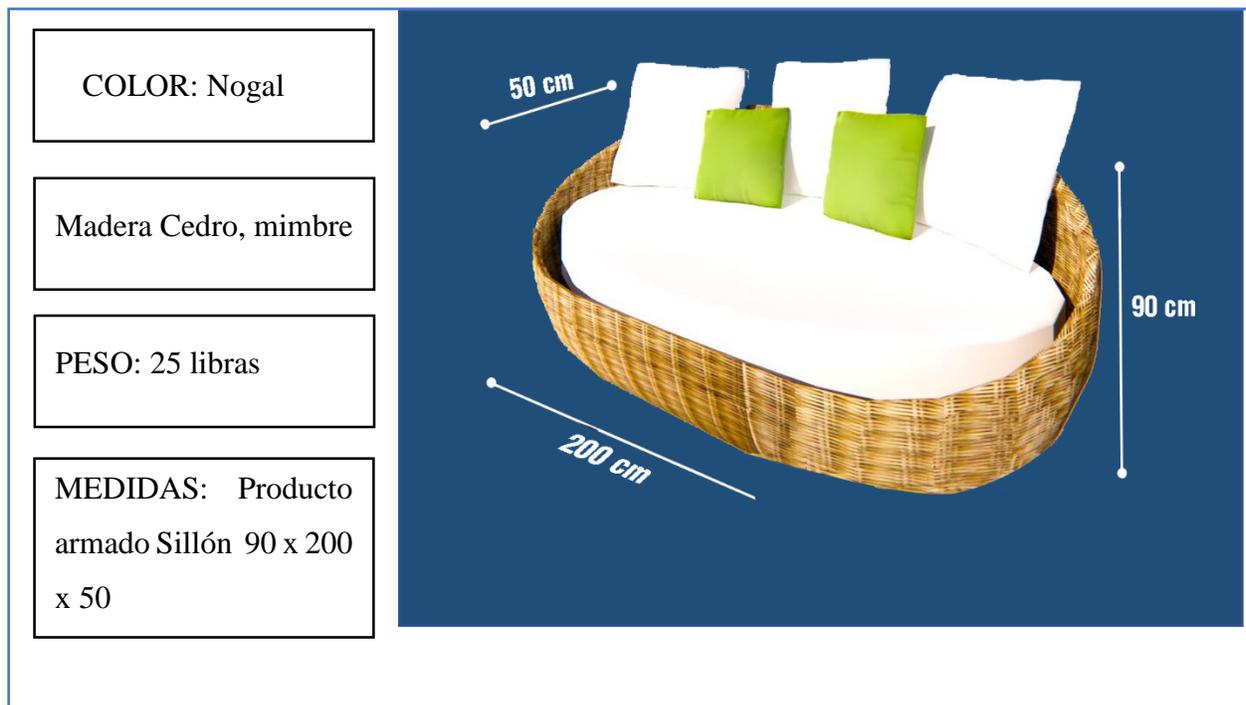
FICHA TÉCNICA SILLA DE COMEDOR PARA 6 PERSONAS

<p>Madera: Cedro, cedro, cortez blanco.</p>		<p>PESO: 15 libras</p>
<p>COLOR: Caoba⁴</p>		<p>MEDIDAS: Producto armado Silla 100 x 43 x 46</p>

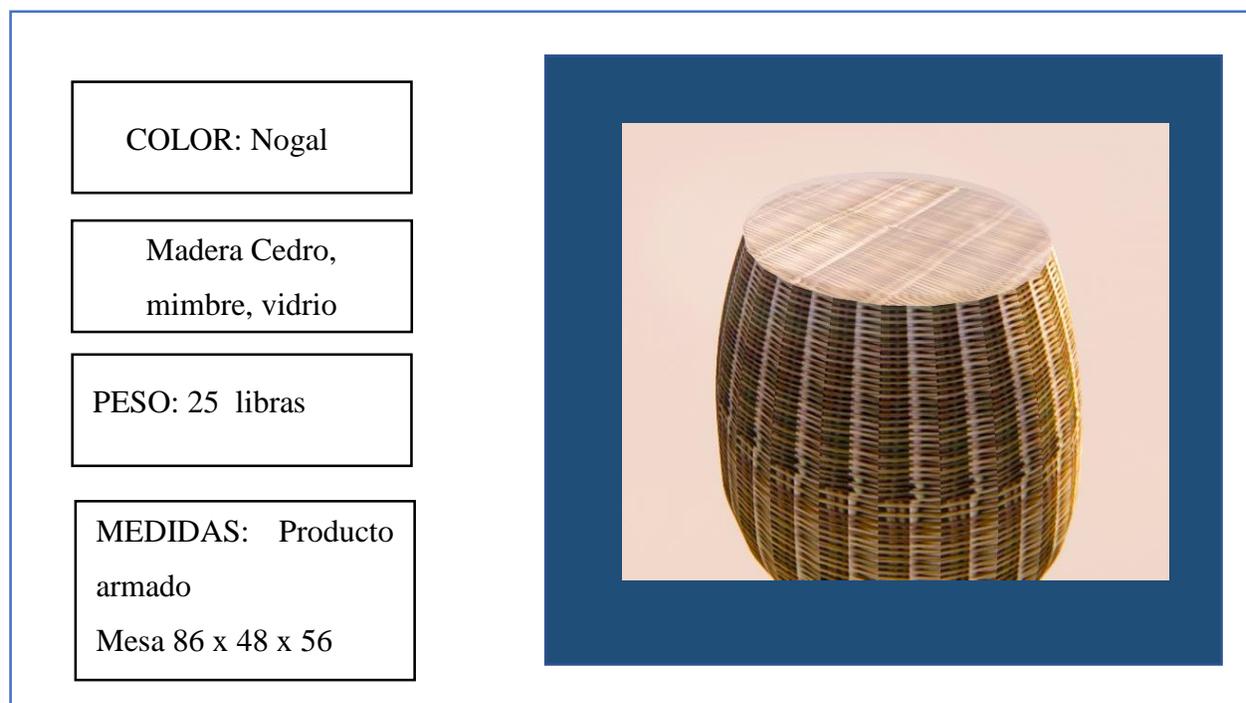
FICHA TÉCNICA SILLÓN INDIVIDUAL DE MIMBRE CON COJÍN

<p>COLOR: Nogal</p>	
<p>Madera Cedro, mimbre</p>	
<p>PESO: 25 libras</p>	
<p>MEDIDAS: Producto armado Sillón 90 x 45 x 50</p>	

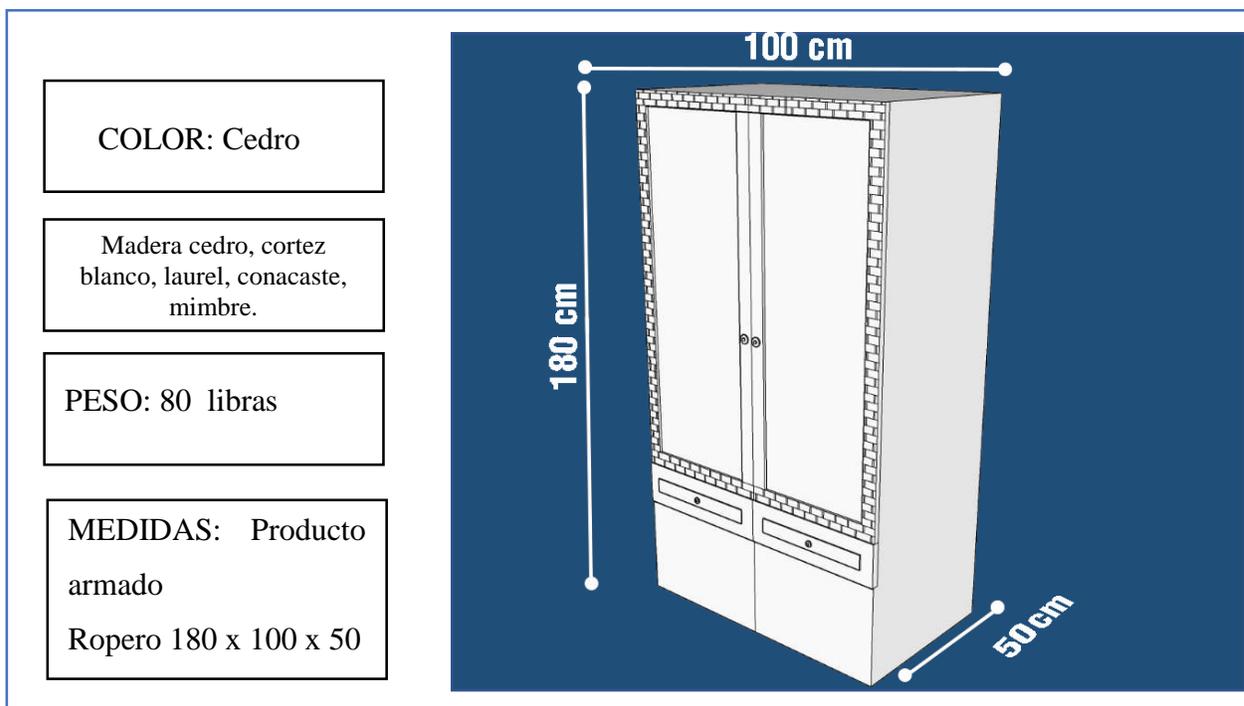
FICHA TÉCNICA SOFÁ LARGO DE MIMBRE CON COJÍN



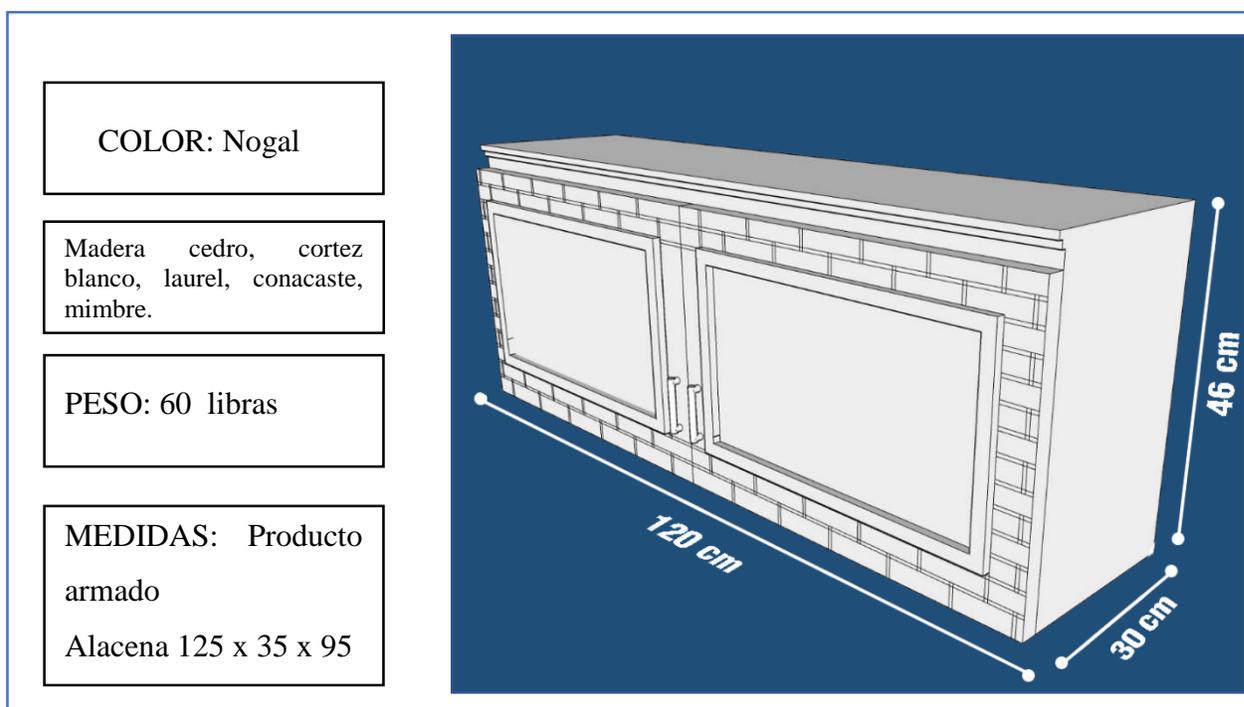
FICHA TÉCNICA MESA DE MIMBRE CON VIDRIO



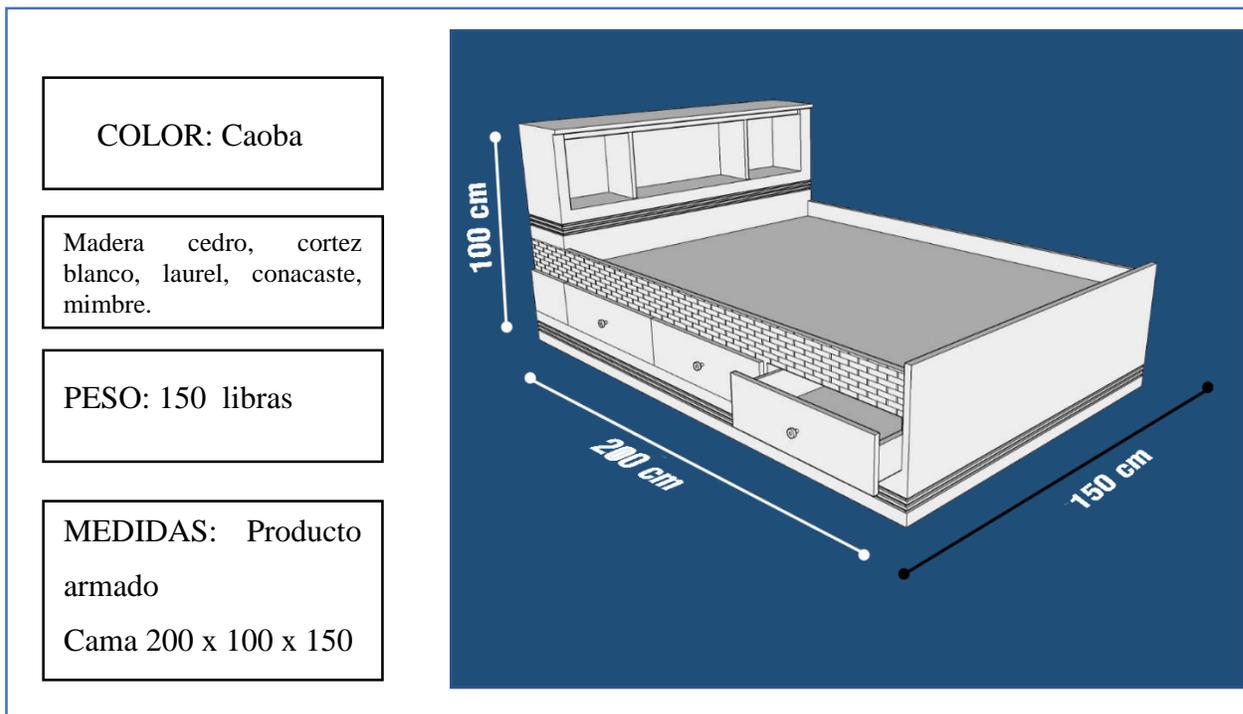
FICHA TECNICA ROPERO DE DOS PUERTAS



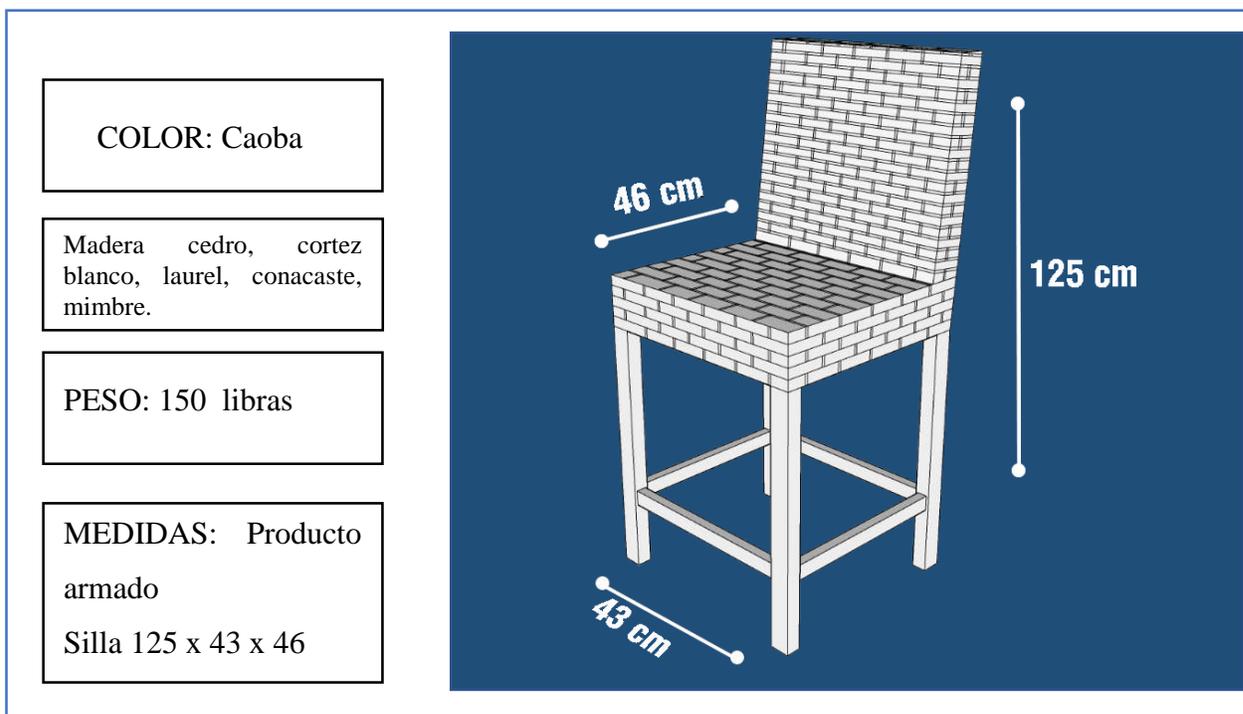
FICHA TECNICA ROPERO DE DOS PUERTAS



FICHA TECNICA CAMA DE MADERA Y MIMBRE



FICHA TECNICA PARA BARRA DESAYUNADORA



b) Niveles de producto

Fungir como un objeto de uso inmensurable en el hogar de una forma innovadora, con calidad, útil y de gran intención estética.

- **Producto básico**

Un objeto del rubro mobiliario que cumple la función de ser un producto representativo de El Salvador, con atributos de valor que caracterizan a los muebles artesanales de Nahuizalco; desde sus materias primas, procesos artesanales, detalles, acabados, valor cultural e idiosincrasia indígena salvadoreña que se representa en cada uno de los muebles elaborados.

- **Producto real**

Los procesos de control de plagas en la madera se realizan en varias etapas de la elaboración de los muebles, logrando así cuidar la integridad de la madera y verificando su término correcto de los mismos.

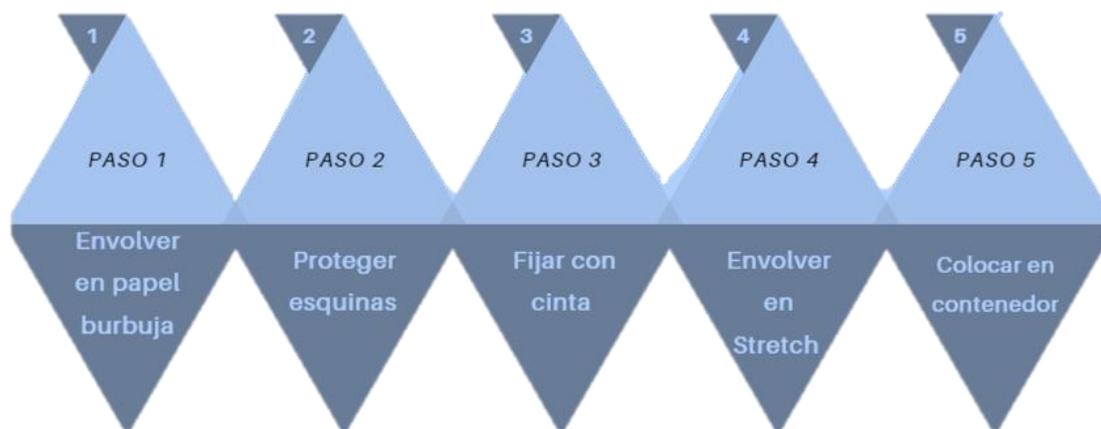
- **Producto básico aumentado**

Cada uno de los muebles cuenta con diseños orientados a satisfacer las necesidades de los consumidores y sobre todo sus gustos y preferencias. Se elaboran con las especificaciones y requerimientos necesarios de los clientes, volviéndoles un producto único con diseños personalizados especialmente para la satisfacción total del comprador.

- **Diseño**

c) Embalaje

El embalaje debe cumplir con las funciones básicas de proteger, conservar, contener y facilitar el almacenamiento adecuado. A continuación, se detallan los pasos que incurren en un proceso de embalaje adecuado.



❖ Silla para barra desayunadora

Figura 26 Pasos para embalar

Fuente: (Promperu,2019)

Primero se debe envolver la silla en burbuja ligera de unas 3/16 pulgadas para mayor protección, posterior a eso se colocan esquineros o tiras de cartón dependiendo de la medida de la silla, esto con la finalidad de proteger las orillas y las esquinas debido a la delicadeza del producto. Las tiras de cartón o la burbuja se fijan con cinta canela o transparente de 48 mm x 150 metros aproximadamente.

Se le da dos o tres vueltas a la silla en película stretch para asegurar y proteger mejor la carga, luego se ubican en el contenedor destinado para su exportación.

- ❖ Muebles grandes y pesados (ropero de dos puertas, alacena de dos cuerpos, mesa de comedor y cama)

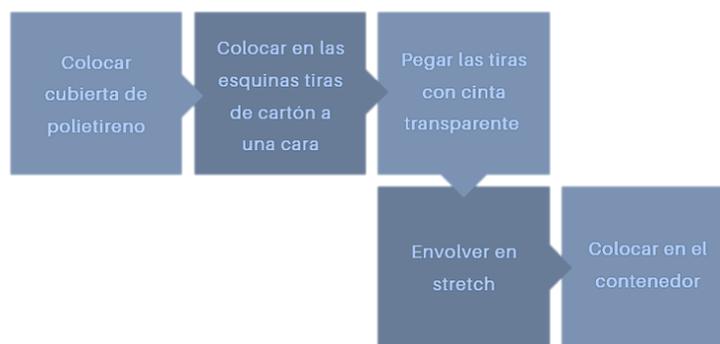


Figura 27 Embalar muebles grandes

Fuente: (Promperu, 2019)

Este tipo de muebles (ropero de tres puertas, alacena de dos cuerpos, mesa de comedor para 6 personas y cama), requieren un empaque resistente que asegure cualquier daño al producto (golpes o rayaduras) ya que es un artículo de mayor valor económico. Este tipo de muebles son delicados y pesados para transportar se debe cuidar de la protección necesaria para los mismos, con un costo mínimo posible, pero sin escatimar en el embalaje.

Cada uno de estos muebles se les debe colocar una cubierta de espuma de polietileno, conocida como foam de 1/4" ó 1/8" de espesor, evitando así la posibilidad de daño en la

superficie del mueble, como rayones que inclusive suelen ser causados por el mismo cartón utilizado. En las esquinas colocar tiras de cartón a una cara de aproximadamente 15 a 20 cms de ancho pegadas al foam con alguna cinta transparente que cubra las esquinas y filos de los muebles. Al haber colocado y fijado todo como se menciona en los pasos anteriores; se debe colocar de dos a tres vueltas de película stretch para proteger cada uno de los productos y asegurar el empaque de los mismos, así se transportará de una forma segura hacia el país de destino.

❖ Sillas para comedor de 6 personas

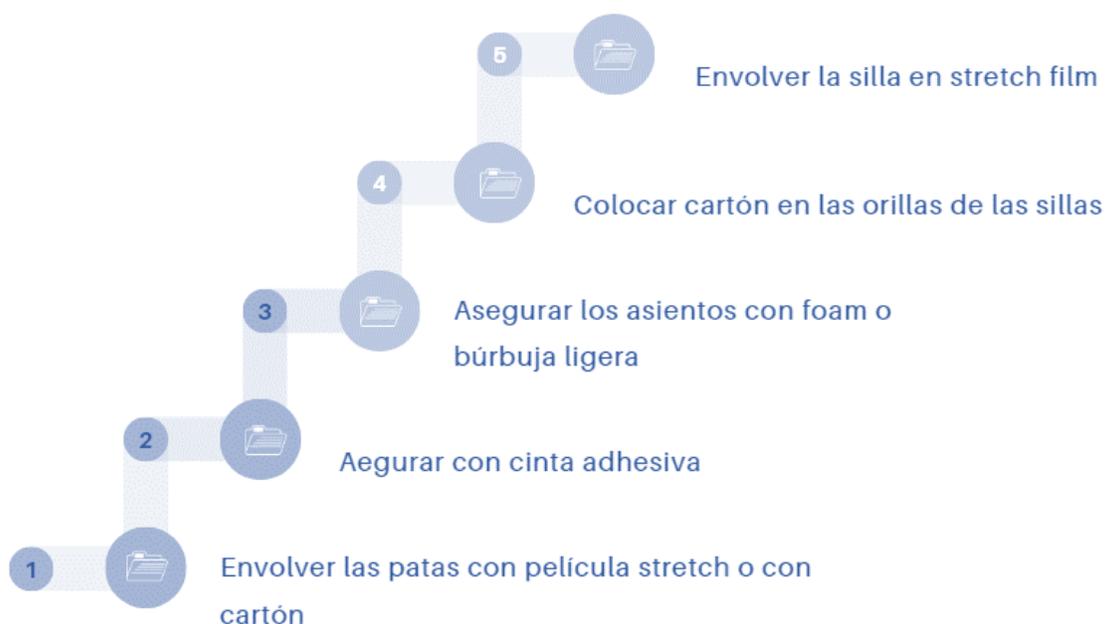


Figura 28 Embalado de comedores

Este tipo de muebles necesita un proceso de empaque y embalaje más trabajado debido a que hay lugares que se deben proteger y que es difícil realizarlo. Se debe envolver cada una de las patas de la silla con película de stretch film de 5 pulgadas de ancho o sino envolver las tablas de las patas de la silla con tiras de cartón (puede ser single face o una cara) siempre de 5 pulgadas de ancho. Se asegura el paso anterior con cinta adhesiva y se procede a proteger los asientos de

las sillas con foam de 3/32” ó 1/8” o se pueden resguardar con burbuja ligera de 3/16”. Asegurar todo con cinta de 48x150 mts.

Se debe colocar cartón en las orillas para proteger los bordes. La silla debe envolverse completamente en película stretch para asegurar el empaque y cubrir en su totalidad el producto. Se colocan en el contenedor de transporte del producto a Italia.

❖ Sala de mimbre



Figura 29 Embalaje de sala de mimbre

Las salas de mimbre por llevar cojines se pueden envolver únicamente con polietileno de calibre 200 en adelante, debido a que es más resistente y no se rompe fácilmente. Posterior se coloca Stretch film para asegurar el transporte de cada artículo de la sala de mimbre.

d) Pesos y medidas para embalaje

A continuación, se muestran las medidas que deben poseer las cajas para embalar los muebles, así como, el peso de cada producto de forma individual.

Tabla 59

Peso de exportación

Producto	kg	Cantidades de exportación	Peso de exportación (kg)
Silla de comedor para 6 personas	6.8	30	204

Producto	kg	Cantidades de exportación	Peso de exportación (kg)
Mesa de comedor para 6 personas	26.39	5	131.95
Sillón individual de mimbre con cojín	11.34	6	68.04
Sofá largo de mimbre con cojín	31.75	3	95.25
Mesa de mimbre con vidrio	11.34	3	34.02
Ropero de tres puertas	26.39	3	79.17
Alacena de dos puertas	27.22	9	244.98
Cama de madera	68.04	5	340.2
Silla para barra desayunadora	6.8	9	61.2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 60

Dimensiones para cajas de embalaje

Producto	Largo (cm)	Ancho (cm)	Alto (cm)	Largo (Pulgadas)	Ancho (Pulgadas)	Alto (Pulgadas)
Silla de comedor para 6 personas	51	48	105	20.0787	18.8976	59.0551
Mesa de comedor para 6 personas	170	95	85	66.9291	37.4016	33.4646
Sillón individual de mimbre con cojín	50	55	95	19.685	21.6535	37.4016
Sofá largo de mimbre con cojín	205	55	95	80.7087	21.6535	37.4016
Mesa de mimbre con vidrio	91	61	53	35.8268	24.0157	20.8661
Ropero de tres puertas	105	65	185	41.3386	25.5906	72.8346
Alacena de dos puertas	125	35	51	49.2126	12.5984	20.0787
Cama de madera	205	155	105	80.7087	61.0236	41.3386
Silla para barra desayunadora	51	48	130	20.0787	18.8976	68.8976

Fuente: Elaboración propia

e) Clasificación Arancelaria

Cuadro No. 11 *Clasificación arancelaria por producto*

Producto	Clasificación
Silla de comedor para 6 personas, Mesa de comedor para 6 personas	9403.40.00 - Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas
Sillón individual de mimbre con cojín	9401.59.00 Asientos de roten (ratán), mimbre, bambú o materias similares, los demás
Sofá largo de mimbre con cojín	9401.59.00 Asientos de roten (ratán), mimbre, bambú o materias similares, los demás,
Mesa de mimbre con vidrio	94 03 89 00 10 Muebles de otras materias, incluidos el rotén (ratán), mimbre, bambú o materias similares 94 03, -Los demás 94 03 89 00 00 -Los hechos a mano 94 03 89 00 10
Ropero de dos puertas	9403.50.00 - Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios
Alacena de dos puertas	9403.40.00 - Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas
Cama de madera	9403.50.00 - Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios
Silla para barra desayunadora	9403.40.00 - Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas

f) Servicios Post venta

Como parte de la comercialización con el consumidor final debe incluirse el servicio post venta para reparaciones en los muebles, por ello, debe realizarse una negociación con el detallista para que por medio de él se realice el servicio.

De igual manera, debe tener una línea telefónica de soporte para llevar a cabo el servicio.

El servicio post venta debe incluir:

Cuadro No. 12 *Servicios post venta para muebles*

Servicios técnicos a los muebles	Servicios a los clientes
Instalación	
Mantenimiento	Manejo de quejas
Reparación	

Fuente: Elaboración propia

11.7.1 Precio

Establecer un precio competitivo en el mercado italiano que genere beneficios para los productores, mediante la estrategia de costing que se construye a partir del costo de los muebles, incluyendo el costo de adaptación y costos de transporte internacional, márgenes de ganancias e impuestos. A continuación, se muestran los datos y los precios para cada mueble definido en el presente plan.

a) Cálculo de precio de exportación

Para determinar el precio de exportación se necesita el costo de producción, costo de adaptación, costo de transporte internacional, así como, los márgenes de contribución de cada uno de los intermediarios hasta llegar al consumidor final.

Tabla 61

Costos de fabricación y adaptación unitarios de los muebles de madera y mimbre.

Costo de producción	
Juego de comedor para 6 personas	\$ 250.00
Sillón individual de mimbre con cojín	\$ 100.00
Sofá largo de mimbre con cojín	\$ 150.00
Mesa de mimbre con vidrio	\$ 50.00
Ropero de tres puertas	\$ 150.00
Alacena de dos puertas	\$ 150.00
Cama de madera	\$ 150.00
Silla para barra desayunadora	\$ 30.00
Costos de adaptación	
Certificado fitosanitario	\$ 0.15
Costo de embalaje	\$ 30.23
Costo de etiquetado	\$ 0.23

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuesta a productores y empresa cajas y bolsas.

Tabla 62

Costos de exportación

Cargos de exportación (Origen)		Unitarios
Cargos de origen en puerto	\$120.00	\$2.79
Carga terrestre (camión)	\$174.00	\$4.05
Sobrepeso adicional	\$150.00	\$3.49
Cargos de limpieza	\$6.00	\$0.14
Tarifa de conocimiento de embarque	\$50.00	\$1.16
Tarifa de documento de manifiesto de seguridad por BL	\$35.00	\$0.81
Cargos de tránsito		
Gastos de flete	\$924.00	\$21.49
Recargos de flete	\$588.00	\$13.67
Cargos de importación (Destino)		
Cargo de seguridad en terminal	\$16.64	\$0.39
Cargo de manejo en terminal	\$205.18	\$4.77
Tarifa de inspección de equipo	\$25.51	\$0.59
High Cube Additional Dlf	\$33.27	\$0.77
Carga Terrestre de Destino	\$370.44	\$8.61
Tarifa de administración Destino por conocimiento de embarque	\$57.67	\$1.34
Total, costos de Transporte hasta Milán, Italia.	\$2,755.71	

Fuente: Datos obtenidos mediante cotización, Ver anexo 7

Tabla 63

Precios de venta en dólares de los Estados Unidos de América

Producto	Valor FOB	Precio Importador	Precio Mayorista /Distribuidor	Precio Detallista	Precio consumidor final
Silla de comedor para 6 personas Mesa de comedor para 6 personas	\$674.77	\$727.22	\$799.95	\$879.94	\$967.94
Sillón individual de mimbre con cojín	\$419.25	\$471.71	\$566.06	\$735.87	\$809.46
Sofá largo de mimbre con cojín	\$579.25	\$631.71	\$758.06	\$985.47	\$1,084.02

Producto	Valor FOB	Precio Importador	Precio Mayorista /Distribuidor	Precio Detallista	Precio consumidor final
Mesa de mimbre con vidrio	\$259.25	\$311.71	\$374.06	\$486.27	\$534.90
Ropero de dos puertas	\$579.25	\$631.71	\$758.06	\$985.47	\$1,084.02
Alacena de dos puertas	\$579.25	\$631.71	\$758.06	\$985.47	\$1,084.02
Cama de madera	\$579.25	\$631.71	\$758.06	\$985.47	\$1,084.02
Silla para barra desayunadora	\$195.25	\$247.71	\$297.26	\$386.43	\$425.07

Fuente: Elaboración propia

La tabla 63 muestra los precios estimados para cada producto propuesto para exportar, para todo el canal de distribución, de esta forma, se establece un margen de contribución del 100%; un margen de mayorista del 20%, el margen para el detallista es de 30%, y un margen de 10% para el precio de venta al consumidor final.

Tabla 64

Precios de venta en Euros (\$1.11)

Producto	Valor FOB	Precio Importador	Precio Mayorista /Distribuidor	Precio Detallista	Precio consumidor final
Silla de comedor para 6 personas	€ 607.29	€ 654.50	€719.95	€ 791.95	€ 871.14
Mesa de comedor para 6 personas					
Sillón individual de mimbre con cojín	€ 377.33	€ 424.54	€ 509.45	€ 662.28	€ 728.51
Sofá largo de mimbre con cojín	€ 521.33	€ 568.54	682.25	€ 886.92	€ 975.62
Mesa de mimbre con vidrio	€ 233.33	€ 280.54	€ 336.65	€ 437.64	€ 481.41
Ropero de dos puertas	€ 521.33	€ 568.54	€ 682.25	€ 886.92	€ 975.62

Producto	Valor FOB	Precio Importador	Precio Mayorista /Distribuidor	Precio Detallista	Precio consumidor final
Alacena de dos puertas	€ 521.33	€ 568.54	€ 682.25	€ 886.92	€ 975.62
Cama de madera	€ 521.33	€ 568.54	€ 682.25	€ 886.92	€ 975.62
Silla para barra desayunadora	€ 175.73	€ 222.94	€ 267.53	€ 347.79	€ 382.57

Fuente: Elaboración propia

b) Formas de pago internacional

Al momento de negociar con el agente o cliente en Italia, es necesario definir el medio de pago más idóneo, por ello se presentan las siguientes opciones:

- Pago anticipado: Se garantiza el cobro antes del envío. Es la forma de pago más común debido a que genera más seguridad para el vendedor.
- Carta Crédito: Este documento lo emite un banco de esta manera se garantiza el pago del cliente al vendedor, la idea es reducir el riesgo de impago. Deberá gestionar algunos documentos con el banco, como prueba de que ha suministrado la cantidad de mercancía negociada. Este tipo de carta es irrevocable.
- Créditos documentarios: En este método un banco en su país gestiona para cobrar el pedido. El exportador deberá entregar sus documentos a una empresa para que se encargue de los trámites, según los acuerdos que se haya establecido.
- Pago Directo: La empresa se compromete a enviar sus productos al cliente y debe emitir factura. El pago directo cuenta con un límite de tiempo, es importante que en esta modalidad de pago se cuente con la confianza del cliente.

Se sugiere negociar con carta crédito o con pago directo.

11.7.2 Promoción

La promoción permite la visibilidad y el contacto directo que facilita la comprensión del mercado y la obtención de clientes para los productos que se exporten.

A continuación, se muestra la forma en que se propone realizar promoción para el ingreso al mercado de Milán, de acuerdo a la segmentación definida:

Cuadro No. 13 *Promoción en Milán*

No.	Objetivo	Estrategias	Acciones
1	Contactar socios comerciales para el ingreso al mercado y promocionar los muebles de madera y mimbre para dar a conocer la oferta en Milán, Lombardía, Italia.	Realizar participación en ferias y misiones comerciales	Planificar misiones comerciales e incluir catálogos de productos, precios. Elaborar un plan para visitar la feria del mueble en Milán
		Realizar campaña de penetración al mercado, mostrando la presencia de los muebles de madera y mimbre y su origen utilizando la marca municipio de Nahuizalco y resaltando su ventaja competitiva.	Contratación de agencia de publicidad en Milán Italia, que realice las campañas por medios tradicionales.
			Realizar imagen de marca

Fuente: Elaboración propia

c) Medios a utilizar para promociones individuales

- ❖ **Catálogos y folletos:** Realizar catálogos de productos de madera y mimbre con sus especificaciones técnicas, incluyendo materiales y diseños; representar la historia de los artesanos y de Nahuizalco utilizando Storytelling.
- ❖ **Página web:** Personalizar la página web con aspectos culturales e históricos de Nahuizalco, presentando los muebles de madera y mimbre de forma creativa, resaltando su ventaja competitiva y promoviendo los puntos de venta en Milán.

- ❖ Mailing personalizados: Deben dirigirse al mercado meta y deben indicar la ventaja competitiva de los muebles, respetando la imagen de marca.

11.7.3 Plaza

En este punto se detalla la propuesta del proceso de distribución de los muebles de madera y mimbre a Italia.

a) Canal de distribución:

El medio para que los productores artesanos del municipio de Nahuizalco, Sonsonate puedan comercializar los muebles que elaboran artesanalmente en el país, se propone sea a través de intermediarios.

La distribución debe ser mediante un agente con el que se negocia para que reciba la mercadería en puerto y luego la distribuye a cada uno de los mayoristas.

Los agentes o intermediarios obtienen un beneficio por su servicio y dentro de las características que deben poseer se mencionan: calidad del servicio, apoyo a las empresas nacionales o centroamericanas para que puedan ingresar al mercado italiano vendiendo así los muebles de madera.



Figura 30 Canal de distribución propuesto

Fuente: Elaboración propia

b) Tipo de intermediario

Los muebles de madera y mimbre son distribuidos por uno o varios agentes que a su vez distribuyen los productos a los mayoristas.

En el mercado de Milán, Italia existen 4 números de mayoristas que son los que distribuyen muebles para sala, comedor, cocina y dormitorio y que tiene reconocimiento en el rubro mobiliario.

A continuación, se presentan los 4 distribuidores con su medio de contacto que distribuyen a toda la región de Lombardía.

- LA SEGGIOLA: especializada en el suministro de mesas, sillas y muebles para el hogar. Tel. +39 039 2143363
- FALEGNAMERIA DE CAMPO: Realizan trabajos de conservación y restauración de todo trabajo de madera. Tel +0342 704804
- ESSEDUE: Pioneros generacionales en las tipologías de camas. Tel +39 035 967001
- FALEGNAMERIA FRANZOGLIO SERGIO E.C.: Muebles de diseño mobiliario doméstico. Tel +39 0365 674222

Se recomienda realizar alianzas estrategias con tiendas detallistas de muebles de madera y mimbre que residan en Milán.

11.13 Proyecciones de venta

A continuación, se presentan las proyecciones de ventas, costos y utilidades para 5 años, con un crecimiento del 5% e primer año, 10% el 2do año, 15% el 3er año, 20% el 4to año.

PROYECCION ESTADOS DE RESULTADOS A 5 AÑOS

PROYECCION UNIDADES VENDIDAS	Crecimiento:					Total
	5%	10%	15%	20%		
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Silla de comedor para 6 personas, Mesa de comedor para 6 personas	213	224	246	283	340	1,306
Sillón individual de mimbre con cojín	101	106	117	135	162	621
Sofá largo de mimbre con cojín	33	35	39	45	54	206
Mesa de mimbre con vidrio	93	98	108	124	149	572
Ropero de dos puertas	21	22	24	28	34	129
Alacena de dos puertas	57	60	66	76	91	350
Cama de madera	33	35	39	45	54	206
Silla para barra desayunadora	129	135	149	171	205	789
Total Unidades Vendidas	680	715	788	907	1,089	4,179

PROYECCION VENTAS

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Silla de comedor para 6 personas, Mesa de comedor para 6 personas	\$103,956.78	\$109,325.44	\$120,062.76	\$138,120.98	\$165,940.40	\$637,406.36
Sillón individual de mimbre con cojín	\$25,054.06	\$26,294.36	\$29,023.02	\$33,488.10	\$40,185.72	\$154,045.26
Sofá largo de mimbre con cojín	\$16,105.98	\$17,082.10	\$19,034.34	\$21,962.70	\$26,355.24	\$100,540.36
Mesa de mimbre con vidrio	\$11,909.58	\$12,549.88	\$13,830.48	\$15,879.44	\$19,080.94	\$73,250.32
Ropero de dos puertas	\$7,729.26	\$8,097.32	\$8,833.44	\$10,305.68	\$12,514.04	\$47,479.74
Alacena de dos puertas	\$20,979.42	\$22,083.60	\$5,283.96	\$6,084.56	\$7,285.46	\$61,717.00
Cama de madera	\$12,145.98	\$12,882.10	\$19,034.34	\$21,962.70	\$26,355.24	\$92,380.36
Silla para barra desayunadora	\$10,327.74	\$10,808.10	\$54,840.94	\$62,938.26	\$75,452.30	\$214,367.34
Total, Ventas	\$208,208.80	\$219,122.90	\$269,943.28	\$310,742.42	\$373,169.34	\$1,381,186.74

PROYECCION COSTOS

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Silla de comedor para 6 personas, Mesa de comedor para 6 personas	\$53,250.00	\$56,000.00	\$61,500.00	\$70,750.00	\$85,000.00	\$326,500.00
Sillón individual de mimbre con cojín	\$10,100.00	\$10,600.00	\$11,700.00	\$13,500.00	\$16,200.00	\$62,100.00
Sofá largo de mimbre con cojín	\$4,950.00	\$5,250.00	\$5,850.00	\$6,750.00	\$8,100.00	\$30,900.00
Mesa de mimbre con vidrio	\$4,650.00	\$4,900.00	\$5,400.00	\$6,200.00	\$7,450.00	\$28,600.00
Ropero de dos puertas	\$3,150.00	\$3,300.00	\$3,600.00	\$4,200.00	\$5,100.00	\$19,350.00
Alacena de dos puertas	\$8,550.00	\$9,000.00	\$9,900.00	\$11,400.00	\$13,650.00	\$52,500.00
Cama de madera	\$4,950.00	\$5,250.00	\$5,850.00	\$6,750.00	\$8,100.00	\$30,900.00
Silla para barra desayunadora	\$3,870.00	\$4,050.00	\$4,470.00	\$5,130.00	\$6,150.00	\$23,670.00
Total Costos	\$93,470.00	\$98,350.00	\$108,270.00	\$124,680.00	\$149,750.00	\$574,520.00
Total % Costos	44.9%	44.9%	40.1%	40.1%	40.1%	41.6%

PROYECCION UTILIDAD

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Silla de comedor para 6 personas, Mesa de comedor para 6 personas	\$50,706.78	\$53,325.44	\$58,562.76	\$67,370.98	\$80,940.40	\$310,906.36
Sillón individual de mimbre con cojín	\$14,954.06	\$15,694.36	\$17,323.02	\$19,988.10	\$23,985.72	\$91,945.26
Sofá largo de mimbre con cojín	\$11,155.98	\$11,832.10	\$13,184.34	\$15,212.70	\$18,255.24	\$69,640.36
Mesa de mimbre con vidrio	\$7,259.58	\$7,649.88	\$8,430.48	\$9,679.44	\$11,630.94	\$44,650.32
Ropero de dos puertas	\$4,579.26	\$4,797.32	\$5,233.44	\$6,105.68	\$7,414.04	\$28,129.74
Alacena de dos puertas	\$12,429.42	\$13,083.60	-\$4,616.04	-\$5,315.44	-\$6,364.54	\$9,217.00
Cama de madera	\$7,195.98	\$7,632.10	\$13,184.34	\$15,212.70	\$18,255.24	\$61,480.36
Silla para barra desayunadora	\$6,457.74	\$6,758.10	\$50,370.94	\$57,808.26	\$69,302.30	\$190,697.34
Total Utilidades Netas	\$114,738.80	\$120,772.90	\$161,673.28	\$186,062.42	\$223,419.34	\$806,666.74
Total % Utilidad Neta	55.1%	55.1%	59.9%	59.9%	59.9%	58.4%

11.14 Conclusiones

Los productores de muebles de madera necesitan estudiar y conocer el mercado italiano, identificar gustos y preferencias de los consumidores y mantener la calidad en los productos que elaboran para ser competitivos en el rubro comercial donde se desarrollan.

Actualmente el sector artesanal de Nahuizalco, Sonsonate especializado en la elaboración de muebles de madera y mimbre, carece de apoyo institucional y gubernamental en áreas específicas de asesoramiento empresarial, contable y de exportación; lo cual limita al productor que necesita adquirir conocimientos contables y administrativos para llevar de una forma eficiente el manejo de la producción y finanzas de su taller artesanal.

Los productores de muebles de madera y mimbre carecen de conocimientos mercadológicos que les permitan tomar decisiones que involucren al producto, precio, plaza y promoción para comercializar efectivamente en nuevos mercados internacionales.

Los muebles de madera y mimbre elaborados artesanalmente poseen un valor cultural importante desde la fabricación hasta el momento de decisión de compra por parte de los consumidores, por lo que es vital resaltar los atributos del producto como materiales, acabados, diseños y colores para potenciar la valía que presentan para el sector mobiliario local e internacional.

Los consumidores italianos valoran aspectos como la funcionalidad, calidad y diseño en los muebles, esto permite que los productos de Nahuizalco sean potenciales para su comercialización en dicho país

Los consumidores italianos esta dispuestos a adquirir muebles de madera elaborados de forma artesanal, además, esta dispuestos a pagar altos precios que satisfacen la oferta de precios del productor artesanal de Nahuizalco.

11.15 Recomendaciones

A CEDART y Alcaldía de Nahuizalco

La creación de una sociedad entre los artesanos de muebles de madera y mimbre que les permita tener legalidad jurídica para exportar los productos al extranjero; la sociedad artesanal debe definir áreas en las que cada taller pueda desempeñar sus conocimientos y trabajar de forma continua y organizada en tareas como: diseño de los muebles, cortado, lijado, pegado, elaboración de acabados distintivos del lugar, tintura, etc. Que faciliten la fabricación oportuna del volumen de muebles necesarios para enviar y ser comercializados en el país de destino.

Capacitar y asesorar a los productores, se requiere del apoyo de las instituciones gubernamentales que cuenten con programas de apoyo empresarial y administrativo, que les permita capacitar y aprender a tener un taller organizado y legalizado. Este proyecto debe ser importante para las autoridades municipales de Sonsonate, ya que la asociación de los productores para exportar a otro país los productos elaborados localmente, abre una brecha comercial que beneficia la economía del país y tiene un efecto positivo en cadena a aspectos culturales y sociales que benefician la marca país de El Salvador.

Concientizar a los Productores artesanos de muebles de madera y mimbre en temas del valor que presenta el producto que elaboran; permitiendo así mantener procesos productivos que aseguren la calidad del producto, contando con manuales de producción que son una herramienta que beneficia al emprendedor en temas de elaboración y organización de los muebles y que los capacita para producir volúmenes necesarios para el abastecimiento del mercado internacional.

Capacitar en áreas como administración, mercadeo, calidad de los procesos y productos, entre otros.

12. REFERENCIAS

Libros

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

Lerma, A., & Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing internacional*. Cengage Learning.

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México, D.F.:
McGRAW-HILL.

Tesis

Ángel, J., Rivera, B., & Solís, G. (2016). Plan de Exportación de Cacao orgánico hacia el mercado de la Unión Europea. Caso Ilustrativo. Cáritas El Salvador. *Tesis de Licenciatura*. Universidad de El Salvador, El Salvador.

Bustillo, J., & Rivas, C. (2016). Plan de Exportación hacia el Mercado Europeo de Obras Pictóricas creadas por estudiantes de la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador. Caso Ilustrativo. *Tesis de Licenciatura*. San Salvador, El Salvador.

De la Cruz, J., Hurtado, A., & Ramírez, C. (2019). Análisis del comportamiento del consumidor ante la relación de productos importados frente a los elaborados por artesanos emprendedores inscritos en el Proyecto CEDART San Salvador de CONAMYPE. *Tesis de Licenciatura*. Universidad de El Salvador, San Salvador, El Salvador.

Escobar, I., Guerra, G. & López, K. (2010). Desarrollo empresarial y competitividad del sector productor de muebles artesanales de madera. *Tesis de Ingeniería*. Universidad de El Salvador, San Salvador, El Salvador

Leyes

Consejo de Ministros de Integración Económica (2008). Código Aduanero Uniforme Centroamericano, Resolución No. 223-2008

Asamblea Legislativa de la Republica de El Salvador. (20 de mayo de 2014). Ley de Fomento, Protección y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.. San Salvador, El Salvador: D.O. N1 90.

Asamblea Legislativa de la República de El Salvador Ley de fomento, protección y desarrollo del sector artesanal (12 de noviembre de 2016). San Salvador, El Salvador, D.O. No. 205

Parlamento Europeo y del Consejo (20 de octubre de 2010). Reglamento (UE) No. 995/2010. Unión Europea

Documentos digitales

Banco Central de Reserva. (2017). *Evolución del Comercio Exterior de El Salvador, enero-diciembre 2017*. Obtenido de <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/387408062.pdf>

Banco Central de Reserva. (2019). *Comercio Exterior de Mercancías*. Obtenido de <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/cuadro/2081057235.pdf>

Banco Central de Reserva. (18 de Julio de 2019). *Informe Analítico de Comercio Exterior*. Obtenido de <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/956932942.pdf>

Fondo de desarrollo productivo. (2019). *Fondo de desarrollo productivo*. Obtenido de http://www.fondepro.gob.sv/wp-content/uploads/2019/01/8.-Guia-para-el-plan-de-exportacion_.pdf

Fundación Promotora de Productores y Empresarios Salvadoreños . (2011). *Issuu.com*. Obtenido de <https://issuu.com/sebastiangalindo/docs/estudio-de-mercado-nahuizalco>

Universidad de las Palmas de Gran Canaria. (2013). *Ulpgc.es*. Obtenido de https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf

Sitios web

Banco Central de Reserva. (2019). *Banco Central de Reserva*. Obtenido de <https://www.bcr.gob.sv/esp/>

Corporación de Exportadores de El Salvador. (2019). *Corporación de Exportadores de El Salvador*. Obtenido de <http://www.coexport.com.sv/>

Air Sea Cargo. (2019). *Importancia de contar con un plan de exportación*. Obtenido de <http://www.airseacargo.mx/blog.html#!/post/importancia-de-contar-con-un-plan-de-exportaci%C3%B3n/21>

Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador . (2019). *Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador* . Obtenido de <http://www.proesa.gob.sv/>

Trade Map. (2019). *Trade Map*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

UNESCO. (2017). *Artesanía y Diseño*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries/crafts-and-design/>

Unión Europea. (13 de Marzo de 2019). *Europa.eu*. Obtenido de https://europa.eu/european-union/topics/trade_es

Europages (2019). *Europages*. Obtenido de <https://www.europages.es/>

Istituto Nazionale di Statistica (2019). Istat. Obtenido de <https://www.istat.it/en/>

13. ANEXOS

Anexo 1 Importaciones del Producto: 940159 Asientos de roten o materiales similares (exc. de bambú o "ratán") en el periodo 2014 a 2018, expresados en miles de dólares.

Importadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
Mundo	97432	96474	113456	98892	90221
Países Bajos	659	620	2755	12173	11455
Italia	17100	16718	17645	14804	10819
Alemania	6003	5786	5398	5438	4863
España	1292	1469	1119	2241	3820
Finlandia	129	150	111	343	3686
Iraq	0	220	48	3680	3345
Canadá	644	679	1888	2918	3192
Francia	2981	3203	2277	2912	2481
Polonia	315	525	992	1570	2135
Dinamarca	355	344	457	1067	1946
Reino Unido	4810	2472	1385	1872	1914
Austria	2714	2701	18341	1500	1476

Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE e del ITC.

El anexo 1 muestra las principales importaciones de producto 940159 que incluye a los muebles de madera y mimbre que cumplen la función de asientos, se muestran los principales 10 países de la Unión Europea que importan este producto, Italia representa el primer lugar en importaciones, además, se muestran las variaciones de las importaciones desde el año 2014 hasta el 2018.

Anexo 2 Importaciones del producto 940350 Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios (exc. asientos) en el periodo 2014 a 2018, expresados en miles de dólares.

Importadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
Mundo	10532348	10067331	9868219	10491645	10879421
Alemania	651757	609071	664691	738258	743206
Reino Unido	711660	669331	644150	669613	652928
Francia	316435	267541	285739	311488	333400
Países Bajos	173208	156352	243481	272271	289617
Austria	246976	207556	232416	228387	205837
Italia	101059	94089	24872	99368	146183
Bélgica	144488	112023	107832	1109718	120557
Francia	2981	3203	2277	2912	2481
España	105216	98193	84321	92946	110026
Dinamarca	69020	65644	59677	65994	76600
Suecia	73163	63953	59027	67906	74560

Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE e del ITC.

El Anexo 2 muestra las principales importaciones de producto 940350 que incluye a los muebles de madera y mimbre que se utilizan en dormitorios, se muestran los principales 10 países de la Unión Europea que importan este producto, Italia representa el sexto lugar en importaciones, además, se muestran las variaciones de las importaciones desde el año 2014 hasta el 2018.

Anexo 3 Importaciones del producto 940340 Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas (exc. asientos) en el periodo 2014 a 2018, expresados en miles de dólares.

Importadores	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018
Mundo	5112236	4943087	5362422	6029411	6582181
Francia	5564442	472878	468638	520261	592220
Países Bajos	151332	129634	307416	373911	443805
Austria	269982	1900285	224949	198532	195706
Reino Unido	157848	157072	136453	170426	142711
Bélgica	200865	132644	133448	129235	140253
Alemania	145266	116000	116011	120228	111871
Suecia	90450	86636	93574	98208	101966
Dinamarca	53418	47350	74051	70351	77781
España	50374	49348	53309	56104	75980
Luxemburgo	56609	44907	42970	51139	51746
Italia	52315	45154	37761	41316	41439

Fuente: Cálculos del ITC basados en estadísticas de UN COMTRADE e del ITC

El anexo 3 muestra las principales importaciones de producto 940340 que incluye a los muebles de madera y mimbre que se utilizan en cocinas, se muestran los principales 10 países de la Unión Europea que importan este producto, Italia representa el décimo lugar en importaciones, además, se muestran las variaciones de las importaciones desde el año 2014 hasta el 2018.

Anexo 4 Selección de Italia

Objetivos:

- ✓ Eliminar aquellos mercados que no cumplan requisitos de interés
- ✓ Criterios objetivos (comparativos, pero no profundos)

Pregunta clave:

¿Qué debe tener un mercado/país para que pueda ser teóricamente objeto de nuestro interés?

Pasos a seguir:

1. Localizar criterios (requisitos mínimos)
2. Cuantificar umbrales para requisito mínimo
3. Aplicar criterios
4. Decidir mercados/países que superan el criterio
5. Análisis de los resultados de la herramienta

Pasos 1 y 2: localizar criterios y cuantificar umbrales para requisito mínimo

Requisitos mínimos establecidos			
	Descripción	Umbral elegido	Comentarios
1	Existencia de un tipo de cliente	10 en escala de 0 a 10	Existen salvadoreños emigrantes y los consumidores valoran los diseños y la calidad de los productos, su funcionalidad más que el precio
2	Conocimiento previo del producto	8 en escala de 0 a 10	La industria de muebles de madera es bien aceptada en Lombardía, Italia. Valoran el trabajo artesanal
3	Barreras comerciales o arancelarias bajas	9 en escala de 0 a 10	Principalmente complejidad en los tramites de importación, y el nivel

			de competencia, existe tasa cero debido al acuerdo de asociación de CA y EU
4	Crecimiento y estabilidad económica	8 en escala de 0 a 10	Consumidores con altos ingresos, existe estabilidad económica y estabilidad política

Pasos 3 y 4: aplicación de criterios y decisión de mercados/países que superan el criterio

	Criterios de selección	Países que pasan el filtro
1	Existencia de un tipo de cliente	Estados Unidos, Italia
2	Conocimiento previo del producto	Estados Unidos, Italia
3	Barreras comerciales o arancelarias bajas	Estados Unidos, Italia, Alemania,
4	Crecimiento y estabilidad económica	Estados Unidos, UE
	Mercados que cumplen primer filtro	Estados Unidos, Italia

Evaluación comparativa mercados objetivos (segundo filtro)

Pasos a seguir:

1. Escoger países a comparar
2. Realizar test de indicadores
3. Ponderar peso relativo de los indicadores para la valoración de la decisión
4. Evaluar la comparación de los mercados
5. Priorizar la decidir o para realizar una investigación de mercado más profunda

Paso 1: escoger países a comparar

Partiendo de los países que superaron el primer filtro

Países a comparar	
1	Estados Unidos
2	Italia

Paso 2: realización del test de indicadores

Factores de mercado destino

A.1 TAMAÑO E INTERES DEL MERCADO	ESTADOS UNIDOS	Italia
¿Tamaño suficiente del mercado?	7	6
¿Crece el mercado?		
A.2 INTENSIDAD COMPETITIVA	ESTADOS UNIDOS	Italia
¿es alta la competencia existente?	7	6
¿huecos para nuevos oferentes		
A.3 RIESGO PAIS	ESTADOS UNIDOS	Italia
¿pueden existir riesgos políticos?	5	8
¿riesgos jurídicos o cambio de paridad?		
¿riesgo económico?		
A.4 BARRERAS DE ENTRADA (dificultad de acceso)	ESTADOS UNIDOS	Italia
¿arancel?	8	6
¿Barreras de licencias o permisos?		
A.5 NIVEL DE COSTO DE ACTUACION EN EL PAIS	ESTADOS UNIDOS	Italia
¿costo extra para operar?	7	5
¿gastos de instalación?		
¿otros requisitos de operación?		
A.6 DISTANCIA GEOGRAFICA Y CULTURAL	ESTADOS UNIDOS	ITALIA
¿dificultades por la distancia?	6	6
¿cultura muy diferente?		
A.7 POSIBILIDAD DE DISTRIBUCION FISICA	ESTADOS UNIDOS	ITALIA
¿infraestructura de transporte adecuada?	7	7
¿almacenamiento y distribución?		
¿logística de entrega adecuada?		
A.8 ACCESIBILIDAD A CANALES DE DISTRIBUCION	ESTADOS UNIDOS	ITALIA

¿existen canales adecuados? ¿son buenos los disponibles?	7	8
---	---	---

B FACTORES INTERNOS

B.1 APROVECHAMIENTO DE VENTAJAS COMPETITIVAS	ESTADOS UNIDOS	ITALIA
¿pueden mantenerse las ventajas competitivas en el país destino?	7	7
B.2 VIAS ESTRATEGICAS DE MERCADO	ESTADOS UNIDOS	ITALIA
¿se puede realizar la estrategia de entrada al mercado? ¿coincide con o se diferencia de la estrategia básica de la empresa?	6	7
B.3 AYUDA PUBLICA O FINANCIACION PRIVILEGIADA	ESTADOS UNIDOS	ITALIA
¿existe alguna ayuda pública para el mercado destino? ¿fondos multilaterales?	5	5
B.4 CONOCIMIENTO ESPECIFICO DEL PAIS	ESTADOS UNIDOS	ITALIA
¿Experiencias recientes cercanas? ¿suficiente o parcial?	5	5
B.5 IMAGEN PREVIA DEL PAIS ORIGEN EN MERCADO DESTINO	ESTADOS UNIDOS	ITALIA
¿Qué imagen tiene la empresa de las empresas y productos salvadoreños? ¿es una ventaja o una barrera?	5	5
B.6 FACTORES DE OPORTUNIDAD	ESTADOS UNIDOS	ITALIA
¿hay factores de impulso o freno al momento actual?	7	5

Paso 3: ponderar peso relativo de los indicadores

0: no tiene importancia

1: muy baja importancia

- 2: importancia baja
- 3: importancia normal
- 4: bastante importante
- 5: muy importante

PESO RELATIVOS DE LOS INDICADORES	
FACTORES MERCADO DESTINO	PESO RELATIVO
A.1 TAMAÑO DE INTERES DEL MERCADO	4
A.2 INTENSIDAD COMPETITIVA	2
A.3 RIESGO PAIS	3
A.4 BARRERAS DE ENTRADA (dificultades de acceso)	4
A.5 NIVEL DE COSTO DE ACTUACION EN EL PAIS	2
A.6 DISTANCIA GEOGRAFICA Y CULTURAL	3
A.7 POSIBILIDAD DE DISTRIBUCION FISICA	2
A.8 ACCESIBILIDAD A CANALES DE DISTRIBUCION	4
FACTORES INTERNOS A LA EMPRESA	
B.1 APROVECHAMIENTO DE VENTAJAS COMPETITIVAS	3
B.2 VIAS ESTRATEGICAS DE MERCADO	4
B.3 AYUDAS PUBLICAS O FINANCIACION PRIVILEGIADA	2
B.4 CONOCIMIENTO ESPECIFICO DEL PAIS (experiencias recientes cercanas)	4
B.5 IMAGEN DEL PAIS DE ORIGEN EN MERCADO DESTINO	3
B.6 FACTORES DE OPORTUNIDAD	3

Paso 4: evaluar comparativamente todos los indicadores por país

Con ellos se podrá establecer la prioridad de los diferentes mercados para proceder a una investigación más profunda, para ellos se cuenta con el siguiente cuadro comparativo

Al realizar la evaluación se opta por seleccionar a Italia.

Anexo 5 Requisitos para solicitar certificado CITES en MAG

Para exportar madera u otro espécimen de flora que se encuentre en el Apéndice II de la CITES

- Inscribirse en el banco de datos de CITES. (Si es primera vez).
- Presentar documentos y datos de la empresa o persona natural si es primera vez: escritura, NIT, registro de comercio, DUI del representante legal, documentos de la persona que se encargará de realizar los trámites. **(Todo deberá ser autenticado por un notario).**
- Llenar solicitud de Certificado CITES firmada por el titular y sin enmendaduras.
- Presentar factura original de compra del espécimen de Flora.
- Presentar Guía de aprovechamiento extendida por la Dirección Forestal Cuencas y Riegos.
- Presentar Guía de movilización original de transporte extendida por la Dirección Forestal Cuencas y Riegos.
- Presentar fotografías de la madera.
- Solicitar visto bueno a la Autoridad Científica de MARN (Ing. Vladimir Baiza).
- Cancelar \$ 15.00 por cada Certificado CITES.
- Posteriormente el certificado CITES le será entregado en el término de diez días.

Para exportar madera u otro espécimen de flora que no esté comprendido en los Apéndices CITES

- Inscribirse en el banco de datos CITES. (Si es primera vez)
- Presentar documentos y datos de la empresa o persona natural si es primera vez: escritura, NIT, registro de comercio, DUI del representante legal, documentos de la

persona que se encargará de realizar los trámites. **(Todo deberá ser autenticado por un notario).**

- Llenar solicitud de PERMISO NO CITES firmada y sellada por el titular o representante.
- Presentar factura original de compra del espécimen de Flora.
- Presentar contrato de extracción de madera según sea el caso.
- Presentar Guía de movilización original de transporte extendida por la Dirección Forestal Cuencas y Riegos.
- Presentar guía de aprovechamiento extendida por la Dirección Forestal Cuencas y Riegos (cuando es un cultivo establecido).
- Presentar fotografías de la madera u otro espécimen.
- Solicitar el visto bueno a la Autoridad Científica del MARN (Ing. Vladimir Baiza).
- Cancelar el valor del PERMISO NO CITES de \$ 6.45 por cada uno que se tramite.
- Posteriormente el permiso NO CITES le será entregado en el término de diez días.

(Ministerio de Agricultura y Ganadería,2019)

Anexo 6 Ejemplos de documentación para exportar

1- Manifiesto de Carga

SARI EXPRESS CONSOLIDATORS, S.A. DE C.V. Colonia Escalon, Las Lomas y 7 Calle poniente D, No 125 San Salvador, El Salvador Manifiesto de Carga E5026						
Fecha	03/06/2017	Marchamo	20988125			
Naviera	SARI EXPRESS	Vapor / Viaje:	SARI MANZANILLO V1707			
Contenedor	MSKU482234-8	Referencia :	Barcelona, es			
		Puerto de Embarque	Pto:	Santo Tomas de Castilla, GT.		
		Puerto de Desembarque	Pto:	Pto. Barcelona, España		
		Lugar de destino:	Barcelona, España			
BL #	Descripcion / Contenido	Bultos	Peso	Cubicage	Suplidor	Consignatario
ES-8590	20' Container S.T.C. 52 PCS GDSM (Muebles)	52	10,191		Acerradero El Triunfo, S.A. de C.V. Boulevard Venezuela # 3069, San Salvador El Salvador	Creativa de Barcelona Farga de Lhospitale 08901 Lhospitale, Llobregat Barcelona, España
TOTAL		52	PCS		23,031.54 LBS	
					10,190.95 Kgs	

2- Packing List

PACKING LIST

DATE: 1/06/17

INVOICE NO:72910

SENT BY:

Name: Acerradero el triunfo
 Address: boulevard Venezuela #3069 San Salvador
 Tel No: 2259-6498

SENT TO:

Name: Creativa de Barcelona
 Address: Farga de L'hospitale 08901 L'hospitale de Llobregat, Barcelona España
 Postal Code / Country: 08901
 Tel No: 93 116 40 44

Packing No.	Goods Description	Quantity	Net Weight (Kg/g)	Gross Weight (kg/g)	Measurement(ct)
1	Product # 12569	10	221.21	240.15	150
2	Product # 12568	10	159.65	175.36	195
3	Product # 12567	10	210.35	242.65	155
4	Product # 12566	10	184.88	199.58	160
5	Product # 12565	12	312.78	333.21	220
Total		52	10 080.87	10 190.95	680

ORIGINAL

SIGNATURE:



3- Factura de Exportador

	<p>ABCO, S.A. de C.V. Av. Olímpica y 57 Av. Sur, Urbanización Residencial Olímpica # 3, San Salvador. PBX: 2250-7600 FAX: 2224-4702</p>	<p>FACTURA EXPORTADOR 12SD000X Nº 00719 REGISTRO: 149243-0 NIT: 0614-070503-102-7</p>											
<p>EQUIPOS, REPUESTOS Y SERVICIOS PARA COCINA COMERCIAL</p>		AUTORIZACIÓN DE IMPRENTA No. 189 D.G.I.I.											
<p>CLIENTE:</p>		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: center;">DIA</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">MES</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">AÑO</td> </tr> </table>	DIA	MES	AÑO								
DIA	MES	AÑO											
<p>DIRECCIÓN Y TELÉFONO:</p>													
<p>VENTA A CUENTA DE:</p>													
CODIGO	CANT.	DESCRIPCIÓN	PIUNITARIO	VTAS. AFECTAS									
ABCO													
<p>IMPORTE EN LETRAS</p>		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">SUMAS</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">\$</td> <td style="width: 30%;"></td> </tr> <tr> <td>VENTAS EXENTAS</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td></td> </tr> <tr> <td>VENTA TOTAL</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td></td> </tr> </table>			SUMAS	\$		VENTAS EXENTAS	\$		VENTA TOTAL	\$	
SUMAS	\$												
VENTAS EXENTAS	\$												
VENTA TOTAL	\$												
<p>OBSERVACIONES</p>		<p>TODO RECLAMO DE MERCADERIA DEBE SER ACOMPAÑADO DE ESTA FACTURA, EL COMPRADOR DA COMO BUENO EL VALOR TOTAL QUE SE INDICA EN ESTA FACTURA Y SE COMPROMETE A CANCELAR EL MISMO EN LA FECHA DE VENCIMIENTO ESTIPULADO.</p>											
<p>RECIBIDO FIRMA NOMBRE DUI</p>	<p>ENTREGADO FIRMA NOMBRE DUI</p>	<p>Original Blanco: Cliente Duplicado Verde: Emisor Triplicado Celeste: Contabilidad Cuadruplicado Amarillo: Archivo</p>											
<p style="text-align: right;"> Juan Antonio Gamboa Azary NIT 8068-280171-10048 RUC: 142050-4 54, Calle Oca. No. 385, 12 y Av. Escalante, S.S., Piedad de Azules, 22-04-2003. Teje del 12SD0000251 AL 12SD0006450250 - Factura de Impuesto: 03-2013. No. Autorización Contributiva: 15041-REG-DR-52749-2012. </p>													

4- Bill Of Lading

SARI EXPRESS CONSOLIDATORS

FMC# 16590NF

BILL OF LADING

EXPORTER (Principal or seller-licensor and address including ZIP Code)

ACERRADERO EL TRIUNFO SA DE CV
BOULEVARD VENEZUELA #3069
SAN SALVADOR
EL SALVADOR

ZIP CODE

5. DOCUMENT NUMBER
235SARI115412

5a. B/L NUMBER
ES-8590

6. EXPORT REFERENCES
CONSOL NO.: E5026
TRANS: HBL-36000

3. CONSIGNEE TO

CREATIVA DE BARCELONA
FARGA DE LHOSPITALE 08901
LHOSPITALE, LLOBREGAT
BARCELONA, ESPAÑA

7. FORWARDING AGENT (Name and address - references)

SARI EXPRESS CONSOLIDATORS, S.A DE C.V.
Col. Escalon, Los Lomas y 7 Calle Pte. D # 125
San Salvador, El Salvador

8. POINT (STATE) OF ORIGIN OR FTZ NUMBER

ESA

4. NOTIFY PARTY / INTERMEDIATE CONSIGNEE (Name and address)

CREATIVA DE BARCELONA
BARCELONA ESPAÑA

9. DOMESTIC ROUTING / EXPORT INTRODUCTIONS

"These commodities, technology or software were
exported from the United States in accordance with
the Export Administration Regulations.
Diversion contrary to U.S. Law is prohibited"

12. PRE-CARRIAGE BY

Sari Express

13. PLACE OF RECEIPT BY PRE-CARRIER

CITY OF INDUSTRY, CA

14. EXPORTING CARRIER

Sari Manzanillo V1707

15. PORT OF LOADING/EXPORT

PTO STO. TOMAS DE CASTILLA

16. FOREIGN PORT OF UNLOADING (vessel and air Only)

PTO BARCELONA ESPAÑA

17. FOR TRANSHIPMENT TO

BARCELONA ESPAÑA

11. TYPE OF MOVE

OCEAN

MARKS AND NUMBERS (18)	NUMBERS OF PACKAGES (19)	DESCRIPTION OF COMMODITIES in Schedule B detail (20)	GROSS WEIGHT (kilos) (21)	MEASUREMENT (22)
AS/ADDRESSED	52	20' CONTAINER NO MSKU482234-8 SEAL 20988125 52 PCS GDSM (MUEBLES)	23,031.54 LBS 10,190.95 KGS	
TOTALS	52		10,190.95	

Carrier has a policy against payments, solicitation, or receipt of any rebate, directly, which would be unlawful under the States Shipping Act, 1984 as amended
DECLARED VALUE _____ READ CLAUSE 29 HERE OF CONCERNING EXTRA FREIGHT AND CARRIER'S LIMITATIONS OF LIABILITY.

FREIGHT RATES, CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS SUBJECT TO CORRECTION	PREPAID		COLLECT
OCEAN FREIGHT			\$4,000.00
GRAND TOTAL			\$4,000.00

Received by Carrier for shipment by ocean vessel between port of loading and port of discharge and for arrangement or procurement of pre-carriage from place of receipt and on-carriage to place of deliver, where stated above, the goods-as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated. The goods to be delivered at the above mentioned port of discharge or place of delivery, whichever is applicable, subject always to the exceptions, limitations, conditions and liberties set out on the reverse side hereof, to which the Shipper and/or Consignee agree to accepting this Bill of Lading.
IN WITNESS WHEREOF three (3) original Bills of Lading have been signed, not otherwise stated above, one of which being accomplished the others shall be void.

DATED AT MIAMI, FLORIDA
By SARI EXPRESS CONSOLIDATOR
AGENT FOR THE CARRIER
Junio 03 2017
MO. DAY YEAR

B/L No

ES-8590

5- Teledespacho

UNCTAD / SIDUNEA

2 Exportador N° : 06141701610014 CORPORACION EL TRIUNFO, S.A. DE C.V		1 DECLARACION Código : 05 EX : 1 : TERRESTRE LA HACHADURA Manifies. : 3 Página: 4 Lists: Registro 1 : 1: XXXXX : Número : Fecha:	
8 Destinatario N° : CREATIVA DE BARCELONA FARGA DE LHOSPITALE 08901 LHOSPITALE DE LIOBREGAT BARCELONA ESPAÑA XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		9 Responsable Financiero N°: XXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
14 Declarante/Representante N° : 128 SANCHEZ SALALA, FRANCO RUTILIO FINAL C.TOLUCA 14, COL. MIRAMONTE. SAN SALVADOR.		10 País de : 11 País tran- : 12 : 13 Tasas ES : Destin. : XX : sacción : :	
18 Registro Transportistas, Medio de Transporte País:19Ct:20 Incoterms / Certificación electrónica SARI EXPRESS :SV : 0 : FOB : : XX		15 País de Exportación : 15 País Exp. : 17 País Dest. El Salvador :a SV :b XX :a ES :b	
21 Ident. y País del medio de transporte en Frontera XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX :XX :USD : 15125.24 : 1.000 : X : X :Transc.		16 País de Origen : 17 País de Destino El Salvador : Spain	
25 Modo trsp. : 26 Modo trsp. : 27 Lugar de carga 5 : frontera : XX : interno : HAC HACHADURA : SV :		28 Datos Financieros Código Banco : XXXXXXXX Modalidad : 4 PREPAGO (DECLARACION ANTICIPADA)	
29 Aduana de Salida : 30 Localización mercancías : Banco : 05 TERRESTRE LA HACH : 0501 : Agencia : XXXXXXXX Fecha P: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		32 Item : 33 Posición arancelaria 1 : No: 94038100 000 XXXX XXXX XXXX	
31 Marcas y número - N°(s) Contenedor(es) - Número y Naturaleza Bultos: Marcas y N° : S/M y : S/N Descr.: Cantidad y E: 52 PK de las: PAQUETE(VARIAS ESPECIES)BULTO Mercan:N°(s) Contenedor(es): cias		34 País Orig.: 35 Peso bruto : 36 Acuerdo :a SV :b XX : 10190.95 : 37 REGIMEN : 38 Peso neto : 39 Quo/Lic : 1000 : 000 : 1.00 kg: 40 Documento de transporte / anterior : ES-8590	
- De bambz o roten (ratan)		41 Cuantia : 42 Val.FOB/Item : 43 Metod. 52 : : Val.	
44 Licencia N°: Docs. : 4000.00 - 226.88 Adjun. : D.A.: 049 Certi- fica- dos.		Código MS:45 Ajuste : : 46 Valor CIF/Item : 19352.12	
47 Tipo : Base Imponible : Tasa : Importe : MP : 48 Cuenta de Crédito : 49 Cod.Depósito/Plazo en días		B DATOS CONTABLES XXXXXXXXXXXXXXXX Modo de Pago : CONTADO N° de Liquidación : X XXXXXXXX Fecha: XXXXXXXXXXXX N° de recibo : X XXXXXXXX Fecha: XXXXXXXXXXXX Garantía : 0.00 Fecha: Impuestos globales: 0.00 Dolares Importe Total : 0.00 Dolares	
50 Observaciones No Firma : C OFICINA DE SALIDA			
51 Adu: Paso y país:			
52 Garantía no válida para		Code:53 Aduana de Destino (y País) :	
D CONTROL DE LA OFICINA DE SALIDA Result : Marchamos : Número : Identificación: Plazo (Fecha) : Firma :		Sello : 54 Lugar y fecha Firma y Nombre del Declarante/ Representante	

Anexo 7 Cotización de Transporte Internacional

TRANSMARES S.A. DE C.V.
79 AVE. SUR, COL. ESCALON, EDIF P.
0 SAN SALVADOR
EL SALVADOR

Fecha: November 5th 2019

No. COTIZACIÓN.: W1911SAL00029 / 1

Por favor proporcione un número de cotización para cada booking

Estimado CARLOS GARCIA,

Gracias por su reciente consulta. Hapag-Lloyd se complace en presentar la siguiente oferta, a continuación encontrará nuestras tarifas y otra información:

From SAN SALVADOR, SV (Door, Truck) via ACAJUTLA, SV, MANZANILLO, COL (MX), MX, GENOA, IT to MILAN, IT (Door, Truck)

Freight Charges	Curr.	20'STD	40'STD	40'HC
Lumpsum	USD	712	924	924

Unless otherwise specified, all rates are subject to all surcharges as they are valid at time of shipment. The currently applicable surcharges are:

Export Surcharges

Port Charges Origin	USD	60	120	120
Origin Landfreight (Truck)	USD	174	174	174
Overweight Additional On Dlf (Between 21.5 and 999999.0 TON; Truck)	USD	150	150	150
Cleaning Charges Origin	USD	6	6	6
Freight Surcharges				
Marine Fuel Recovery	USD	294	588	588
Import Surcharges				
Terminal Security Charge Dest	EUR	15	15	15
Terminal Handling Charge Dest	EUR	185	185	185
Equipment Inspection Fee	EUR	23	23	23
Overweight Additional On Dlf (Between 21.501 and 30.0 TON)	EUR	30		
High Cube Additional Dlf	EUR			30
Fuel Surcharge Dest Land (Truck; on Destination Landfreight)	PCT	9	9	9
Destination Landfreight (< 30.0 TON; Truck)	EUR	322		
Destination Landfreight (Truck)	EUR		334	334

The Lumpsum includes the following assessorial charges:

Carrier Security Fee, Sealing Charge Origin, Terminal Handling Charge Orig., Terminal Security Charge Orig.

The Lumpsum is not subject to the following assessorial charges:

Operations Cost Recovery



From SAN SALVADOR, SV Haulage Export Door

To MILAN, IT Haulage Import Door

Estimated Transportation Days 63

The expected transit time for above mentioned service is subject to possible changes and given as an indication only

Commodity FAK

Unless otherwise specified, the below Seafreight / Lumpsum is subject to all surcharges valid at time of shipment.

Seafreight / Lumpsum
20'STD 712 40'STD 924

40'HC 924

Ac
Go

Anexo 8 Pasos para inscribirse como exportador

Para acreditarse como exportador, los productores artesanos del municipio de Nahuizalco, Sonsonate deben solicitar la acreditación en la oficina de Centro de trámites de Importación y Exportaciones (CIEX) del Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR).

La acreditación se hace a través del Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICEX), que brinda los documentos legales necesarios para exportar.

Los pasos a seguir son:

1. Inscribirse como Exportador en CIEX El Salvador.
2. Verificar los requisitos por: Producto, País de destino y solicitar la autorización en la institución respectiva (si el producto es controlado).
3. Registrar y autorizar una operación de exportación en el SIEX.

Documentos de exportación

Documentos a presentar (original y copia), si es una empresa

- ✓ Ficha de inscripción de exportador, debidamente llena.
- ✓ Número de Identificación Tributaria (NIT), actualizado, como importador (Debe solicitar previamente el NIT de importador en el Ministerio de hacienda).
- ✓ Carnet de Contribuyente del IVA.
- ✓ Escritura de Constitución de la empresa (Debidamente inscrita en el Centro Nacional de Registros).
- ✓ Punto de Acta y/o poder vigente de la representación legal de la empresa (si de acuerdo a la Escritura de Constitución está vencida u otros).
- ✓ Para el caso de sucursales extranjeras, no inscritas en el Registro de Comercio, no aplican los numerales 4 y 5, sin embargo, debe presentar el Poder del Representante Legal, en idioma español y en el idioma extranjero que corresponda, autenticado por el Cónsul de El Salvador, en el país de origen de la empresa y del Ministerio de Relaciones Exteriores de El Salvador.
- ✓ Para el caso de Cooperativas, no aplica el numeral 4; sin embargo, debe presentar el Acuerdo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), publicado en el Diario Oficial.
- ✓ Documento Único de Identidad (DUI), Carné de Residente o Pasaporte, del Representante Legal y de los funcionarios que autorizarán las exportaciones en nombre de la empresa.
- ✓ Diario Oficial de la autorización del Ministerio de Economía, para empresas en Zona Franca, Depósito para Perfeccionamiento Activo o acogida a la Ley de Reactivación de las Exportaciones.
- ✓ Resolución emitida por el Departamento Jurídico de la Dirección General de Aduanas, donde se autoriza como Despachante de Aduanas a la persona que firmará las Declaraciones de Mercancías y actuar ante las diferentes Aduanas del país.