

**ANÁLISIS DE NUEVOS MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE
MUEBLES MODULARES POR PARTE DE LA EMPRESA KANDECOR
HACIA EL MERCADO COMUN CENTROAMERICANO**

RAUL ROJAS GONZALEZ

CARLOS GUILLERMO SÁNCHEZ GARCIA

CORPORACION UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLIVAR

FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL

CARTAGENA DE INDIAS D.T Y C

2003

**ANÁLISIS DE NUEVOS MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE
MUEBLES MODULARES POR PARTE DE LA EMPRESA KANDECOR
HACIA EL MERCADO COMUN CENTROAMERICANO**

**RAUL ROJAS GONZALEZ
CARLOS GUILLERMO SÁNCHEZ GARCIA**

**Monografía para optar el título de
Ingeniero industrial**

**Asesor
JORGE ALVIS**

**CORPORACION UNIVERSITARIA TECNOLÓGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
CARTAGENA DE INDIAS D.T Y C**

2003

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. ANALISIS DE LA PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA DE LA PLANTA KANDECOR	12
1.1 ANALISIS GENERAL	12
1.2 LOS PROBLEMAS DE LA GESTIÓN	13
1.3 LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN	17
2. MERCADO COMUN CENTROAMERICANO: Potencial destino de las exportaciones de Kandecor	20
2.1 LOGISTICA DE TRANSPORTE	24
2.1.1 Guatemala.	24
2.1.1.1 Transporte Marítimo.	24
2.1.1.2 Transporte aéreo	25
2.1.2 El Salvador.	25
2.1.2.1 Transporte Marítimo.	25
2.1.2.2 Transporte aéreo.	25
2.1.3 Costa Rica.	26
2.1.3.1 Transporte Marítimo.	26
2.1.3.2 Transporte aéreo.	26

2.1.4 Honduras.	27
2.1.4.1 Transporte Marítimo.	27
2.1.4.2 Transporte aéreo.	27
2.1.5 Nicaragua	27
2.1.5.1 Transporte Marítimo.	27
2.1.5.2 Transporte aéreo.	28
2.2 ANÁLISIS SOBRE LA CULTURA DE NEGOCIO EN CENTROAMERICA	28
2.2.1 Centroamérica no es igual que Colombia.	28
2.2.2 Centroamérica no es un mercado para aprender a exportar.	29
2.2.3 Centroamérica no es igual desde Guatemala hasta Panamá.	30
2.2.4 La cercanía geográfica no siempre es una ventaja.	30
2.2.5 Se evita la carta de crédito como forma de pago.	31
3. ACUERDOS COMERCIALES	32
3.1 ALADI	32
3.1.1 Salvador.	33
3.1.2 Guatemala.	34
3.1.3 Honduras.	35
3.1.4 Nicaragua.	37
3.1.5 Costa Rica.	38
4. RANKING DE PAISES CENTROAMERICANOS SELECCIONADOS PARA LAS EXPORTACIONES DE MUEBLES MODULARES DE KANDECOR	40
4.1 CUADROS COMPARATIVOS DE LAS DIFERENTES VARIABLES ESCOJIDAS PARA EL ANALISIS DE LOS PAISES DEL MCCA	42

4.1.1	Cuadro comparativo de los costos marítimos y aéreos.	42
4.1.2	Cuadro comparativo de PIB.	42
4.1.3	Cuadro comparativo de población.	43
4.1.4	Cuadro comparativo de ingreso per capita.	43
4.1.5	Cuadro comparativo de ranking de países.	44
5.	CONCLUSIONES	47
6.	RECOMENDACIONES	49
7.	BIBLIOGRAFIA	51
	ANEXOS	52

INTRODUCCIÓN

El principal propósito de esta monografía es estudiar y analizar las posibilidades de la empresa Kandecor para lograr su objetivo futuro de exportar muebles modulares de madera a los principales países de Centroamérica.

Este trabajo se basa en información relevante que permita a Kandecor en el corto plazo cumplir con su propósito de expandir su mercado para este tipo de productos.

La empresa KANDECOR en su interés de incrementar sus negocios hacia el mercado externo ha visto la posibilidad de exportar hacia el Mercado Común Centroamericano sus muebles modulares de madera bajo la modalidad de sistema 32.

El objetivo general del trabajo es realizar un análisis de los países del Mercado Común Centro Americano a los que la empresa Kandecor podría llevar su línea de productos modulares en madera, para identificar nuevos mercados que le permitan a la empresa consolidarse en materia de comercio exterior. Específicamente se analizan las características actuales de la empresa Kandecor en cuanto a producción y calidad para incursionar en mercados

internacionales, las ventajas y desventajas que ofrece el Mercado Común Centro Americano para la exportación de los productos de Kandecor; los tipos de acuerdos comerciales existentes entre Colombia y los diferentes países pertenecientes al Mercado Común Centro americano, para conocer cuáles podrían ser los beneficios arancelarios que la empresa Kandecor tendría al exportar sus muebles y la Construcción de un ranking de los principales países dentro del MCCA que resultarían más conveniente para la exportación de muebles de Kandecor.

La metodología utilizada para la realización del trabajo fue principalmente entrevistas hechas al gerente de KANDECOR, datos obtenidos por la empresa e investigaciones vía Internet referente a información económica de los países del MCCA.

El trabajo que se presenta a continuación, se organizó de la siguiente forma: En el primer capítulo se abordan temas referentes a la situación actual de la empresa KANDECOR en cuanto a producción y calidad, en el segundo capítulo se analizó el potencial de destino de las exportaciones de KANDECOR, en el tercer capítulo se investigó cuales son los acuerdos comerciales que existen actualmente entre Colombia y los países del MCCA y por último, se hizo un ranking de los países del MCCA a los cuales convendría exportar los muebles modulares de madera teniendo en cuenta las garantías que estos ofrecían.

1. ANÁLISIS DE LA PRODUCTIVIDAD Y EFICIENCIA DE LA PLANTA KANDECOR.

1.1 ANÁLISIS GENERAL.

Los profesionales de la gerencia de KANDECOR poseen los conocimientos, así como la experiencia y determinación necesarias para que, en conjunto con la presidencia y las instancias decisionales de la compañía, se realicen las correcciones y se descubran las soluciones adecuadas para resolver los conflictos planteados; no obstante, se debe ser claro en las definiciones: el problema más importante de la compañía se centra fundamentalmente en carencias de conocimientos tecnológicos, en aspectos esenciales del trabajo de la madera y en la baja productividad de los equipos adquiridos, factores que en gran medida han concurrido para generar hasta ahora flujos negativos en los saldos de la compañía; no obstante, esto no debe confundirse con un fracaso del proyecto técnico- económico, el que posee una buena estrategia, un gran dinamismo y oportunidades de negocios en los mercados regionales; no obstante, puede asegurarse que los problemas detectados están sobre todo centrados en su área ejecutiva y no solamente el ámbito operacional.

Si bien puede afirmarse que es necesario alcanzar la experiencia y destrezas para operar con éxito en el área de transformación de la madera, la denominada curva de aprendizaje no solo es una exigencia para los operadores de equipos, mandos medios y el personal de administración de la producción, este aprendizaje es especialmente indispensable en el

caso de la Gerencia General de Kandecor, empresa que no obstante sus debilidades productivas, especialmente en sus niveles de calidad, revela un gran éxito en el área comercial, pues la planta, a diferencia de la mayoría de las medianas unidades productivas en todo el mundo se encuentra sobre-vendida, con una fuerte presión de la demanda, factores que aseguran un gran campo de desarrollo si se logran resolver sus conflictos productivos.

A mayor grado de complejidad de las tecnologías a emplear y los productos a fabricar, mayor es también el tiempo requerido para alcanzar la calidad y los niveles de producción previstos; No obstante, a excepción de algunos equipos o procesos, la tecnología de Kandecor aún no es muy compleja, encontrándose en etapa de implementación los programas de optimización de su tecnología, en que si bien existe la necesidad optimizar algunos procesos, su productividad está más bien limitada por una serie de problemas de software que reducen su eficiencia; estos se localizan básicamente en la completa carencia de técnicas de Gestión, Planificación y de Proceso, ausentes en la actualidad en Kandecor, situación que se analiza a continuación.

1.2 Los problemas de Gestión.

La adquisición de las herramientas, equipos, así como el diseño de los sistemas de programación y control de los procesos operativos de la planta, es una de las tareas no emprendidas por la administración; ha contribuido a

esto la poca comprensión de su incidencia en los resultados operacionales, su importancia en la operación eficiente de la planta y su impacto en los actuales niveles de productividad y en el marketing de la compañía. Las herramientas administrativas, adolecen de grandes carencias, que al no contar con herramientas específicas de gestión, se espera que los sistemas contables, especializados más bien en control de activos, se transformen en herramientas para la ordenación y planificación físico-temporal de los recursos productivos, para generar la planeación que se requiere para obtener los niveles de organización necesarios para cumplir con los objetivos determinados en el área comercial de la compañía.

Este punto de vista es opuesto a una estrategia que busque mejorar la productividad y la administración eficiente de los recursos humanos, las materias primas y los equipos que posee; por tal razón, debe emprenderse cuanto antes la elaboración de un sistema de control centralizado, que se oriente fundamentalmente al área productiva, de modo que la compañía pueda contar al más breve plazo con un sistema eficiente de Administración, de control y gestión de la producción.

El logro de competitividad debe ser necesariamente el objetivo en esta etapa de la compañía. Esta se requiere imperiosamente si la empresa desea permanecer y crecer en un mercado globalizado. Para la solución de estos problemas, la dirección de la empresa debe invertir tiempo en el análisis y comprensión de la importancia que tiene en sus costos operacionales y

rentabilidad.

Alcanzar niveles elevados de productividad requiere de mucha energía, experiencia, dedicación por los detalles y decisión por resolver los problemas de raíz; muchos hábitos equivocados se oponen, son difíciles de cambiar en pocos días y pueden tomar tiempo, Por tanto, será necesario un cierto periodo de ajuste para que las mejoras, así como la obtención de algunos rendimientos y costos esperados se logren; debe entenderse que cualquier mejora en equipos deberá tener también su concordancia con el recurso humano disponible, siendo esencial una discusión acerca de las medidas técnicas tomadas, para realizar en forma conjunta las acciones de capacitación tanto a los supervisores como a los operadores, por lo que desde su inicio deberá considerarse el trabajo conjunto con los profesionales de recursos humanos en la adaptación a las nuevas tareas y actitudes, con el convencimiento que los costos que se obtendrán en instalaciones productivas funcionando con mayor nivel de eficiencia y exigencias serán apreciablemente inferiores y pagarán con creces la inversión realizada.

Lo que crea valor en una empresa no es un proceso productivo aislado, un negocio o una orden en particular, es el conjunto de tareas que la compañía emprende, así como la armonía que cada una guarda con las demás y la manera como se enlaza, organiza y distribuye la capacidad productiva en busca de optimizar los costos totales de producción; es decir, en busca de maximizar la productividad de los recursos; solo de este modo, podremos enlazar la visión general de negocios de la compañía a corto y mediano plazo

con las estrategias tecnológicas y comerciales, determinando objetivamente la orientación productiva a la luz de las materias primas y de los recursos con que se cuenta.

A continuación se plantean un resumen de los problemas más relevantes que se observan a corto y mediano plazo para la evolución de la productividad de la planta con el formato que hoy posee en las diversas líneas de producción, así como las alternativas de solución a corto plazo que se proponen.

Actualmente los muebles modulares de madera están siendo rediseñados, de tal forma que se acomoden y adapten a las nuevas tendencias del mercado global, estos es, muebles contemporáneos, de formas cuadradas y no circulares y ovaladas como actualmente existen.

Lo anterior influye de manera directa en la producción y calidad del mueble, ya que mejora los tiempos de producción y hace que funciones tales como el lijado y la pintura sean menos tediosas y difíciles.

Actualmente se están haciendo ampliaciones en la cabina de pintura, cuello de botella actual del proceso, de tal forma que se puedan duplicar los volúmenes actuales de ventas y se pueda de esa forma llegar a un tope mínimo de 500 muebles producidos por mes.

De los 250 muebles que hoy en día se producen, todos son facturados a muebles Jamar, cliente exclusivo de Kandecor desde que se empezaron a

producir este tipo de muebles.

1.3 Los Costos de producción.

Los costos de producción de los procesos es la mayor incógnita de Kandecor; al no existir sistema alguno de control por procesos, estos no están definidos por producto, sino que son el resultado total de los productos finales en forma indiferenciada; de este modo, no existe forma alguna de saber a priori cuanto es el costo de producción de un producto en particular o las mejoras de costos que producen los cambios operacionales o de diseño que se realizan en la línea de producción, en la adquisición o en cambios en el rendimiento de materia prima, etc.

Los costos estructurales de los procesos de transformación primaria están determinados por los siguientes parámetros:

1. El valor de las materias primas empleada por unidad de producto.
2. La energía necesaria para los procesos de transformación.
3. La mano de obra empleada.

Estos tres aspectos, íntimamente relacionados, son determinantes en los costos y en la rentabilidad, por lo que se estudiarán separadamente.

La implementación de un sistema de costos unitarios de producción, debe tener en cuenta todos los elementos que intervienen en la línea producción.

Así para la madera aserrada, los costos operativos deben ser desagregados y expresados como costos unitarios por tipo y calidad de producto. La participación porcentual por cada tipo de calidad en la producción debe ser estimada sobre experiencias productivas anteriores, destinando especial énfasis en el cálculo de la productividad estándar de los diversos componentes, así como su nivel de costos de terminación, de acuerdo a las especificaciones de los compradores

En cada caso, se debe asignar un nivel alto de costos de producción a las calidades de exportación, con la seguridad de que los precios de venta obtenidos para este tipo de productos les deben permitir soportar esos niveles de costos. Este enfoque es esencial para que las calidades inferiores puedan venderse en el ámbito regional con niveles aceptables de precios.

De acuerdo a las experiencias internacionales, la alternativa de un sistema de costos sin diferenciación por calidad da lugar a una acumulación de grandes stocks de madera de baja calidad con los que se inunda periódicamente el mercado con pérdidas considerables.

El prorrateo de los costos de producción en función de las distintas calidades ofrece a la gestión una mejor perspectiva de comercialización y rentabilidad; de otro modo se altera el ciclo normal de los negocios de la compañía, debido a las perturbaciones en la definición de sus costos, lo que agobia y distorsiona los

costos de producción y lo más perjudicial, los precios de venta, situación que deja estructuralmente fuera de mercado la mayoría de los negocios que se presentan; A la inversa, esta confusión se convierte en un nuevo obstáculo en la búsqueda de una salida productiva, pues los negocios y/o contratos potenciales, se les encarga el servicio de esos falsos pasivos, alejando la oportunidad de acercarse a los precios de mercado.

2. MERCADO COMUN CENTROAMERICANO: Potencial destino de las exportaciones de Kandecor

El análisis de las posibilidades de exportación de muebles modulares de Kandecor hacia el Mercado Común Centroamericano, se analiza desde varios puntos de vista. Uno de ellos es lo concerniente a la logística, dada las facilidades que se tienen en el país con esta región del continente y algunos consejos que se deben tener en cuenta a la hora de decidir exportar al MCCA.

El mercado común centroamericano esta conformado por los siguientes países: Guatemala, Salvador, Nicaragua, Honduras y Costa rica, su objetivo principal es unificar las economías de dichos países e impulsar el desarrollo así como las condiciones de vidas de los habitantes de Centroamérica.

El tratado general de integración económica Centroamérica entró en vigencia el 4 de junio de 1961 para Guatemala, Nicaragua y El Salvador; el 27 de abril de 1962 para Honduras y el 23 de septiembre de 1963 para Costa Rica.

El Mercado Común Centroamericano abarca 423.140 Km², siendo El Salvador el país con menor extensión territorial pero con la mayor densidad poblacional (310 habitantes/Km²).

Con 11.686.000 de habitantes Guatemala es el país mas poblado de la región; en total el MCCA alcanza 34.000.000 de habitantes.

Según cifras de la CEPAL, en el periodo comprendido entre 1995 y 2000, la tasa de crecimiento de la población del MCCA fue de 2.5%, superior a Latinoamérica (1.6%). Honduras y Nicaragua presentaron las mayores tasas de crecimiento de población en la región (2.7%) y las menores relaciones de densidad de población.

En términos de bienestar, Costa Rica es el país que exhibe los mejores indicadores de la región: tiene la menor tasa de mortalidad infantil y la mayor esperanza de vida, el gasto público en la educación y salud es superior al de la región y muestra la menor concentración del ingreso. También es de destacar que presenta la menor tasa de dependencia, es decir, menor proporción de personas no trabajadoras entre el total.

Según datos de la Secretaria De Integración Económica Centroamericana, SIECA, Costa Rica es la economía más grande del MCCA: para el año 2002, registró un PIB de US \$ 15.5 millones. Costa Rica presenta además el PIB per cápita más alto de la región el cual es muy superior al de Nicaragua.

Los países del MCCA, han experimentado una desaceleración de sus economías en los últimos años. Esto obedece a diferentes causas dependiendo del país, según la CEPAL en Costa Rica influyó la contracción de la demanda interna y la baja del turismo luego de los acontecimientos del 11 de septiembre del 2001 en Estados Unidos. La economía Salvadoreña, se vio afectada por la recesión norte americana y la disminución de la oferta exportable derivada de

la sequía sufrida en el 2001.

Por problemas extraeconómicos internos y económicos como el débil desempeño de los ingresos tributarios, Guatemala sigue en desaceleración.

Honduras, que para el año 2000 presentó el mayor crecimiento del PIB de la región (5%), fue afectado en el año 2001 por la recesión norteamericana.

Nicaragua debe su desaceleración al entorno externo desfavorable, al elevado déficit fiscal y a la persistencia de las dificultades de sector bancario. Entre los factores externos se encuentra el deterioro de los términos de intercambio y la pérdida de dinamismo de la economía y el comercio mundial que redundaron en una caída de la demanda de productos Nicaragüenses, especialmente café, manufacturas ubicadas en zonas francas y la actividad turística. Como consecuencia se elevó la tasa de desempleo a 10.7% (fue la mayor de los países en estudio).

Cabe resaltar que todos los países se vieron afectado por la caída de los precios internacionales del café y la recesión norteamericana. La balanza comercial del los países del MCCA ha sido de tendencia negativa a partir de 1996. Finalmente, el comercio intra regional ha pasado de US \$ 8.6 millones a US \$ 2626 millones en los últimos 50 años, con una tasa de crecimiento del 12% promedio anual.

Económica y comercialmente, Guatemala es un país importante para

Colombia. Económicamente, es un país que se considera estable y que ha impulsado su industrialización. En este sentido, según sus indicadores económicos, se considera que una de las economías de los países más desarrollados del Triángulo Norte es la de Guatemala, seguida por El Salvador.

Comercialmente, Guatemala es importante para Colombia porque es uno de los mejor posicionados entre esos países. Si se suma el comercio global de Colombia y de esos países del MCCA, se tiene un mercado ampliado de US\$ 43.085 millones, compuesto por unas exportaciones de US\$ 18.136 millones y unas importaciones de US\$ 24.949 millones, lo cual indica que se trata de un intercambio comercial con grandes posibilidades de desarrollo.

Guatemala es la tercera nación en tamaño en Centroamérica y el país más poblado con 11.7 millones de habitantes, presenta un 3% de crecimiento anual. Su población urbana es del casi 50%.

La exportación de productos colombianos hacia este país ha mantenido una tendencia alza en los últimos años, a un promedio anual del 17.2%.

Con respecto a los muebles de madera y demás productos derivados de esta, Guatemala es una gran alternativa ya que las exportaciones en los últimos años se han venido duplicando.

Existen facilidades para el transporte de carga vía marítima y aérea. Desde Colombia hacia la costa atlántica guatemalteca, se puede contar con 10

servicios.

En general se puede exportar los muebles a los países centroamericanos ya que no poseen una gran infraestructura en la construcción, son países abiertos a las importaciones colombianas. Además este tipo de producto no tiene arancel a los países centroamericanos y Cartagena ofrece una posición geográfica excelente para las exportaciones

2.1 LOGISTICA DE TRASPORTE

2.1.1 Guatemala¹

2.1.1.1 Transporte Marítimo

Puertos: Santo Tomas de Castilla y Puerto Barrios en el Atlántico. Puerto Quetzal y Puerto San José en la Costa Pacífica.

Fletes: entre US \$ 800 – US \$ 1200 para contenedor de 20 pies y entre US \$ 1200 y US \$ 1500 para contenedor de 40 pies. (Entre Costa Atlántica colombiana y Costa Atlántica Guatemalteca).

Entre US \$ 1300 y US \$ 1600 por contenedor de 20 pies y entre US \$ 1800 y US \$ 2000 (desde Buenaventura hasta la Costa Atlántica guatemalteca).

Entre US \$ 1200 y US \$ 1500 para contenedor de 20 pies y entre US \$ 1800 y US \$ 2100 para contenedor de 40 pies (entre las Costa Pacífica entre los países).

¹ Parte de los datos que se presentan en esta sección, tiene como fuente de información la entrevista realizada a Francisco Henao encargado de logística en la sociedad portuaria, en fecha 4 de noviembre de 2003.

2.1.1.2 Transporte Aéreo.

Aeropuerto internacional La Aurora a 6 Km. De ciudad de Guatemala. No dispone de suficiente capacidad para albergar grandes volúmenes de carga. No se cuenta con servicio aéreo directo, existen vuelos con conexiones en Costa rica y Panamá.

Tarifa: Entre US \$ 0.90 a US \$ 1.31/ Kg. Más un recargo de seguridad de US \$ 0.03/Kg.

Como alternativa para muestras sin valor comercial, envíos urgentes y exportaciones de pequeños volúmenes, están los servicios de cargas y courier los cuales permiten garantizar tiempo de entrega precisos

Modalidad: DHL, FEDEX, SERVIENTREGA y UPS. (Ver anexos 1)

2.1.2 El Salvador

2.1.2.1 Transporte Marítimo

Puertos: Acajutla, principal puerto de acceso, ubicado en el pacifico

Fletes: Entre US \$ 1600 y US \$ 1800 para contenedor de 20 pies y entre US \$ 2000 y US \$ 2600 para contenedor de 40 pies. (Desde Buenaventura a Acajutla).

Entre US \$ 110 y US \$130 por metro cúbico (si se hace por vía puerto de Costa rica o Guatemala).

2.1.2.2 Transporte Aéreo: el aeropuerto internacional El Salvador está ubicado a 42 Km. De la capital San Salvador. No existe servicio directo. La

carga debe transportarse en conexión con Panamá, San José y Miami.

Tarifas: Entre US \$ 1.05 y US \$ 1.27/ Kg. Mas un recargo de seguridad de US \$ 0.03 por kilo. (Ver anexo 2).

2.1.3 Costa Rica

2.1.3.1 Transporte Marítimo

Puertos: Puerto Limón el principal en la costa Atlántica y puerto Caldera en la Costa Pacífica.

Fletes: Entre US \$ 750 y US \$ 950 para contenedor de 20 pies y entre US \$ 1000 y US \$ 1200 para contenedor de 40 pies. (Entre la Costa Atlántica hacia Puerto Limón).

Entre US \$ 1600 y US \$ 1900 para contenedor de 20 pies y entre US \$ 1800 y US \$ 2000 para contenedor de 40 pies. (Desde Buenaventura hasta Puerto Limón).

Entre US \$ 1000 y US \$ 1400 para contenedor de 20 pies y entre US \$ 1600 y US \$ 1800 para contenedor de 40 pies. (Hacia puerto Caldera).

2.1.3.2 Transporte Aéreo.

Aeropuertos: San Juan de Santamaría a 17 Km. Se San José, Daniel Oduber en la provincia de Guanacaste; Puerto limón.

Tarifas: Entre US \$ 0.69 y US \$ 1.25 por kilogramo para carga general. (ver anexo 3)

2.1.4 HONDURAS

2.1.4.1 Transporte Marítimo.

Puertos: Puerto Cortes, ubicado en Punta Caballo al noreste de la bahía de Cortes sobre la Costa Atlántica.

Fletes: Entre US \$ 1100 y US \$ 1700 para contenedor de 20 pies y entre US \$ 1300 y US \$ 2100 para contenedores de 40 pies. (Desde los Puertos del atlántico Colombiano).

Entre US \$ 170 y US \$ 210 por tonelada para carga suelta (Desde Cartagena y Buenaventura vía Miami, San José de Costa Rica y Kingston).

2.1.4.2 Transporte Aéreo

Aeropuerto: Tocotín en Tegucigalpa y El Ramón Villegas Morales en San Pedro de Sula. El transporte aéreo de carga es factible gracias a las conexiones en las ciudades en San José de Costa Rica y ciudad de Panamá.

Tarifas: Entre US \$ 1.02 y US \$ 1.45 por kilogramos. (ver anexo 4).

2.1.5 NICARAGUA

2.1.5.1 Transporte Marítimo

Puertos: Blufields en el atlántico; Puerto Cabezas cerca de la frontera con Honduras; puerto San Dino en el pacífico.

Fletes: Entre US \$ 1700 y US \$ 1900 para contenedores de 20 pies y entre US \$ 2000 y US \$ 2500 para contenedores de 40 pies (Desde Buenaventura hasta Puertos del Pacífico de Nicaragua).

Entre US \$ 1600 y US \$ 1800 para contenedores de 20 pies y entre US \$ 2000 y US \$ 2100 para contenedores de 40 pies. (Desde Cartagena vía Puertos de Atlántico Centroamericano).

2.1.5.2 Transporte Aéreo.

Entre Colombia y Nicaragua no se presenta opciones de transporte aéreo directo.

La carga de exportación se moviliza en vuelos con conexión Panamá, san José y Miami.

Tarifas: Entre US \$ 0.95 y US \$ 1.45 por kilogramos. (ver anexo 5).

Fuente: MINCOMEX-PROEXPORT.

2.2 ANÁLISIS SOBRE LA CULTURA DE NEGOCIOS EN CENTROAMERICA

2.2.1 Centroamérica no es igual a Colombia.

Es frecuente que el empresario colombiano que no ha tenido mayor experiencia en esta región perciba a Centroamérica como mercado fácil para exportar. La realidad es muy distinta y saberlo antes de iniciar los primeros trabajos de exploración e investigación de mercado puede significar la diferencia entre el éxito y el fracaso. Cada país en Centroamérica presenta diferencias y los empresarios colombianos deben entenderlas y asimilarlas de la manera más adecuada para adaptarse a las diversas formas de negociación

en la región.

2.2.2 Centroamérica no es un mercado para aprender a exportar.

Se tiene la opinión generalizada en boca de muchos empresarios colombianos que dicen sin una mala intención que para aprender a exportar es mejor iniciar en Centroamérica. Se dice que se habla el mismo idioma, que la cultura es parecida a la nuestra y que los volúmenes no son grandes ni que requieren la misma calidad que los mercados en Estados Unidos y Europa.

Estas opiniones se han convertido en lugares comunes y en realidad no es la mejor mentalidad para llegar a hacer negocios a esta región. Como en otros mercados del mundo, se debe primero estudiar antes de llegar a conclusiones por adelantado.

Si bien existen elementos culturales, históricos y geográficos que nos acercan a los centroamericanos, estos países han tenido que participar en comercio exterior por necesidad desde mucho antes de que en Colombia fuera posible hablar de un modelo de desarrollo exportador.

Los compradores centroamericanos son personas hábiles y entendidas en los negocios internacionales y se han establecido sólidos canales para la importación de mercancías con exportadores en Estados Unidos y de la misma manera en Europa para la comercialización de sus productos de exportación tradicionales como el café y el banano.

2.2.3 Centroamérica no es igual desde Guatemala hasta Panamá.

Para muchos empresarios colombianos, la percepción común es que Centroamérica empieza en Chiapas y que termina en la frontera de Panamá con Colombia. Si bien desde el punto de vista geográfico esto pudiera ser cierto, desde el punto de vista cultural, histórico y económico esto no necesariamente es así. La condición de desarrollo humano, económico y social en esta compleja región arroja una gran diversidad que se refleja en la manera de hacer negocios. Es importante resaltar el hecho de que los panameños no se piensan a si mismos como centroamericanos y no dudan en marcar esa diferencia.

Tampoco es extraño que los costarricenses marquen cierta distancia con el resto de los países de Centroamérica por sus niveles de desarrollo humano y económico superiores.

2.2.4 La cercanía geográfica no siempre es una ventaja.

Es razonable y lógico para los empresarios colombianos pensar que la cercanía geográfica con Centroamérica resulta en una ventaja comparativa con los competidores de Asia en estos mercados. Esto sería el caso si la infraestructura de carreteras y de aduanas fuera considerablemente superior a la que actualmente existe. No es tan importante la cercanía geográfica para las empresas colombianas como argumento de competitividad. La verdadera competitividad en la oferta exportable colombiana debe ser por el lado del financiamiento y facilidades de pago para el comprador.

2.2.5 Se evita la carta de crédito como forma de pago.

Esta opinión se ve reflejada en las políticas de compra de las empresas importadoras. Sin embargo, a pesar de las ventajas de la carta de crédito como mecanismo de pago, la realidad es que los compradores en la región evitan usarla porque les implica un costo financiero muy elevado.

3. ACUERDOS COMERCIALES ENTRE COLOMBIA Y CENTROAMERICA

Es importante tener en cuenta que para la empresa Kandecor, resultaría ventajoso exportar a Centroamérica por los acuerdos comerciales que en la actualidad están vigentes entre Colombia y el MCCA. Estos acuerdos se describen a continuación:

3.1 ALADI

La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) es un organismo intergubernamental que, continuando el proceso iniciado por la ALALC en el año 1960, promueve la expansión de la integración de la región, a fin de asegurar su desarrollo económico y social, y tiene como objetivo final el establecimiento de un mercado común

La ALADI (**Artículos 28 y 29 del TM80**) está compuesta por tres órganos políticos: el Consejo de Ministros de Relaciones Exteriores, la Conferencia de Evaluación y Convergencia y el Comité de Representantes; y un órgano técnico: la Secretaría General.

Son países originarios de la ALADI, signatarios del TM80, la República

Argentina, la República de Bolivia, la República Federativa del Brasil, la República de Chile, la República de Colombia, la República del Ecuador, los Estados Unidos Mexicanos, la República del Paraguay, la República del Perú, la República Oriental del Uruguay y la República Bolivariana de Venezuela.

Posteriormente, el 6 de noviembre de 1998, la República de Cuba fue aceptada como país miembro en la Décima Reunión del Consejo de Ministros por la **Resolución 51(X)**, pasando a ser miembro pleno de la ALADI el 26 de agosto de 1999, luego de haber cumplido las formalidades pertinentes. También participan como países observadores: El salvador , Guatemala, Costa rica, Republica Dominicana, Nicaragua, Honduras, Panamá, Italia, Portugal y España.

Pueden ser parte de la ALADI aquellos países latinoamericanos que así lo soliciten (**Artículo 58 del TM80**) y sean aceptados, previa negociación con los países miembros, conforme al procedimiento establecido por la **Resolución 39** el comité de Representantes.

Corresponde al Consejo de Ministros aceptar la adhesión de un país como miembro de la ALADI, decisión tomada por el voto afirmativo de los dos tercios de los países miembros y sin que exista voto negativo.

3.1.1 Salvador

Acuerdo Comercial de Colombia con El Salvador Colombia otorgó preferencias arancelarias en el marco del artículo 25 de la ALADI a El Salvador en el AAP

Nº 8 de 1984 y vigentes en Colombia mediante decreto 732 de 1990, a 96 productos. En la actualidad se adelanta el proceso de negociación de un acuerdo comercial entre la CAN y los tres países del triángulo norte del MCCA Guatemala, El Salvador y Honduras.

Estructura Arancelaria: Actualmente las tarifas para los bienes de capital son 0%, para las materias primas están entre 0% y 5%, para los productos intermedios están de 5% a 10% y los productos terminados son cargada con el 15% máximo.

Los tranquilizantes, sedantes y antidepresivos fueron adheridos a la listas de productos que requieren permisos del concejo superior de salud.

Las aduanas no exigen licencias de exportación, a menos que sean productos vegetales o animales que requieran licencias del ministerio de agriculturas. Las armas requieren licencias del ministerio de defensa.

3.1.2 Guatemala

Acuerdos Comerciales con Guatemala y en general con el TN.

Con los países del Triángulo del Norte del MCCA existen desde 1984 acuerdos de alcance parcial suscritos por Colombia en el marco de la ALADI, sin reciprocidad para Colombia y que cubren un grupo muy limitado de productos. No obstante, hasta ahora estos acuerdos han tenido poco impacto en el

intercambio comercial.

Colombia otorgó a Guatemala preferencias arancelarias sin reciprocidad para 27 ítems o subpartidas nandinas, preferencias que no han sido ampliamente utilizadas. Sin embargo, Guatemala es el país que más ha utilizado las preferencias, seguido por Honduras.

Estructura Arancelaria: las tarifas arancelarias para el año 2002 oscilan entre el 0% y el 15%, a la mayoría de productos se aplica el 0%, como bienes de capital e insumos industriales.

Los productos que requieren algún tipo de trámites para ingresar a Guatemala son: Animales, vegetales, agroquímicos, medicamentos, bebida alcohólicas, tabaco, productos alimenticios y jabón.

El Certificado De Libre Venta es exigido para la importación de productos como: Farmacéuticos, cosméticos, productos alimenticios y bebidas.

3.1.3 Honduras

El 30 de mayo de 1984, Colombia y Honduras suscribieron el Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) N° 9 y sus Anexos I y II, en desarrollo del artículo 25 del Tratado de Montevideo de 1980.

Los compromisos arancelarios acordados por los dos países en el AAP N° 9 y sus Anexos I (preferencias únicamente a favor de Honduras) y II (normas de

origen), fueron incorporados a la Legislación Nacional mediante el Decreto colombiano 2500 de septiembre 2 de 1985. El 20 de febrero de 2001, los Gobiernos de las Repúblicas de Colombia y Honduras, suscribieron un Primer Protocolo Modificador del AAP, el cual contiene un anexo distinguido como el Anexo III del Acuerdo, con mutuos compromisos en materia de preferencias arancelarias en algunos productos de interés de las partes.

El 13 de junio de 2001, se suscribe un Segundo Protocolo Modificador del AAP N° 9, con el objeto de incluir nuevos productos con márgenes mutuos de preferencias arancelarias fijas -Anexo IV del Acuerdo-, y con el fin de subsanar algunos errores de transcripción del Anexo III del Acuerdo, el cual quedó reemplazado por el Anexo III-A.

El número de productos con preferencias arancelarias mutuas corresponde a unos 80 y en su mayoría son del 100%. Colombia y Honduras, deben proceder de inmediato a dar cumplimiento a los compromisos adquiridos en el marco de los dos Protocolos mencionados mediante la expedición y publicación de los instrumentos nacionales correspondientes.

Para lo anterior, el Ministerio de Comercio Exterior de Colombia, se encuentra tramitando un Decreto, con el fin de poner en vigencia los compromisos que en materia de desgravación arancelaria y de otorgamiento de preferencias ha adquirido en favor de Honduras, los cuales se ceñirán a las disposiciones del AAP N° 9 y el Anexo II sobre origen, del 30 de mayo de 1984.

Estructura Arancelaria: Honduras a estructurado su arancel en los siguientes

niveles:

Bienes de capital y materias primas 0% para los no producidos en Centroamérica y 5% para los producidos, bienes intermedios entre el 0% y el 5% y bienes finales el 10%.²

Para importar a Honduras productos animales o vegetales, se debe diligenciar un formulario de solicitud de importación otorgado por la dirección general de protección y sanidad agropecuaria del ministerio de agricultura y ganadería.

3.1.4 Nicaragua

El Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) N° 6 fue suscrito con Nicaragua en 1984 en el marco del artículo 25 de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y fue puesto en vigencia en Colombia mediante el Decreto 2500 del 2 de septiembre de 1985. En este Acuerdo, Colombia otorga rebajas arancelarias a Nicaragua en algunos productos más no recibe preferencias arancelarias por parte de este país.

Estructura Arancelaria: En cumplimiento del programa de desgravación arancelaria de los países centroamericano, Nicaragua a estructurado su arancel en los siguientes niveles:

² Fuente: Nacional Trade data Bank, estructura arancelaria y tarifas.

Bienes de capital y materia primas 0% para los no producidos en Centroamérica y 5% para los producidos, bienes intermedios entre el 0% y 5% y bienes finales 10%.

Productos veterinarios y alimentos para uso animal, es necesario llevar a cabo un registro previo de estos productos ante el departamento correspondiente en el ministerio agropecuario y forestal.

Agroquímicos, insumos agropecuarios y sustancias peligrosas deben ser previamente registrados y deberán cumplir con un conjunto de requisitos entre los cuales se incluye la presentación de muestras de productos, copia de la etiqueta, composición del producto y certificado de análisis. Posteriormente, cuando se ha dado el visto bueno, se le entrega al interesado un edicto para ser publicado en el diario oficial del país.

Productos farmacéuticos, cosméticos y del hogar deben ser inscritos y registrados en el ministerio de salud. El registro tiene una avenencia de 2 años.

3.1.5 Costa Rica

Con los países del Mercado Común Centroamericano (MCCA) existen desde 1984 acuerdos de alcance parcial suscritos por Colombia en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), sin reciprocidad para Colombia y que cubren un grupo muy limitado de productos. No obstante, hasta ahora estos acuerdos han tenido poco impacto en el intercambio comercial. Colombia otorgó a Costa Rica preferencias arancelarias sin

reciprocidad para 68 subpartidas Nandinas, preferencias que no han sido ampliamente utilizadas (5% de las importaciones colombianas de ese país, durante el año de 1999).

4. RANKING DE PAISES CENTROAMERICANOS SELECCIONADOS PARA LA EXPORTACION DE MUEBLES MODULARES DE KANDECOR

A continuación y basados en información relevante tal como la población, ingreso per cápita la cual determina el poder de compra, costos de logística que ayuda a saber cuanto se gastaría la empresa KANDECOR en llevar sus muebles de madera, PIB que indica como se encuentra el país económicamente, etc., determinaremos cuales países serían los más idóneos y aptos para hacer llegar los muebles modulares de madera.

Para esto se usó el método de ponderaciones, el cual consiste en tomar cada una de las variables que se mencionaron anteriormente (PIB, población, costos, ingreso per capita) y darles una ponderación de acuerdo a la importancia que esta tenga y como pueda influir al momento de tomar la decisión de exportar los muebles modulares a un país determinado del MCCA.

Cada una de estas ponderaciones es hecha de forma proporcional dándole al dato que revela una mayor ventaja una calificación de 10 y al que menos ventaja ofrece una calificación de 1, con base a estos puntaje se hace una interpolación teniendo en cuenta el dato y característica del país que se este analizando.

Luego de tener las ponderaciones correspondiente, a cada variable se le da un porcentaje de importancia y se multiplica por la ponderación y estos resultados se suman, dando así el puntaje que obtiene cada país el cual determina en que posición del ranking se ubicó.

Por ejemplo, para Guatemala en el caso de los costos marítimos. El país en el que resultaría menos costoso llevar los muebles modulares es Costa Rica, se le da una ponderación de 10 puntos y el país que más costoso resultaría llevar los muebles modulares es Nicaragua, se le da una ponderación de 1. Entonces

850-----10
 1000-----x
 1800----- 1

$$\frac{1800-850}{1800-1000} = \frac{1-10}{1-X} \longrightarrow \frac{950}{800} = \frac{-9}{1-X}$$

$$950 - 950 X = - 7200$$

$$X = \frac{-7200-950}{-950}$$

Donde x va a tomar un valor de 8,57

Así sucesivamente se hace con los demás países y de igual forma se hace para cada una de las variables.

**4.1 CUADROS COMPARATIVOS DE LAS DIFERENTES VARIABLES
ESCOJIDAS PARA EL ANALISIS DE LOS PAISES DEL MCCA.**

4.1.1 Tabla comparativa de costos marítimos y aéreos.

País	Costo marítimo (US)	Costo aéreo (US)	Ponderación
Costa Rica	850	1.23	10
Guatemala	1000	1.105	8.57
Honduras	1400	0.97	4.79
El Salvador	1700	1.16	1.95
Nicaragua	1800	1.2	1

Fuente: Calculo de los autores.

4.1.2 Tabla comparativa de PIB

País	PIB US \$ (millones)	ponderación
Guatemala	20564	10
Costa Rica	15548	7.51
El Salvador	13739	6.62
Honduras	6000	2.78
Nicaragua	2397	1

Fuente: Calculo de los autores.

4.1.3 Tabla comparativa de población.

País	Población millones	ponderación
Guatemala	11686000	10
Honduras	6655000	4.02
El Salvador	6396000	3.71
Nicaragua	5214000	2.31
Costa Rica	4112000	1

Fuente: Calculo de los autores.

4.1.4 Tabla comparativa de Ingreso Per Capita

País	ingreso per capita US	Ponderación
Costa Rica	5400	10
Guatemala	3300	4.89
Honduras	1980	1.68
El Salvador	1950	1.61
Nicaragua	1700	1

Fuente: Calculo de los autores.

4.1.5 Tabla comparativa del ranking de países.

País	Ranking
Costa Rica	8.602
Guatemala	7.159
El Salvador	5.483
Nicaragua	2.395
Hondura	2.354

Fuente: Calculo de los autores.

Después de haber efectuado el método de las ponderaciones se puede observar que Costa Rica es el país centroamericano con mejores servicios para el transporte de mercancía internacionales.

Por eso dentro de los países que hacen parte del MCCA es el país que en el ranking ocupó el número uno al cual la empresa Kandecor debe dirigir las exportaciones de muebles modulares.

Además Costa Rica presenta servicios marítimos y aéreos que facilita el acceso de los productos en condiciones adecuadas.

Presenta la mayor esperanza de vida entre los países centroamericano, presenta un gasto público en educación y salud superior a cualquier otro país en la región, es la economía más grande en el MCCA y presenta un PIB per

capita sumamente superior a cualquier otra nación de Centroamérica.

La importación de muebles es creciente en todos los países de la región. Un ejemplo es Costa Rica que pasó de importar US\$ 1.2 millones en el 2000 a US\$ 2.2 millones en el 2002.

Guatemala es el segundo país potencialmente al cual Kandecor podría exportaciones de muebles modulares. En términos generales es bueno el transporte tanto vía aérea como marítima. En cada una ofrece servicio con conexiones a los demás países de Centroamérica y del caribe. Además presenta después de Costa Rica el mejor ingreso per capita y menores costos marítimos.

El Salvador es un país importante para Colombia debido a que es un país de habla hispana y de cercanía geográfica que apoya las iniciativas colombianas en las principales organizaciones y comunidades internacionales. Después de Costa Rica y Guatemala es la economía más importante del MCCA. Comercialmente, El Salvador es importante para Colombia porque es uno de los tres países mejor posesionados del MCCA. Sus exportaciones de bienes suman para 1999, según lo estimado, US\$ 2.400 millones, sus importaciones US\$ 4.150 millones y su comercio global US\$ 6.550 millones. Si se suma el comercio global de Colombia y El Salvador año 1999, se tiene un mercado ampliado de US\$ 27.777 millones, compuesto por exportaciones de US\$ 13.968 millones e importaciones de US\$ 14.809 millones, lo cual indica que se trata de

un intercambio comercial con posibilidades de desarrollo.

En términos generales, el MCCA ofrece un conjunto de oportunidades para la exportación de muebles modulares a la empresa Kandecor. Países como Costa Rica, Guatemala y El Salvador representan espacios de mercado adsequibles para estos productos.

La puesta en marcha de una estrategia de exportación de este tipo de bienes por parte de la empresa Kandecor, exige procesos de mejoramiento tecnológico y productivo, para obtener un bien de excelente calidad y precios competitivos. En este aspecto, la empresa deberá realizar un mejor esfuerzo para lograr sus objetivos de comercio internacional.

5. CONCLUSIONES

Centroamérica es una buena región a la cual Kandecor puede dirigir sus muebles modulares ya que ésta en los últimos años ha presentado un incremento en los indicadores económicos, lo cual serviría para garantizar la rentabilidad de las exportaciones.

Dentro de los países que conforma el Mercado Común Centroamericano, Costa Rica es el país elegido como número uno para exportar los muebles de madera, este presenta el mayor ingreso per capita, las mejores rutas y la mayor viabilidad para el éxito de estos. En un segundo lugar se encuentra Guatemala seguido de El salvador, Nicaragua y honduras.

El MCCA presenta importantes acuerdos comerciales con Colombia lo cual hace que las barreras de entrada de los muebles modulares disminuyan considerablemente.

La demanda de muebles es creciente en todos los países de la región de Centroamérica. Un ejemplo es Costa Rica que pasó de importar US\$ 1.2 millones en el 2000 a US\$ 2.2 millones en el 2002.

En general podemos exportar los muebles modulares a los países que

conforman el Mercado Común Centroamericano ya que estos no poseen gran infraestructura en la construcción de estos, son países abiertos a las importaciones Colombianas.

6. RECOMENDACIONES

Antes de decidir exportar los muebles modulares a los países del MCCA, la empresa KANDECOR debe profundizar las investigaciones de mercado correspondiente a estos países, de tal manera que con la información ofrecida en este trabajo, las exportaciones de los muebles modulares sean muy exitosas, aumente sus mercados internacionales y la rentabilidad de la empresa.

Tener en cuenta los beneficios que ofrece Proexport y el ministerio de comercio exterior en cuanto sus planes exportador que estos ofrecen a los exportadores, de tal manera que sirvan de guía.

Se recomienda explorar países diferentes a los que hacen partes del MCCA. Como Panamá, que es un país que potencialmente presenta indicadores importantes a la hora de elegir un país al cual se quiere incursionar.

El Mercado Común Centroamericano esta creciendo en su exportaciones de muebles de madera. En general la economía viene en continuo crecimiento, por lo que se hace importante tenerlo en cuenta para las importaciones de muebles de madera.

A pesar de que Costa Rica y Guatemala son los dos países mas importantes y

factibles para dirigir las exportaciones de mueble modulares, se recomienda que no se eche de menos a El Salvador, ya que este presenta indicadores importante como el PIB, que se acerca al de estos países y es un mercado atractivo para Colombia debido a que actualmente se encuentra importando muebles de madera.

7. BIBLIOGRAFIA

[http:// www.Proexport.gov.co](http://www.Proexport.gov.co)

[http:// www.mincomex.gov.co](http://www.mincomex.gov.co)

[http:// www.google.com.co/acuerdos comerciales](http://www.google.com.co/acuerdos_comerciales)

<http://www.fao.org/Regional/LAmerica/prior/comagric/negocia/documentos/8notamade.pdf>

CHHIN, Lizcano Guillermo. Comercio exterior. 2 ed. Ed Ediciones Librería del Profesional. 1998.

MINERVINI, Incola. Manual del Exportador. Ed Mc Graw Hill. 1999.

Entrevistas:

Entrevista realizada al señor francisco Henao, encargado de logística, en la fecha 4 de noviembre de 2003.

Entrevista realizada al señor Arturo Barbosa Sánchez, gerente de Kandecor, en la fecha 8 de octubre de 2003.

Información técnica de los muebles proporcionada por Luz Elena Rivero, Diseñadora Grafica de Kandecor, en la fecha 8 de octubre de 2003.

ANEXOS

Anexo 1.

PAÍS: GUATEMALA

Año de Actualización: 2002

Capital:	GUATEMALA
Población:	11,686,558
Idioma:	Español
Tipo de Gobierno:	Democrático. PRESIDENTE ALFONSO PORTILLO Y VICEPRESIDENTE FRANCISCO REYES, PERÍODO 2000 - 2004
Religión:	CATOLICOS ROMANOS, PROTESTANTES Y OTROS
Moneda:	Quetzal
PIB:	Valor US\$: 20,564,389,244.00 PIB per Capita US\$: 1,943.00 Crecimiento de PIB %: 2.00
Tasa de Devaluación %:	3.64
Cambio de la moneda X US\$:	7.81
Deuda Externa US\$:	3,037,100,000.00
Tipo de Cambio Bilateral X Moneda del País :	Valor Col\$: 321.12
Desempleo %:	3.13
Tasa de Interés :	Tasa de Interés Activo %: 16.20 Tasa de Interés Pasivo %: 6.91
Inflación %:	6.33

Fuente: Proexport

INDICADOR	1998	1999	2000	2001	2002
PIB (millones de Q.)	124,022.5	135,287.0	149,743.0	164,736.7	181,866.7
Crecimiento real (%)	4.7	3.5	3.3	2.3	2.0
Tipo de Cambio (Q x 1US\$)	7.00	7.75	7.80	7.95	7.80
Inflación (%)	7.5	5.2	5.08	8.91	6.33
Número de turistas (miles)	636.0	820.0	826.2	835.0	837.4
Población (millones de hab.)	11.1	11.2	11.4	11.5	11.4
Importaciones (millones de \$)	3,985.6	3,119.2	4,892.5	5,167.1	5,571.0
Exportaciones (millones de \$)	3,286.0	1,864.1	2,715.6	2,228.6	2,055.2
Salario mínimo mensual en Q	528.0	650.4	715.50	830.10	1,026.0
Balanza Comercial Saldo (millones de \$)	(699.5)	(1,255.1)	(2,177.0)	(2,938.5)	(3,515.8)
Deuda Externa (millones de \$)	2,119.5	2,386.3	2,487.8	2,420.1	2,943.3
Deuda interna (millones de Q)	6,175.5	7,508.5	8,483.1	10,729.6	8,120.0

Fuente: Banco de Guatemala.

Anexo 2

PAÍS: EL SALVADOR

Año de Actualización: 2002

Capital:	SAN SALVADOR
Población:	6,396,799
Idioma:	ESPAÑOL
Tipo de Gobierno:	REPUBLICA. PRESIDENTE: FRANCISCO FLORES (1999 - 2004)
Religión:	75% CATOLICOS ROMANOS. 25% OTROS
Moneda:	COLON Y DOLAR
PIB:	Valor US\$: 13,739,979,810.00 PIB per Capita US\$: 2,190.00 Crecimiento de PIB %: 2.50
Tasa de Devaluación %:	0.00
Cambio de la moneda X US\$:	8.75
Deuda Externa US\$:	3,987,000,000.00
Tipo de Cambio Bilateral X Moneda del País :	Valor Col\$: 286.62
Desempleo %:	7.10
Tasa de Interés :	Tasa de Interés Activo %: 7.14 Tasa de Interés Pasivo %: 3.41
Inflación %:	2.79

Fuente: Proexport.

INDICADORES DE EL SALVADOR			
SECTOR EXTERNO	ENE - MAR 2003	ENE - MAR 2002	VARIACIÓN
Exportaciones (millones \$)	801,8	706,8	13,4%
Importaciones (millones \$)	1.418,6	1.159,5	22,3%
Balanza comercial	-616,8	-452,7	36,2%
SECTOR PÚBLICO NO FINANCIERO	ENE - MAR 2003	ENE - MAR 2002	VARIACIÓN
Ingresos (millones \$)	576,3	555,5	3,7%
Gastos (millones \$)	601,4	592,1	1,6%
Superávit (déficit) fiscal (millones \$)	-25,1	-36,7	-31,6%
SECTOR MONETARIO	A MAR 2003	A MAR 2002	VARIACIÓN
Crédito al sector privado (millones de \$)	6.041,3	5.553,6	8,8%
RMI	1.765,4	1.769,0	-0,2%
Tasa de interés pasiva (%)	3,28	3,41	n.a.
Tasa de interés activa (%)	6,44	7,29	n.a.
Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador.			

Anexo 3.

PAÍS: COSTA RICA

Año de Actualización: 2002

Capital:	SAN JOSE
Población:	4,112,000
Idioma:	ESPAÑOL
Tipo de Gobierno:	REPUBLICA DEMOCRATICA. PRESIDENTE: ABEL PACHECO (2002-2006)
Religión:	95% CATOLICOS ROMANOS. OTROS 5%
Moneda:	COLON
PIB:	Valor US\$: 15,548,645,073.00 PIB per Capita US\$: 4,223.90 Crecimiento de PIB %: 2.80
Tasa de Devaluación %:	10.83
Cambio de la moneda X US\$:	359.82
Deuda Externa US\$:	1,938,500,000.00
Tipo de Cambio Bilateral X Moneda del País :	Valor Col\$: 6.97
Desempleo %:	6.40
Tasa de Interés :	Tasa de Interés Activo %: 26.42 Tasa de Interés Pasivo %: 11.46
Inflación %:	9.20

Fuente: Proexport.

Anexo 4.

PAÍS: HONDURAS

Año de Actualización: 2002

Capital:	TEGUCIGALPA
Población:	6,655,037
Idioma:	ESPAÑOL
Tipo de Gobierno:	REPUBLICA. PRESIDENTE RICARDO MADURO (2001-2004)
Religión:	97% CATOLICOS ROMANOS. 3% OTROS
Moneda:	LEMPIRA
PIB:	Valor US\$: 6,000,615,281.00 PIB per Capita US\$: 950.29 Crecimiento de PIB %: 2.00
Tasa de Devaluación %:	6.28
Cambio de la moneda X US\$:	16.61
Deuda Externa US\$:	4,700,000,000.00
Tipo de Cambio Bilateral X Moneda del País :	Valor Col\$: 150.99
Desempleo %:	6.20
Tasa de Interés :	Tasa de Interés Activo %: 22.69 Tasa de Interés Pasivo %: 10.61
Inflación %:	7.70

Fuente: Proexport.

Anexo 5.

PAÍS: NICARAGUA

Año de Actualización: 2002

Capital:	MANAGUA
Población:	5,347,311
Idioma:	ESPAÑOL
Tipo de Gobierno:	REPUBLICA. PRESIDENTE ENRIQUE BOLAÑOS. 2001-2005
Religión:	CATOLICOS 95%, PROTESTANTES 5%
Moneda:	CORDOBA
PIB:	Valor US\$: 2,521,894,737.00 PIB per Capita US\$: 472.10 Crecimiento de PIB %: 1.00
Tasa de Devaluación %:	6.00
Cambio de la moneda X US\$:	14.25
Deuda Externa US\$:	0.00
Tipo de Cambio Bilateral X Moneda del País :	Valor Col\$: 176.00
Desempleo %:	12.90
Tasa de Interés :	Tasa de Interés Activo %: 23.40 Tasa de Interés Pasivo %: 5.80
Inflación %:	4.00

Fuente: Proexport.

LISTA DE CUADROS

Cuadro comparativo de las exportaciones de muebles de madera hacia Centroamérica.

MERCADO COMUN CENTROAMERICANO (MCCA)

	FOB (US) 2000	FOB (US) 2001	FOB (US) 2002	FOB (US) 2003 Enero -Agosto
◆ <u>COSTA RICA</u>	121,059,995	149,820,500	152,298,684	129,736,701
◆ <u>EL SALVADOR</u>	24,645,394	29,136,551	31,844,114	22,025,750
◆ <u>GUATEMALA</u>	65,184,087	76,697,563	82,775,172	56,011,885
◆ <u>HONDURAS</u>	39,485,237	24,594,086	28,565,664	20,939,764
◆ <u>NICARAGUA</u>	5,426,906	6,303,978	5,026,186	3,563,270
Total MERCADO COMUN CENTROAMERICANO (MCCA)	255,801,619	286,552,678	300,509,820	232,277,370

Cuadro de exportaciones Colombianas totales a Costa Rica según los sectores de promoción de Proexport.

PAIS:

COSTA RICA

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A COSTA RICA SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT					
Sectores	2000	2001	2002		2003 Enero - Agosto
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	FOB US\$
<u>ACUICOLA Y PESQUERO</u>	633,354	559,751	584,408	0.38	309,809
<u>AGRICOLA</u>	79,583	130,220	243,784	0.16	246,032
<u>AGROINDUSTRIAL</u>	3,326,246	5,541,905	11,523,139	7.57	3,868,870
<u>ARTESANIAS</u>	384,552	268,181	333,770	0.22	204,310
<u>ARTICULOS DE HOGAR, OFICINA, HOTELES Y HOSPITAL</u>	2,666,107	2,807,238	4,321,382	2.84	2,182,743
<u>ARTICULOS INDUSTRIALES</u>	2,971,069	2,845,184	10,990,831	7.22	2,682,777
<u>AUDIOVISUALES</u>	502,579	307,541	813,546	0.53	554,971
<u>AUTOPARTES</u>	1,561,857	2,199,568	2,420,852	1.59	1,088,947
<u>CALZADO</u>	1,039,260	1,108,405	1,254,334	0.82	603,822
<u>CARBON</u>	322,812	1,475,639	819,830	0.54	1,247,646
<u>CUERO MANUFACTURAS DE CUERO</u>	1,600,994	1,573,250	664,225	0.44	1,047,734
<u>EDITORIAL Y ARTES GRAFICAS</u>	6,672,204	7,442,109	7,586,084	4.98	5,785,114
<u>ENVASES/EMPAQUES</u>	2,469,307	3,020,456	4,648,685	3.05	3,144,709
<u>FARMACEUTICO</u>	1,625,850	4,006,760	3,677,791	2.41	3,075,826
<u>FLORES Y PLANTAS VIVAS</u>	10,675	6,383	15,781	0.01	4,111
<u>INSTRUMENTOS Y APARATOS</u>	5,194,091	5,717,717	7,277,665	4.78	3,991,986
<u>JOYERIA Y PIEDRAS PRECIOSAS</u>	7,886	2,958	47,308	0.03	75,671
<u>JUGUETES Y ARTICULOS DEPORTIVOS</u>	486,152	301,410	338,734	0.22	180,813
<u>MATERIALES DE CONSTRUCCION</u>	3,522,275	3,710,570	3,166,267	2.08	2,508,093
<u>METALMECANICA</u>	26,600,516	23,877,607	26,215,312	17.21	17,978,217
<u>MINERALES</u>	17,939	186,383	226,639	0.15	190,830
<u>MUEBLES Y MADERAS</u>	966,132	1,911,654	1,618,716	1.06	1,153,094
<u>OTROS SERVICIOS</u>	394	5	0	0.00	480
<u>PECUARIO</u>	8,398	20,098	18,493	0.01	63,868
<u>PETROLEO Y SUS DERIVADOS</u>	1,366,320	25,100,622	3,901,480	2.56	35,685,258
<u>PLASTICO Y CAUCHO</u>	9,882,933	10,704,571	13,782,338	9.05	11,778,382
<u>QUIMICO</u>	24,203,249	22,650,567	27,031,554	17.75	17,531,063
<u>SOFTWARE</u>	136,474	115,185	360,319	0.24	406,810
<u>TEXTILES Y CONFECCIONES</u>	22,430,304	21,612,750	18,032,053	11.84	11,855,623
<u>VEHICULOS Y OTROS MEDIOS DE TRANSPORTE</u>	370,483	615,813	383,364	0.25	289,092
TOTAL	121,059,995	149,820,500	152,298,684	100.00	129,736,701

Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Cuadro de exportaciones colombianas totales a costa rica según los sectores de promoción de Proexport: Subsector de muebles.

PAIS: COSTA RICA

SECTOR: MUEBLES Y MADERAS

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A COSTA RICA SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT					
Subsectores	2000	2001	2002		2003 Enero - Agosto
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	FOB (US\$)
<u>MADERA</u>	192,917	443,204	547,116	33.80	360,420
<u>MUEBLES - HOGAR</u>	105,606	478,434	667,801	41.25	361,083
<u>MUEBLES - OFICINA</u>	667,609	990,016	403,799	24.95	431,591
TOTAL	966,132	1,911,654	1,618,716	100.00	1,153,094

Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Cuadro de exportaciones Colombianas totales a El Salvador según los sectores de promoción de Proexport.

PAIS: EL SALVADOR

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A EL SALVADOR SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT				
Sectores	2000	2001	2002	2003 Enero -Agosto

	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	FOB US\$
AGRICOLA	11,353	133	1,900	0.01	0
AGROINDUSTRIAL	1,273,535	1,283,805	1,204,941	3.78	1,232,664
ARTESANIAS	4,926	3,077	35,134	0.11	170,621
ARTICULOS DE HOGAR, OFICINA, HOTELES Y HOSPITAL	1,034,292	1,122,922	1,692,247	5.31	928,457
ARTICULOS INDUSTRIALES	844,828	1,194,559	1,863,831	5.85	1,036,365
AUDIOVISUALES	37,791	64,772	166,000	0.52	62,305
AUTOPARTES	491,173	981,284	1,279,746	4.02	923,293
CALZADO	62,904	192,783	60,480	0.19	10,775
CARBON	11,610	21,251	32,934	0.10	37,678
CUERO MANUFACTURAS DE CUERO	306,358	346,472	396,393	1.24	176,956
EDITORIAL Y ARTES GRAFICAS	3,599,855	3,551,066	4,431,940	13.92	2,176,587
ENVASES/EMPAQUES	422,507	1,083,192	983,113	3.09	414,839
FARMACEUTICO	1,385,918	1,490,709	1,639,676	5.15	1,110,396
FLORES Y PLANTAS VIVAS	18,639	4,680	419,097	1.32	0
INSTRUMENTOS Y APARATOS	1,203,655	1,130,852	823,175	2.59	935,745
JOYERIA Y PIEDRAS PRECIOSAS	0	51	6,074	0.02	13,198
JUGUETES Y ARTICULOS DEPORTIVOS	92,541	144,740	107,288	0.34	105,395
MATERIALES DE CONSTRUCCION	996,701	1,406,895	1,215,881	3.82	987,738
METALMECANICA	2,478,914	3,169,463	3,097,166	9.73	2,102,331
MINERALES	1,271	642	1,634	0.01	3,089
MUEBLES Y MADERAS	176,503	211,965	253,800	0.80	241,734
OTROS SERVICIOS	0	0	3,476	0.01	13,616
PETROLEO Y SUS DERIVADOS	779,156	556,831	91,241	0.29	583,550
PLASTICO Y CAUCHO	5,024,276	6,608,494	6,648,157	20.88	5,366,995
QUIMICO	3,032,321	2,834,699	3,063,202	9.62	2,010,307
SOFTWARE	37,697	26,976	405,284	1.27	1,995
TEXTILES Y CONFECCIONES	1,145,846	1,581,411	1,787,491	5.61	1,247,886
VEHICULOS Y OTROS MEDIOS DE TRANSPORTE	170,824	122,827	132,813	0.42	131,235
TOTAL	24,645,394	29,136,551	31,844,114	100.00	22,025,750

Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Cuadro de exportaciones colombianas totales a El Salvador según los sectores de promoción de Proexport: Subsector de muebles.

PAIS: EL SALVADOR

SECTOR: MUEBLES Y MADERAS

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A EL SALVADOR SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT					
Subsectores	2000	2001	2002		2003 Enero - Agosto
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	FOB (US\$)

<u>MADERA</u>	103,351	46,218	170,477	67.17	153,054
<u>MUEBLES - HOGAR</u>	10,732	19,523	35,476	13.98	18,795
<u>MUEBLES - OFICINA</u>	62,420	146,224	47,847	18.85	69,885
TOTAL	176,503	211,965	253,800	100.00	241,734

Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Cuadro de exportaciones Colombianas totales a Guatemala según los sectores de promoción de Proexport.

PAIS: GUATEMALA

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A GUATEMALA SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT					
Sectores	2000	2001	2002		2003
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	Enero -Agosto FOB US\$
<u>ACUICOLA Y PESQUERO</u>	2,190,269	2,957,629	2,872,421	3.47	1,992,897
<u>AGRICOLA</u>	171,485	94,201	754,024	0.91	388,096
<u>AGROINDUSTRIAL</u>	1,316,665	1,737,917	1,346,426	1.63	1,371,873

ARTESANIAS	118,036	94,780	220,470	0.27	368,726
ARTICULOS DE HOGAR, OFICINA, HOTELES Y HOSPITAL	2,069,648	2,096,124	2,949,854	3.56	2,330,570
ARTICULOS INDUSTRIALES	741,815	834,588	532,215	0.64	443,117
AUDIOVISUALES	270,429	111,517	372,892	0.45	237,399
AUTOPARTES	1,344,170	2,185,376	2,343,832	2.83	1,973,212
CALZADO	448,769	583,015	461,840	0.56	200,473
CARBON	8,869,761	13,035,956	9,552,018	11.54	8,120,159
CUERO MANUFACTURAS DE CUERO	1,795,863	1,797,440	2,737,837	3.31	1,673,301
EDITORIAL Y ARTES GRAFICAS	4,722,246	7,893,288	6,951,919	8.40	3,976,747
ENVASES/EMPAQUES	939,499	1,559,021	675,329	0.82	622,342
FARMACEUTICO	5,433,768	4,188,391	4,514,035	5.45	2,482,512
FLORES Y PLANTAS VIVAS	25,246	46,877	16,320	0.02	15,697
INSTRUMENTOS Y APARATOS	1,997,977	3,115,547	1,849,834	2.23	1,123,994
JOYERIA Y PIEDRAS PRECIOSAS	0	506	40,252	0.05	4,997
JUGUETES Y ARTICULOS DEPORTIVOS	141,375	154,493	96,078	0.12	54,986
MATERIALES DE CONSTRUCCION	1,623,526	3,265,541	1,785,282	2.16	1,437,175
METALMECANICA	6,356,323	6,035,431	7,501,094	9.06	3,329,822
MINERALES	0	0	380,159	0.46	392,837
MUEBLES Y MADERAS	634,306	583,146	835,218	1.01	613,905
OTROS SERVICIOS	0	47	0	0.00	0
PECUARIO	22,580	73,940	60,142	0.07	37,031
PETROLEO Y SUS DERIVADOS	182,526	181,222	203,959	0.25	195,501
PLASTICO Y CAUCHO	5,834,023	3,622,806	10,858,949	13.12	6,669,163
QUIMICO	14,307,088	15,350,461	16,461,972	19.89	12,337,181
SOFTWARE	206,418	121,582	626,754	0.76	151,566
TEXTILES Y CONFECCIONES	3,065,165	4,616,405	5,092,966	6.15	3,141,833
VEHICULOS Y OTROS MEDIOS DE TRANSPORTE	355,111	360,316	681,081	0.82	324,773
TOTAL	65,184,087	76,697,563	82,775,172	100.00	56,011,885

Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Cuadro de exportaciones colombianas totales a Guatemala según los sectores de promoción de Proexport: Subsector de muebles.

SECTOR: MUEBLES Y MADERAS

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A GUATEMALA SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT					
Subsectores	2000	2001	2002		2003
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	FOB (US\$)
MADERA	213,824	203,940	304,500	36.46	342,689
MUEBLES - HOGAR	93,991	94,553	143,400	17.17	128,143
MUEBLES - OFICINA	326,491	284,653	387,318	46.37	143,073
TOTAL	634,306	583,146	835,218	100.00	613,905

Cuadro de exportaciones Colombianas totales a Honduras según los sectores de promoción de Proexport.

PAIS: HONDURAS

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A HONDURAS SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT					
Sectores	2000	2001	2002		2003 Enero -Agosto
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	FOB US\$
<u>ACUICOLA Y PESQUERO</u>	471,481	208,014	0	0.00	0
<u>AGRICOLA</u>	321,098	34,000	432,195	1.51	32,904
<u>AGROINDUSTRIAL</u>	682,569	222,290	565,212	1.98	518,236
<u>ARTESANIAS</u>	10,530	1,418	2,652	0.01	5,429
<u>ARTICULOS DE HOGAR, OFICINA, HOTELES Y HOSPITAL</u>	1,690,240	1,527,582	2,588,647	9.06	1,489,875
<u>ARTICULOS INDUSTRIALES</u>	167,125	261,350	610,974	2.14	446,932
<u>AUDIOVISUALES</u>	17,339	5,717	14,800	0.05	20,396

AUTOPARTES	335,310	378,567	517,450	1.81	467,997
CALZADO	250,564	303,313	274,087	0.96	26,690
CARBON	3,109,310	3,809,286	4,006,825	14.03	1,491,437
CUERO MANUFACTURAS DE CUERO	201,203	200,251	137,866	0.48	45,910
EDITORIAL Y ARTES GRAFICAS	1,417,046	1,242,245	1,266,726	4.43	1,519,206
ENVASES/EMPAQUES	698,838	665,327	825,237	2.89	1,115,601
FARMACEUTICO	1,058,600	1,548,413	1,196,489	4.19	349,276
FLORES Y PLANTAS VIVAS	5,920	1,050	18,549	0.06	1,121
INSTRUMENTOS Y APARATOS	570,157	570,872	794,618	2.78	449,423
JOYERIA Y PIEDRAS PRECIOSAS	0	51	0	0.00	0
JUGUETES Y ARTICULOS DEPORTIVOS	53,419	277,915	201,299	0.70	30,642
MATERIALES DE CONSTRUCCION	967,952	1,312,376	1,494,007	5.23	1,738,985
METALMECANICA	6,370,282	4,513,841	5,332,373	18.67	3,863,518
MINERALES	68,494	86,480	67,620	0.24	56,393
MUEBLES Y MADERAS	197,001	337,283	495,303	1.73	244,846
PECUARIO	0	0	0	0.00	1,226
PETROLEO Y SUS DERIVADOS	209,500	820,673	535,227	1.87	297,171
PLASTICO Y CAUCHO	1,372,045	1,474,995	1,203,585	4.21	1,539,622
QUIMICO	3,997,823	2,961,203	3,308,246	11.58	2,454,209
SOFTWARE	84,929	242,885	54,123	0.19	193,691
TEXTILES Y CONFECCIONES	2,409,264	1,488,996	2,309,111	8.08	2,441,378
VEHICULOS Y OTROS MEDIOS DE TRANSPORTE	12,747,198	97,693	312,443	1.09	97,650
TOTAL	39,485,237	24,594,086	28,565,664	100.00	20,939,764

Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Cuadro de exportaciones colombianas totales a Honduras según los sectores de promoción de Proexport: Subsector de muebles.

PAIS: HONDURAS

SECTOR: MUEBLES Y MADERAS

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A HONDURAS SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT					
Subsectores	2000	2001	2002		2003 Enero - Agosto
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	FOB (US\$)
MADERA	84,954	193,963	228,166	46.07	173,313
MUEBLES - HOGAR	15,540	30,416	138,869	28.04	42,019
MUEBLES - OFICINA	96,507	112,904	128,268	25.90	29,514
TOTAL	197,001	337,283	495,303	100.00	244,846

Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Cuadro de exportaciones Colombianas totales a Nicaragua según los sectores de promoción de Proexport.

PAIS: NICARAGUA

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A NICARAGUA SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT					
Sectores	2000	2001	2002		2003 Enero -Agosto
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	FOB US\$
<u>ACUICOLA Y PESQUERO</u>	79,188	96,925	4,250	0.08	0
<u>AGRICOLA</u>	0	0	26	0.00	0
<u>AGROINDUSTRIAL</u>	672,267	66,844	26,277	0.52	393
<u>ARTESANIAS</u>	511	549	1,206	0.02	199
<u>ARTICULOS DE HOGAR, OFICINA, HOTELES Y HOSPITAL</u>	68,805	109,591	29,128	0.58	119,943
<u>ARTICULOS INDUSTRIALES</u>	447,054	30,488	15,806	0.31	924
<u>AUDIOVISUALES</u>	9,775	8,127	61,066	1.21	50,828
<u>AUTOPARTES</u>	76,846	63,650	24,451	0.49	11,459
<u>CALZADO</u>	13,240	15,664	31,091	0.62	40,748
<u>CUERO MANUFACTURAS DE CUERO</u>	124,597	39,601	16,017	0.32	6,256
<u>EDITORIAL Y ARTES GRAFICAS</u>	1,263,664	2,435,129	1,177,944	23.44	1,345,505

<u>ENVASES/EMPAQUES</u>	75,410	117,362	87,284	1.74	54,688
<u>FARMACEUTICO</u>	190,184	732,687	1,832,809	36.47	1,008,576
<u>INSTRUMENTOS Y APARATOS</u>	46,984	66,505	58,088	1.16	210,001
<u>JOYERIA Y PIEDRAS PRECIOSAS</u>	0	0	0	0.00	155
<u>JUGUETES Y ARTICULOS DEPORTIVOS</u>	18,345	39,702	31,629	0.63	3,768
<u>MATERIALES DE CONSTRUCCION</u>	66,029	172,677	37,909	0.75	27,281
<u>METALMECANICA</u>	1,124,035	1,770,822	679,862	13.53	287,677
<u>MINERALES</u>	0	0	2,400	0.05	0
<u>MUEBLES Y MADERAS</u>	720	2,007	114,103	2.27	4,516
<u>PECUARIO</u>	0	4,167	44	0.00	0
<u>PLASTICO Y CAUCHO</u>	50,296	38,713	56,818	1.13	24,159
<u>QUIMICO</u>	526,349	229,090	355,800	7.08	128,410
<u>SOFTWARE</u>	145,576	87,488	162,551	3.23	1,913
<u>TEXTILES Y CONFECCIONES</u>	253,980	141,459	189,082	3.76	155,815
<u>VEHICULOS Y OTROS MEDIOS DE TRANSPORTE</u>	173,051	34,731	30,545	0.61	80,056
TOTAL	5,426,906	6,303,978	5,026,186	100.00	3,563,270

Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Cuadro de exportaciones colombianas totales a Nicaragua según los sectores de promoción de Proexport: Subsector de muebles.

SECTOR: MUEBLES Y MADERAS

EXPORTACIONES COLOMBIANAS TOTALES A NICARAGUA SEGÚN LOS SECTORES DE PROMOCIÓN DE PROEXPORT								
Subsectores	2000		2001		2002		2003	
	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	PARTICIP. (%)	2003 Enero - Agosto		
						FOB (US\$)		
<u>MADERA</u>	0	0	16,884	14.80		1,137		
<u>MUEBLES - HOGAR</u>	0	1,260	95,281	83.50		2,050		
<u>MUEBLES - OFICINA</u>	720	747	1,938	1.70		1,329		
TOTAL	720	2,007	114,103	100.00		4,516		

Fuente de Información: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Cartagena de Indias, Noviembre 21 de 2003

Señores:

COMITÉ DE INVESTIGACIÓN

Facultad de Ciencias Económicas y Administración
Programa Minor de Negocios Internacionales
Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar

Ciudad

Cordial saludo:

Me dirijo a ustedes con todo respeto para comunicarles que he dirigido, guiado

y asesorado, la monografía del Minor en Negocios Internacionales desarrollada por los estudiantes **RAUL ROJAS GONZALEZ y CARLOS GUILLERMO SANCHEZ GARCÍA**, la cual se titula **“ANALISIS DE NUEVOS MERCADOS PARA LA EXPORACIÓN DE MUEBLES MODULARES POR PARTE DE LA EMPRESA KANDECOR HACIA EL MERCADO COMÚN CENTROAMERICANO”**.

Requisito indispensable para obtener el título de Ingeniero Industrial.

Cordialmente.

JORGE ALVIS
ECONOMISTA

Cartagena de Indias, Noviembre 21 de 2003

Señores:

COMITÉ DE INVESTIGACIÓN
Facultad de Ciencias Económicas y Administración
Programa Minor de Negocios Internacionales
Corporación Universitaria Tecnológica de Bolívar

Ciudad

Cordial saludo:

Mediante la presente estamos haciendo entrega de la monografía titulada **“ANALISIS DE NUEVOS MERCADOS PARA LA EXPORACIÓN DE MUEBLES MODULARES POR PARTE DE LA EMPRESA**

KANDECOR HACIA EL MERCADO COMÚN CENTROAMERICANO”.
Realizada por **RAUL ROJAS GONZALEZ** y **CARLOS SANCHEZ GARCÍA**.

Atentamente:

RAUL ROJAS GONZALEZ
Código 9901957

CARLOS SANCHEZ GARCIA
Código 9901858

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Cuadro comparativo de costos marítimos y aéreos.	42
Tabla 2. Cuadro comparativo de PIB.	42
Tabla 3. Cuadro comparativo de población.	43
Tabla 4. Cuadro comparativo de ingreso per capita.	43
Tabla 5. Cuadro comparativo de ranking.	44

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Cuadro comparativo de las exportaciones de muebles de madera hacia Centroamérica.	59
Cuadro 2. Cuadro de exportaciones Colombianas totales a Costa Rica.	60
Cuadro 3. Cuadro de exportaciones colombianas totales a costa rica Subsector de muebles.	61
Cuadro 3. Cuadro de exportaciones Colombianas totales a El Salvador.	62
Cuadro 4. Cuadro de exportaciones colombianas	

totales a El Salvador	Subsector de muebles.	63
Cuadro 5.	Cuadro de exportaciones Colombianas totales a Guatemala.	64
Cuadro 6.	Cuadro de exportaciones colombianas totales a Guatemala	65
	Subsector de muebles.	
Cuadro 7.	Cuadro de exportaciones Colombianas totales a Honduras.	66
Cuadro 8.	Cuadro de exportaciones colombianas totales a Honduras	67
	Subsector de muebles.	
Cuadro 9.	Cuadro de exportaciones Colombianas totales a Nicaragua.	68
Cuadro 10.	Cuadro de exportaciones colombianas totales a Nicaragua	69
	Subsector de muebles.	