



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN-MANAGUA

## Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM–Estelí

### Mercados potenciales en el extranjero para las Industrias de Puros Nicaragüenses

#### **Trabajo monográfico para optar**

al grado de

#### **Licenciado en Mercadotecnia**

#### **Autores**

Clara Selene Rugama Ruíz

Tatiana María Herrera Gutiérrez

#### **Tutor o tutora**

M.Sc. Jazmina Ramírez Sovalbarro

Estelí, 30 de enero de 2018



# Índice

I. Introducción.....	4
1.1. Antecedentes.....	7
1.2. Planteamiento del Problema. ....	9
1.3. Justificación. ....	10
II. Objetivos. ....	11
2.1. Objetivo General.....	11
2.2. Objetivos Específicos. ....	11
III. Marco Teórico. ....	12
3.1. Capítulo I.....	12
3.2. Capítulo II.....	19
3.3. Capítulo III.....	26
IV. Supuestos. ....	29
4.1. Supuestos.....	29
4.2. Matriz de Categoría. ....	30
V. Diseño Metodológico. ....	36
5.1. Tipo de investigación:.....	36
5.2. Tipo de estudio:.....	36
5.3. Universo, Muestra y Unidad de análisis.....	37
5.4. Técnicas de recolección de datos. ....	39
5.5. Etapas de la Investigación.....	40
VI. Resultados.....	42
VII. Conclusiones.....	61
VIII. Recomendaciones.....	62
IX. Bibliografía.....	63
X. Anexos.....	66
10.1. Entrevista dirigida a entidades que apoyan el proceso de exportación. ....	67
10.2. Entrevista dirigida a Fabricas exportadoras de puros.....	68
10.3. Matriz de vinculación de categorías No. 5.....	69
10.4. Gráfico No. 2.....	70
10.5. Entrevistas dirigidas a fábricas de puros.....	72
10.5.1. Fábrica de puros Olivas.....	72

10.5.2. Tabacalera Carrera S.A .....	74
10.5.3. Tabacalera A J Fernández Cigars S.A.....	75
10.5.4. Tabacalera Perdomo S.A.....	77
10.5.5. Tabacalera Yayabo Cigars S.A .....	79
10.5.6. Tabacalera TAMBOR .....	80
10.5.7. Plasencia Cigars .....	82
10.6. Entrevista dirigida a entidades que apoyan el proceso de exportación .....	84
10.6.1. Apen.....	84

## Dedicatoria

### **Clara Selene Rugama Ruiz**

A mis padres, Humberto Rugama y Sandra Ruiz, quienes fueron mi apoyo incondicional a lo largo de esta carrera.

### **Tatiana Herrera Gutiérrez**

A mi hijo Eduardo Andrés, quien fue mi principal fortaleza para alcanzar esta importante meta.

## Agradecimiento

Primeramente a Dios por permitirnos culminar una nueva etapa de nuestras vidas, A nuestros padres por ser nuestros guías y el pilar que siempre nos motivan a salir a delante con esfuerzo y dedicación.

A nuestra tutora MSc. Yasmina Ramírez Sobalvarro, por el tiempo, apoyo, esfuerzo y dedicación durante todo el periodo de nuestra carrera.

A MSc. Elimelec Videa Merlo por facilitar los conocimientos que serán de gran utilidad para nuestro desarrollo profesional.

## Introducción.

En Nicaragua la producción de tabaco del método artesanal ha tomado gran importancia en los últimos años, por lo que este producto no tradicional ocupa un nivel privilegiado de aceptación en el mercado norteamericano y europeo donde sus consumidores destacan su aroma y sabor; además de ser catalogado como un tabaco fino y de calidad.

A nivel centroamericano Nicaragua ha presentado un notorio crecimiento durante los últimos años ubicándose en el segundo lugar de los países que más fabrican este producto, desplazando a Honduras al tercer lugar demostrando la capacidad de producción, calidad y la competitividad que caracteriza a las empresas nicaragüenses.

Dado a su grado de aceptación los puros nicaragüenses a nivel internacional se han destacado en prestigiosos rankings donde han resultados favorecidos entre los primeros lugares, lo cual resulta beneficioso porque se extiende su fama abriendo oportunidades para incursionar en nuevos mercados.

Últimamente se han presentado una notable dependencia hacia el mercado norteamericano, de igual manera han surgido algunas regulaciones que cada vez afectan o hacen más difícil la comercialización de este producto dentro del país, es por esto que las empresas de puros nicaragüenses deben de optar por incursionar en nuevos destinos para mantener la competitividad y sus tabacos sigan estando ente los mejores.

Una de las opciones más viables para la comercialización de puros en el extranjero son las ventajas que ofrecen los tratados de libre comercio en los que Nicaragua participa, con los cuales se pueden obtener beneficios como disminución de impuestos, libre acceso a la comercialización entre los países participantes entre otros.

## I. Introducción

### 1.1. Antecedentes

Se realizó una búsqueda de información sobre tesis o artículos científicos antes realizados sobre oportunidad de mercados en el extranjero en la Biblioteca Urania Zelaya de la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí, además se consultaron buscadores de información científica en internet tales como Redalyc<sup>1</sup>, Jurn<sup>2</sup> y el Repositorio de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua.

Como primer antecedente se encontró un artículo científico descargado de la página Redalyc cuyo tema de investigación es la Apertura de mercado y estrategias de desarrollo escrito por Alonso José Antonio y Garcimartin Carlos en el año 2005 España.

La investigación analiza el papel que la apertura comercial tiene en los procesos de desarrollo. Se discuten los aspectos estáticos y dinámicos de la apertura comercial y se toma en consideración las respuestas públicas a los fallos de mercado relacionados con los procesos de industrialización. Finalmente, estudia la relación existente entre la apertura y la calidad institucional y los márgenes que los procesos de negociación en la OMC permiten a los países en desarrollo para definir sus estrategias de industrialización.

En la Biblioteca Urania Zelaya se encontró una tesis que lleva por título Proceso de producción y exportación que realiza la empresa de tabacos A.J Fernández en el municipio de Estelí en el segundo semestre del año 2013, elaborada por licenciados Castillo Benavides Carmen María y Rivera soto Yasser Ibarra ambos de la carrera de administración de empresas, Año 2013. Los objetivos planteado en la investigación son: a) Caracterizar el proceso de administración producción, y exportación de puros de la empresa tabacos A.J Fernández en la búsqueda del diseño de una estrategia que mejore los niveles de exportación hacia mercados internacionales, b) Describir el proceso de administración en función de la producción de puros de la empresa Tabacos A.J Fernández, c) Precisar las estrategias de exportación utilizadas por la empresa Tabacalera A.J Fernández basados en los parámetros de calidad exigidos por el mercado internacional y d) Diseñar estrategias que mejoren el proceso de producción y exportación de la empresa Tabacalera A.J Fernández.

El estudio contiene información sobre procesos de administración, producción y exportación que realiza la tabacalera A.J Fernández, además se proponen estrategias que generan oportunidades de desarrollo de la empresa los cuales seguirán como guía para la toma de decisiones encaminadas a mejorar el proceso de producción y exportación de tabaco de la empresa.

Como principales conclusiones de la investigación se señala el prestigio de los mercados nicaragüenses, la voluntad de muchas empresas internacionales pasa comprar productos en Nicaragua, la calidad de la industria que genera productos altamente calificados, mano

---

<sup>1</sup> Redalyc: Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe.

<sup>2</sup> Jurn: Journal Usuary Recovery Net.

de obra calificada para la producción de tabaco y los relativamente bajos costos de producción.

Como segunda tesis consultada con similitud al tema de investigación fue El Comportamiento de las exportaciones del tabaco artesanal en Nicaragua en el periodo de 2009-2013, realizado por la licenciada López Merlo Ivania Sofía de la carrera de Economía, Año 2015. Como objetivos se plantea: a) Estudiar el comportamiento de las exportaciones de la producción de tabaco en Nicaragua en el periodo 2009-2013, b) Estudiar hacia donde van dirigidas las exportaciones y quienes son nuestros principales socios comerciales, Analizar el comportamiento de las exportaciones del tabaco y c) Explicar los aspectos característicos de la producción del tabaco.

La investigación destaca la importancia que el sector tabacalero representa para la economía nacional y como un rubro no tradicional, el comportamiento de las exportaciones que el tabaco ha generado; principalmente porque Nicaragua posee como recurso y potencial a la tierra misma más que a la industria, lo que nos coloca como nación altamente agrícola.

Como principal conclusión de investigación las exportaciones de tabaco en el periodo 2009-2013 se muestran de carácter ascendente entre cada año, de tal manera que se observa un nivel de crecimiento de 48% durante todo el periodo, esto se debe en mayor manera al aumento de los precios de tabaco por kilogramo y al aumento en los volúmenes de exportación.

Además, la inclusión de nuevos mercados a las relaciones comerciales con Nicaragua mediante el producto de tabaco, cada vez más países están interesados en involucrarse de alguna u otra manera con este producto no tradicional. A pesar de que el mayor socio comercial es Estados Unidos de América, demandando 66% de la producción total, Nicaragua se observa con buenas perspectivas de mercados con los cuales aún no posee relaciones comerciales.

La investigación sobre el análisis de las oportunidades mercado es importante dado que estudia barreras presentes al incursionar en nuevos mercados, así como los criterios para valorar un potencial mercado de exportación; a diferencia de otras investigaciones se destaca como objeto principal de estudio el rubro de tabaco y la aceptación en el mercado internacional.

Para sugerir mercados destino una de las principales guías son los tratados de libre comercio en los que Nicaragua tiene participación, donde obtiene ventajas por los beneficios que los tratados le proporcionan por ser un país en vías de desarrollo.



## 1.2. Planteamiento del Problema.

Los procesos de exportación son complejos por naturaleza de ahí que se derivan una serie de situaciones que obstaculizan el que el tabaco en este caso objeto de estudio pueda ser exportado sin restricciones a los diferentes países que se estiman los cuales pueden ser mercados metas.

Esto tiene por causa el aumento de impuestos, restricciones de marcas nuevas, prohibición de muestras libres, informes detallando los ingredientes nocivos e incluso hasta el diseño del empaque que deben de portar estos.

Cada vez se hace más difícil la comercialización de puros en Estados Unidos, además genera aumento en los costos debido a los altos impuestos que se le han establecido encareciendo el valor final del producto; con esto puede haber pérdidas significativas para la empresa, sobreproducción e incluso reducción del personal.

Actualmente las industrias de puros nicaragüenses se encuentran en una situación de dependencia al mercado estadounidense dado que el 94%<sup>3</sup> del total de la producción es exportada hacia este país y con las regulaciones antes expuestas de la FDA<sup>4</sup> puede que en un futuro haya prohibición total de la comercialización de los productos elaborados a base de tabaco, esto puede representar una baja en las exportaciones de este rubro, por lo tanto se deben explorar nuevos mercados, para mantener la competitividad y sus tabacos sigan estando entre los mejores.

Los puros nicaragüenses tienen una alta calidad, ocupan puestos en rankins internacionales de los mejores puros elaborados, así como Nicaragua representa el país que más produce tabaco después de República Dominicana.<sup>5</sup>

El incursionar en nuevos mercados para las industrias de puros nicaragüenses representan oportunidades dado que aumentan su cartera de clientes y el conocimiento de la calidad de sus habanos en el mercado extranjero; permitiéndole expandirse globalmente y aprovechar las oportunidades de comercio internacional que poseen estos mercados con el país de origen.

---

<sup>3</sup> Dato referido por vicegerente de Plasencia Cigars Sr. Wilber Hernández

<sup>4</sup> FDA: Food and Drugs Administrations; Administración de drogas y Alimentos.

<sup>5</sup> Dato referido por vicegerente de Plasencia Cigars Sr. Wilber Hernández

### 1.3. Justificación.

La presente investigación tiene como objeto el estudio de posibles mercados internacionales hacia donde pueden incursionar las empresas del rubro del sector tabaco, además de demostrar cómo son las relaciones con los tratados de libre comercio. Se debe de estimar que la producción tabacalera de Nicaragua genera unos 25 mil empleos directos, 18 mil de los cuales los garantizan los empresarios tanto nacionales como extranjeros ubicados en Estelí y Nueva Segovia y en menor porcentaje en el departamento de Madriz. (Rugama, 2013)

La apertura de mercado es un proceso dinámico de modernización para lograr una mayor eficiencia en la producción que a su vez permita producir y exportar a menor costo, ser competitivos en los mercados internacionales, hacer más rica la economía y así generar más empleos. Es también la internacionalización de la economía para producir y exportar más a menores costos e importar con el criterio de regular los precios de la industria nacional.

La investigación será de carácter documental reuniendo las fuentes de mayor confiabilidad para proporcionar a los lectores información precisa y veraz de los procesos de comercio internacional, apertura de mercado y que conozcan más sobre los tratados de libre comercio entre el país de origen y el destino a exportar para la demanda del sector tabaco. De igual forma se elaborarán entrevistas dirigidas a posibles clientes de los mercados potenciales propuestos.

A nivel práctico esta investigación se realiza porque existe la necesidad de indagar en nuevos mercados la demanda de un producto específico en este caso del tabaco. Representa una oportunidad importante para las empresas de puros nicaragüenses, de abordar con precisión cuáles son los problemas que actualmente se presentan en el mercado que actualmente se exporta y brindar alternativas para que se abran a nuevas posibilidades de mercado y así aumenten su competitividad.

Este documento contiene información que será de utilidad para estudiantes e instituciones vinculadas al tabaco que deseen investigar sobre temas relacionados a la apertura de mercado en el extranjero y en especial sobre este rubro, cabe destacar que es una investigación de carácter exploratorio y es la primera que aborda esta temática.

## **II. Objetivos.**

### **2.1. Objetivo General.**

- ◆ Analizar los mercados potenciales en el extranjero para las industrias de puros nicaragüenses.

### **2.2. Objetivos Específicos.**

- ◆ Identificar mercados potenciales en el extranjero para las industrias de puros nicaragüenses.
- ◆ Describir las regulaciones y políticas expuestas en posibles mercados potenciales con respecto a la demanda del tabaco-puro.
- ◆ Determinar los beneficios que implica la apertura de nuevos mercados en el extranjero para las industrias de puros nicaragüenses.
- ◆ Proponer alternativas de comercialización para la inserción de la industria de puros nicaragüenses en los mercados extranjeros.

### **III. Marco Teórico.**

Para efectos de este estudio relacionado o denominado Oportunidad de mercados internacionales para el sector tabaco, se ha dispuesto que estará conformado por los siguientes ejes teóricos: Capítulo I Apertura de mercados internacionales, Capítulo II Aspectos legales en el entorno del mercado internacional, Capítulo III comportamiento de las exportaciones de tabaco, Capítulo IV Diagnóstico de internacionalización los que a continuación se detallan:

#### **3.1. Capítulo I.**

##### **I. Apertura de mercados internacionales.**

Cuando una empresa decide iniciar nuevos caminos en el proceso de comercialización de sus productos y sobre todo cuando los mismos se enrumban a mercados en el exterior es que se hace necesario indagar sobre los procesos de apertura comercial por lo cual para fines de este estudio presentamos a continuación lo que como tal se define una apertura comercial.

##### **1.1. Definición.**

Se denomina apertura comercial o apertura de mercados a la capacidad de un país de transar bienes y servicios con el resto del mundo, lo cual depende mucho del nivel de las llamadas barreras arancelarias y paraarancelarias establecidas por el país. (Almada, 2009).

El comercio internacional estudia las causas y leyes que gobiernan los intercambios de bienes y servicios entre los habitantes de los diferentes países en su interés por satisfacer sus necesidades de bienes escasos. (Correa, 2013).

Por tanto la apertura comercial es de suma importancia ya que el comercio local no puede limitarse dado que la competencia aumenta día a día, es entonces cuando debe plantearse la posibilidad de extenderse a otros mercados , aprovechando las nuevas tendencias e intercambios comerciales. Así como debe comprobarse la capacidad y calidad de la empresa en el entorno competitivo de los productos que responden a estándares reconocidos por los mercados internacionales, de igual manera es necesario plantearse como acceder a nuevos mercados y la evaluación de los riesgos que estos implican.

##### **1.2. Evaluación de riesgos de mercado.**

Una serie de factores externos pueden perjudicar el correcto desarrollo de las actividades comerciales internacionales, este tipo de situaciones se dan en países cuya estabilidad política, económica y social no es buena y donde las inversiones extranjeras se han visto perjudicadas y disminuidas considerablemente. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f).

### 1.2.1. Riesgo país

Es una forma de evaluar estas situaciones por medio de informaciones recogidas de organismos internacionales, fuentes primarias y secundarias, que puedan aportar datos sobre los riesgos que conllevan la comercialización de productos y servicios en determinados lugares. Estas fuentes de información son, entre otras la ONU<sup>6</sup>, Financial times<sup>7</sup> y el internacional country risk Guide<sup>8</sup>. A partir de estos informes y de la investigación de mercados se podrá obtener un panorama sobre la viabilidad de convertirse comercialmente en determinados mercados internacionales. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f)

El concepto de riesgo país, hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados. (Montilla, 2007).

El Riesgo-País es la exposición a pérdida financiera a consecuencia de problemas macroeconómicos y o políticos acaecidos en un país receptor de la inversión. (Valle Leòn, 2011)

### 1.2.2. Riesgo político-social.

Es el riesgo en que incurren prestamistas o inversores ante la posibilidad de que se restrinja o prohíba la repatriación de capitales, intereses, dividendos, etc., como consecuencia de consideraciones exclusivamente políticas. (Valle Leòn, 2011)

Se caracterizan por la estabilidad del país, y están relacionado, sobre todo, con la estructura del gobierno de país al que se quiere exportar. Primero, será necesario conocer qué tipo de relaciones tienen el propio gobierno con el de otro país, si existe un nexo diplomático o si ha habido algún conflicto histórico que pueda influir en las negociaciones o en la misma aceptación del producto.

Tenemos los factores políticos que se consideraran son: el tipo de gobierno del país, cuáles son sus impresiones respecto a las inversiones extranjeras, cual es la situación del gobierno, es decir, es estable, existe riesgo de golpes de estado o situaciones similares, si se aproximan elecciones y en que podría afectar en los planes comerciales, qué impresión tienen sobre el país del potencial exportador y cuales sus políticas internas y exteriores.

Los factores sociales que se tendrán en cuenta son el nivel de empleo y educación que tiene el país, las normas y leyes laborales, las diferencias internas del orden racial, religioso,

---

<sup>6</sup> ONU: La **Organización de las Naciones Unidas (ONU)** es una organización internacional formada por 192 países independientes.

<sup>7</sup> Financial times: El **Financial Times** es el periódico financiero más grande e importante de Gran Bretaña. Es uno de los pocos diarios que tiene una tirada mayor en el extranjero que en su propio país de publicación.

<sup>8</sup> International Country risk Guide: **International Country Risk Guide** es una de las mejores fuentes comerciales del mundo de análisis de riesgo país y calificaciones. Actualizado mensualmente, ICRG monitorea 140 países. Cada edición de más de 200 páginas proporciona información financiera, política y económica sobre riesgos y pronósticos.

regional y otros; el poder sindical y los grados de corrupción y burocracia con los que nos podamos enfrentar. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f).

### **1.2.3. Riesgo Técnico.**

Se tendrá que analizar las normas de estandarización, de energía, y medición utilizadas, y las diferencias técnicas que presentan a través del país del exportador.

Por otro lado, hay que conocer el tipo de cultura empresarial que mayormente poseen las empresas locales, su nivel técnico y el de sus trabajadores, así como la capacidad de dirección de los mandos medios en las empresas e industrias. Así mismo, se necesita saber cuál es el grado de adaptación de los productos a los factores técnicos existentes o no en el país.

Es muy importante conocer si dado el caso, será posible responder con un servicio técnico adecuado. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f)

### **1.2.4. Riesgo Económico**

El riesgo económico hace referencia a la incertidumbre producida en el rendimiento de la inversión debida a los cambios producidos en la situación económica del sector en el que opera la empresa; es una consecuencia directa de las decisiones de inversión. De manera que la estructura de los activos de la empresa es responsable del nivel y de la variabilidad de los beneficios de explotación.

Este es un tipo de riesgo específico o no sistemático puesto que sólo atañe a cada inversión, o empresa, en particular. Como es único, la exposición al mismo varía según sea la inversión o la empresa en la que se invierta, lo que influirá en la política de selección de activos de cada inversor en particular. Hay que tener en cuenta que este tipo de riesgo puede producir grandes pérdidas en un corto espacio de tiempo.

Una forma de evitarlo sería adquirir deuda pública, la cual no está sometida a este tipo de riesgo (aunque sí a otros). Los activos financieros emitidos por empresas que tienen una amplia cartera de productos poco correlacionados entre sí, tendrán menos riesgo económico que los emitidos por empresas que los tienen muy correlacionados o cuya gama de productos es bastante corta. Incluso, los propios productos tienen diferentes riesgos económicos, puesto que hay bienes o servicios con demandas muy estables y otros, por el contrario, las tienen muy inestables.

El riesgo económico tiende a reducirse a través de la propiedad de inversiones a corto plazo. Cuanto antes se recupere la inversión menor será el plazo de tiempo para que las condiciones cambien de forma que afecten sustancialmente al rendimiento esperado del proyecto. Por ello, muchos inversores adoptan el criterio del plazo de recuperación para valorar los proyectos de inversión puesto que dicho método prima la liquidez del proyecto al jerarquizar las inversiones con arreglo a su menor plazo de recuperación. (Mascareñas, 2008)

### **1.2.5. Riesgo monetario-financiero.**

Se tendrá en cuenta el tipo de divisa que se utiliza en las transacciones financieras, y de la forma en que puede afectar a las exportaciones el valor de cambio de la moneda.

Es importante conocer la situación del sistema financiero local, la solvencia de los bancos y el tipo de riesgo financiero que se pueda correr, así como si hay diferencia en los instrumentos financieros que habitualmente se utilizan. Existen índices internacionales que determinan el nivel de riesgo financiero de los países, con el objetivo de proteger las inversiones extranjeras. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f)

### **1.2.6. Riesgo de transferencia de tecnología.**

Es un mecanismo por el cual las empresas acceden a los recursos o activos tecnológicos de una universidad, instituto de educación superior, centro de investigación, o de otra empresa, con la intención de generar un producto (servicio) o proceso nuevo, o mejorar alguno ya existente.

En esencia, la transferencia de tecnología es el movimiento de tecnología y/o conocimiento, tanto medios técnicos como el conocimiento asociado (saber hacer y experiencia), desde un proveedor (universidad, centro de investigación, institución de educación superior, etc.), hacia un receptor (generalmente una empresa) que adquiere la tecnología, a cambio de una contraprestación habitualmente económica.

Se puede entender también como un acuerdo por el que una empresa adquiere las licencias de uso relativas a los derechos de propiedad de los que disponen otras empresas (u organismos) con el fin de acceder a la tecnología necesaria para el desarrollo de sus productos o servicios. (Institute, 2015)

### **1.2.7. Riesgos legales.**

Existen una serie de factores de riesgo legales que se han de tomar en cuenta, es decir, las leyes y normas vigentes respecto a las inversiones extranjeras, las normativas de exportación e importación que existan en el país destino, las leyes comerciales establecidas, los tipos de sociedades y de capitales, las normativas laborales de contratos y otras. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f).

### **1.2.8. Riesgos Fiscales.**

El instrumento más utilizado son los aranceles que constituyen un impuesto a la importación de productos. El montante de estos derechos depende de: origen del producto, tipo de producto, tipo de derecho y valor en aduana. (Comerciante, 2011)

### **1.2.9. Riesgos medioambientales.**

Fenómenos y catástrofes naturales que pueden dar lugar al incumplimiento en los pagos, además de conocer el riesgo ambiental del país, se deben cubrir las transacciones comerciales mediante empresas o consorcios de seguros. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f).

Una vez estudiado los factores externos que pueden perjudicar el correcto desarrollo de las actividades comerciales internacionales es primordial realizar análisis de la situación actual del país donde se quiere exportar para evitar situaciones que puedan perjudicar la estabilidad de las inversiones extranjeras y no se vean disminuidas considerablemente. A continuación, se enumeran una serie de criterios que se deben tomar en cuenta para la selección de mercados internacionales.

### **1.3. Criterios para la selección de mercados internacionales.**

La toma de decisión de la selección del país donde se producirá la implantación productiva o comercial de la empresa en el proceso de internacionalización de la misma es de vital importancia. De forma genérica y advirtiendo de que es necesario complementar estos criterios con otros adicionales teniendo en cuenta las particularidades que tenga la empresa, Business Go On, consultora especializada en internacionalización de las empresas, ha establecido 10 normas básicas para seleccionar el país objetivo en el proceso de internacionalización:

#### **1.3.1. Criterios para valorar el potencial del mercado.**

Para conocer los criterios que se deben de tomar en cuenta para valorar y evaluar el potencial de mercado se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

##### **1.3.1.1. Crecimiento económico del país.**

El primer dato que se tiene que analizar es la expectativa de crecimiento del PIB en los próximos años de cada uno de los países en los que hay interés. Una demanda creciente y sostenida facilitará el acceso al mercado y permitirá rentabilizar las inversiones que se realicen.



### **1.3.1.2. Poder adquisitivo per cápita.**

Una cifra que también condiciona la demanda es el nivel de renta de cada país y que se mide por la paridad del poder adquisitivo per cápita<sup>9</sup> (PPA). Este concepto, que se expresa en dólares estadounidenses, incluye no solo la producción de bienes y servicios de un país, sino también el nivel de precios y la evolución del tipo de cambio de su moneda; por lo que constituye el mejor exponente de la capacidad de compra de los habitantes de un país.

### **1.3.1.3. Volumen de importaciones.**

Un criterio esencial para elegir un mercado objetivo son las importaciones que realiza el país de los productos que vende la empresa: el volumen de importaciones es la cifra que mejor refleja el tamaño del mercado. Para conocer lo que importa y exporta un país de cada producto hay que identificar primero el código arancelario.

### **1.3.1.4. Crecimiento de las importaciones.**

Tan importante como el volumen de las importaciones es su evolución. Deben analizarse los últimos tres años y calcular el crecimiento medio anual de ese período. Un crecimiento medio anual elevado (por encima del 10%) indica que el país cada vez importa más de este producto y, por tanto, existe una demanda creciente. Por el contrario, si el crecimiento es reducido (por debajo del 3%), o incluso hay un descenso en las importaciones, será un indicador desfavorable para elegir ese país.

### **1.3.1.5. Exportaciones desde el país de la empresa.**

Un criterio importante para evaluar el potencial del mercado son las exportaciones del producto desde el país de la empresa al país objeto de análisis. Este criterio debe valorarse tanto por el volumen como el crecimiento de las exportaciones en los últimos tres años. Indicarán que los productos procedentes del país, son cada vez más reconocidos y tienen mayor aceptación.

## **1.3.2. Criterios para valorar la accesibilidad y el riesgo.**

Además de los criterios evaluados anteriormente se deben tomar en cuenta las leyes de acuerdo con las políticas monetarias que cada país estima acorde a su desarrollo económico.

### **1.3.2.1. Barreras arancelarias.**

Los aranceles son impuestos a la importación de productos que se aplican en las aduanas de entrada en los países, por lo que suponen un incremento directo sobre el precio del producto y, con ello, una menor competitividad de los productos de importación frente a los

---

<sup>9</sup> Per cápita: El concepto conocido de **per cápita** es un término que proviene del idioma latín y que significa en otras palabras 'por cada cabeza'. Este término es utilizado normalmente en el ámbito de las estadísticas, ya sean estas sociales, económicas o de cualquier tipo y también es común usarlo para hacer referencia a diferentes tipos de divisiones o distribuciones entre grupos o comunidades de personas ya que siempre da a entender cuánto recibe o percibe cada una de esas personas.

productos locales. A modo de orientación, puede decirse que para que los aranceles puedan considerarse una barrera significativa debe ser superiores al 5% en productos industriales y al 10% en productos de consumo.

#### **1.3.2.2. Barreras no arancelarias.**

Además de las barreras anteriores, existen otras restricciones a la importación de productos que son fundamentalmente las limitaciones cuantitativas que establecen un límite a la cantidad de productos que un país puede importar (contingentes, cupos, licencias), así como las llamadas barreras técnicas que tienen que ver con los procesos de certificación y homologación.

#### **1.3.2.3. Riesgos comerciales.**

De acuerdo con la forma de entrada (si la empresa va a exportar) y los riesgos de inversiones (si la empresa va a implantarse en el país). Entre los primeros están los retrasos en el pago, el riesgo de impago y el riesgo de tipo de cambio. Entre los segundos se encuentran los riesgos de nacionalización, confiscación, normativa sobre repatriación de beneficios y la existencia de convenios de protección de inversiones.

#### **1.3.2.4. Facilidad para hacer negocios.**

El dinamismo actual de la economía hace que cada vez se valoren más países con normativas y legislaciones que favorezcan la implantación y desarrollo de negocios, a la vez que tengan unos costes competitivos para llevarlos a cabo. Se valora aspectos como tiempo y coste para constituir una empresa, facilidad para obtener crédito, impuestos, costes laborales, coste logístico, cumplimiento de contratos y procedimientos de reclamación.

#### **1.3.2.5. Transparencia y corrupción.**

Finalmente, es necesario tener en cuenta el componente ético de los negocios que engloba aspectos tales como la transparencia en la información, normativa para concursos y licitaciones, prácticas de contratación en administraciones y empresas. La referencia para evaluar este criterio puede ser Transparency international (<http://www.transparency.org>), que establece un ranking de 183 países. (Martín, 2014).

### 3.2. Capítulo II

## II. ASPECTOS LEGALES EN EL ENTORNO DEL MERCADO INTERNACIONAL.

Es de suma importancia que al momento de hacer aperturas de mercado a nivel internacional se estime los aspectos legales y tratados de comercio que regulan el funcionamiento de este tipo de actividades, es por esto que a continuación se comparte los diferentes tratados de libre comercio que Nicaragua ha suscrito en el marco del crecimiento y desarrollo del comercio internacional.

### 2.1. Tratados de libre comercio.

#### 2.1.1. Concepto

Tratado de Libre Comercio (TLC): Consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes.

Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se rige por las reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países. (Sebastián, 2012)

#### 2.1.2. Relaciones Comerciales Nicaragua – Japón.

El esquema SGP del Japón empezó a aplicarse el primero de agosto de 1971, autorizado por la Ley de Medidas Arancelarias Temporales, para otorgar preferencias por un plazo inicial de 10 años. La autorización de otorgar trato SGP<sup>10</sup> se ha renovado en tres ocasiones: En 1981 por 10 años, en 1991 con validez hasta el 31 de marzo del año 2001, y en este último año se renovó hasta el 31 de marzo del año 2011.

En el año 2001 el esquema concede entrada preferencial con exención de derechos para 226 productos agrícolas y pesqueros (de 9 dígitos en el Sistema Armonizado) y todos los productos manufacturados, excepto las 105 partidas enumeradas en una lista negativa, a cuyos productos no se les concede preferencias arancelarias (crudos de petróleo, algunos textiles, madera contrachapada y algunas pieles de peletería y calzado), procedentes de 149 países en vía de desarrollo y 15 territorios designados como beneficiarios. Bajo el esquema, el Japón concede acceso preferencial unilateral al mercado de los productos de los países que solicitan trato preferencial.

Las partidas abarcadas por el programa se escogen teniendo en cuenta los efectos del SGP sobre las industrias nacionales, así como por razones presupuestarias. En virtud de la Ley de Medidas Arancelarias Temporales, el Gobierno (entre otros, el Ministerio de Hacienda) está autorizado a designar, retirar, suspender o limitar los países y productos a los que se concede trato SGP.

---

<sup>10</sup> SPG: Sistema Generalizado de preferencia es un esquema preferencial por que los productos contenidos en sus anexos se benefician de una ventaja sobre los productos originarios de otros países no beneficiarios, se dice generalizado por que se concede a todos los países en vías de desarrollo.

## Regulación de beneficiarios avanzados

Los beneficiarios avanzados están excluidos del SGP. Este proceso de “graduación” comienza con la “graduación parcial”, cuando es aplicable, en orden a mitigar sus impactos sobre esas economías “en graduación”.

Respecto a la graduación parcial, un producto de un país o territorio beneficiario está excluido del SGP si: el país o territorio está clasificado en el Atlas del Banco Mundial del año previo como una economía de ingresos altos (en el caso del año fiscal 2000, por ejemplo, se toma el Atlas del Banco Mundial del año 1999, que tiene datos de 1997), o, cuando no consta en el Atlas del Banco Mundial, si el país es reconocido por tener el mismo nivel de PNB (producto nacional bruto) per cápita; y sus exportaciones del producto a Japón exceden el 25% de las exportaciones del mundo en ese producto al Japón y al mismo tiempo son mayores a un billón de yenes.

Cada país o territorio y producto deberán ser revisados cada año. Si ninguna de las condiciones anteriores no se cumple, deberá otorgarse tratamiento tarifario preferencial.

Más aún, comenzando en abril 1 del 2000, un país o territorio beneficiario del SGP será excluido de la lista de beneficiarios del SGP si es clasificado como una economía de altos ingresos en el Atlas del Banco Mundial de los tres años previos, o, cuando no consta en el Atlas del Banco Mundial, el país es reconocido por tener el mismo nivel de PNB per cápita.

Cuando un país o territorio excluido de la lista de los beneficiarios del SGP no es clasificado como una economía de altos ingresos durante tres años consecutivos, tal país o territorio deberá ser sujeto del esquema SGP, si tal país o territorio pide a Japón aplicar el SGP nuevamente.

### 2.1.3. Sistema Generalizado de preferencias (SGP) Unión Europea.

La Unión Europea concede desde 1971, preferencias comerciales a los países en desarrollo en el marco del sistema generalizado de preferencias arancelarias. La política comercial de la Comunidad ha de estar acorde a los objetivos de una política de desarrollo efectiva y potenciar dichos objetivos, en particular la erradicación de la pobreza y el fomento del desarrollo sostenible y la gobernanza en los países en desarrollo. Dicha normativa debe ajustarse a los requisitos de la OMC y en particular, a la cláusula de habilitación del GATT de 1979 (trato diferenciado y más favorable, reciprocidad y mayor participación de los países en desarrollo).

El primer esquema del SGP de la Comunidad Europea (CE) tuvo un período inicial de aplicación de 10 años (1971-1981), que se prorrogó un segundo decenio (1981-1991). En 1990 se concedió el acceso con franquicia a algunos productos originarios de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, y posteriormente Venezuela, a través de un Régimen Especial de Lucha Contra la Producción y el Tráfico de Drogas ("Régimen de Drogas") Posteriormente, el régimen especial se extendió en 1992 a los países miembros del mercado común

centroamericano (Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador), así como a Panamá y, más recientemente, a Pakistán en enero del 2002.

En 1991, al término del segundo decenio, el esquema debía ser objeto de una profunda revisión. Sin embargo, en espera de los resultados de la Ronda Uruguay, se prorrogó el esquema de 1991, con varias enmiendas, hasta 1994, año en que la Comunidad hizo una oferta para otros diez años. El 1º de enero de 1995, la CE adoptó el primer esquema de preferencias generalizadas, para el período 1995-2004 relativo a ciertos productos industriales, y el Reglamento 1256/96 del Consejo, relativo a los productos agrícolas. Para el período comprendido entre el 1º de julio de 1999 y el 31 de diciembre de 2001, la CE ha revisado su esquema SGP sobre la base del Reglamento 2820/98 del Consejo. Sin embargo, hasta fines de 2001, no se registraron modificaciones sustanciales en la estructura básica de la oferta para el decenio 1995-2004.

La adopción de este nuevo ESQUEMA se origina en una decisión del Órgano de Apelación de la Organización Mundial de Comercio, frente a la demanda que instauró la India contra el SGP DROGA, alegando la incompatibilidad de este sistema con las normas de la OMC por la Inclusión de Pakistán como beneficiario del régimen. El Órgano de Apelación de la OMC estimó que, es posible otorgar preferencias arancelarias estableciendo diferencias entre países en desarrollo, bajo el Sistema General de Preferencias, siempre y cuando se incorporen criterios objetivos.

### **El nuevo esquema**

El 27 de junio 2005 se logró el acuerdo político entre los Estados Miembros Europeos para aprobar el nuevo Reglamento del SGP, (CE) n° 980/2005, publicado en el Diario Oficial de las comunidades el jueves 30 de junio de 2005. La vigencia del nuevo esquema es de 2005 al 2015 y la del reglamento para el periodo 2006 - 2008. Al 31 de diciembre del 2008 se hará una revisión del esquema.

Esta nueva reglamentación entro en vigor el 1 de enero de 2006 hasta el 31 de diciembre de 2008, excepto el régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza el cual entro en vigencia a partir del 1 de Julio del 2005. El esquema utilizará como criterios para otorgar los beneficios: El desarrollo sostenible, la protección a los derechos humanos, la protección ambiental y el buen gobierno. Es importante mencionar que estos criterios estarían garantizados mediante convenios internacionales.

Según el Diario Oficial de la Unión Europea L 337/50 del 22/12/2005, se publica la Decisión de la Comisión relativa a la lista de los países beneficiarios acogidos al régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza establecido en el artículo 26, letra e, del Reglamento (CE) No. 980/2005 del Consejo, relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas (2005/924/CE): Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Georgia, Guatemala, Honduras, Sri Lanka, República de Moldova, Mongolia, Nicaragua, Panamá, Perú, El Salvador, Venezuela.

Esta medida, que estará vigente hasta diciembre del 2008, es positiva para Nicaragua, teniendo en cuenta que se mantienen y profundizan los beneficios que ya gozábamos. De esta manera 7,200 productos podrán entrar sin aranceles a la Unión Europea. El mayor beneficio lo obtendrán productos agrícolas, agroindustriales, textiles, confecciones, cuero, calzado y productos plásticos, que cuentan con niveles arancelarios altos y pasan a obtener arancel cero.

Los productos se clasifican en dos categorías: sensibles y no sensibles. La sensibilidad se determina en función de la existencia de productos comunitarios similares y la incidencia que puedan tener en estos productos las importaciones en la Comunidad. Para estos productos se fijan derechos, específicos y ad valorem<sup>11</sup>, del arancel aduanero. No obstante, estos derechos se suprimen sí, una vez reducidos con arreglo al SPG, el tipo de un derecho ad valorem es inferior o igual al 1 % y el de un derecho específico es inferior o igual a 2 euros. (Rivas, 2008).

## 2.2. Organismo que intervienen en el sistema de comercio internacional.

### ❖ Cetrex

El Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX), es una Entidad Pública que brinda servicio al sector exportador. Fue creado mediante el Decreto Presidencial 30-94, del 28 de junio de 1994. Se estableció con el objeto de centralizar la ejecución de las funciones específicas de las entidades públicas que atienden los trámites requeridos por exportadores. Está adscrito a la Comisión Nacional de Promoción de Exportaciones (CNPE).

### Funciones

- Facilitar exportaciones, garantizando eficiencia en la entrega de la documentación requerida y cumplimiento de los requisitos internacionales.
- Simplificar los trámites de exportación, disminuyendo costos financieros y humanos para el sector exportador.
- Centralizar las actividades involucradas en el proceso exportador, con la finalidad de brindar una atención ágil y oportuna.
- Asesorar y orientar sobre los aspectos relacionados con los requisitos y trámites de exportación.
- Registrar y Autorizar los documentos oficiales de exportación.
- Establecer agencias donde se necesiten, para cumplir con su objetivo.
- Atender exportaciones como agente aduanero de forma opcional.

---

<sup>11</sup> Ad Valorem: Expresión latina que significa "sobre el valor". En la terminología aduanera, refiere a un tipo de incidencia tributaria porcentual, prevista en la tarifa aduanera que adopta como base de cálculo o valor aduanero de las mercaderías, el recogido en el Acuerdo de Valoración Aduanera del GATT / OMC.

- Generar estadísticas relacionadas con sus actividades.
- Verificar y controlar los precios declarados en las exportaciones, posterior al proceso de exportación e informar de ello a la CNPE y a la DGA. (CETREX, 2017)

#### ❖ Apen

La Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua (APEN) es una organización empresarial fundada en 1991 para representar y prestar servicios a sus asociados: Exportadores, Importadores y prestadores de Servicios al Comercio Internacional. Los servicios de APEN han sido diseñados para cubrir los aspectos de la gestión de comercio exterior de una empresa, lo que aunado a nuestra vocación de servicio, profesionalismo y dedicación asegura la mejor orientación para el éxito de sus negocios.

Esta institución es clave para el fortalecimiento de la competitividad y la internacionalización de sus asociados gracias a la oferta de servicios, programas y proyectos, centrados en la inserción de productos nicaragüenses, en el mercado internacional. Ser socio, le da la oportunidad de establecer relaciones de negocios con empresarios, productores, cooperativas, exportadores e importadores y proveedores de servicios de todos los sectores. (APEN, 2017)

#### ❖ IPSA.

El Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria tiene por objeto facilitar, normar, regular e implementar las políticas y acciones sanitarias y fitosanitarias que conlleven o se deriven de la planificación, normación y coordinación de las actividades nacionales vinculadas a garantizar, mantener y fortalecer la sanidad agropecuaria, acuícola, pesquera y forestal.

#### Funciones relevantes

- Realiza vigilancia y fortalece la condición Fito y Zoonosanitaria para prevenir y controlar brotes de plagas, enfermedades y epidemias en la producción agropecuaria en coordinación con las instituciones públicas y privadas.
- Registra, controla, fiscaliza y emite licencia para la importación y distribución de insumos agropecuarios, acuícolas y pesqueros, con previa autorización de la Comisión Nacional de registro y control de Sustancias Tóxicas.
- Realiza vigilancia permanente en los puestos fronterizos, para garantizar que los productos de origen vegetal y animal que ingresen al país no estén infectados de plagas y enfermedades.
- Garantiza y certifica la sanidad e inocuidad de la producción agropecuaria, acuícola y pesquera, para el consumo nacional y las exportaciones.
- Inspecciona, supervisa, registra y certifica la calidad de la semilla para la producción nacional.

- Diseña, norma e implementa el proceso de trazabilidad animal y vegetal, para la producción y comercialización nacional e internacional, vinculando la responsabilidad compartida con el sector privado.
- Conformar y acreditar una red nacional de laboratorios para el diagnóstico Biológico, Fitosanitario, Zoonosológico, pruebas de suelo y agua, con previa autorización de la Comisión Nacional de Registro y Control de Sustancias Tóxicas.
- Crear un sistema nacional de registro y regulación veterinaria que controle la práctica de los profesionales en medicina y los establecimientos de servicios veterinarios.
- Desarrollar un sistema de alerta temprana al presidente sobre plagas, enfermedades y epidemias en la producción.
- Inspeccionar, autorizar y supervisar plantas procesadoras de productos agropecuarios, acuícolas y pesqueros.
- Integrar la Comisión Nacional de Registro y Control de Sustancias Tóxicas.
- Gestionar ante instituciones públicas y privadas homologas de Latinoamérica y el Caribe, intercambios de experiencias y acuerdos de cooperación para la protección y sanidad de la producción agropecuaria.

#### ❖ La organización Mundial de Comercio.

La OMC surgió de las negociaciones que se llevaron a cabo en el período comprendido entre 1986 a 1994 con la famosa Ronda de Uruguay. Sus lineamientos actuales provienen a su vez del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) y en este momento se encuentra en el período de negociaciones derivado del “Programa de Doha para el Desarrollo” que comenzó en el 2001.

Los acuerdos que se firman dentro del marco de la OMC constituyen el núcleo central del comercio internacional y se convierten en normas jurídicas para los países.

Son ante todo contratos en los cuales los gobiernos se comprometen a mantener sus políticas comerciales dentro de lo acordado. Son negociados y firmados por los gobiernos, pero su finalidad es ayudar a los productores de bienes y servicios, a los exportadores y a los importadores a desarrollar sus actividades, si bien permitiendo que los gobiernos alcancen objetivos sociales y ambientales.

La principal función del sistema multilateral de comercio encabezado por la Organización Mundial de Comercio (OMC) es:

- Promover la liberalización del Comercio
- Crear un conjunto de reglas, basadas en una serie de principios y promover las concesiones para evitar las llamadas “guerras comerciales”
- Promover la cooperación en política comercial entre los estados y garantizarles a todos los miembros una adecuada inserción en el sistema de comercio mundial.



### ❖ El Fondo Monetario Internacional.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) se ocupa de mantener la estabilidad financiera y fomentar la cooperación monetaria internacional. También entre sus funciones se encuentra fomentar el comercio inter- nacional a través de la promoción de empleo y reducción de la pobreza. Fue fundado en 1945 y es administrado por los 188 países miembros a los cuales les rinde cuentas.

El FMI nace en 1944 en una conferencia de la ONU celebrada en Bret- ton Woods, Nuevo Hampshire (Estados Unidos), cuando los diferentes gobiernos acordaron celebrar acuerdos de cooperación que evitaran que el mundo entero volviera a sentir el flagelo de la Gran Depresión ocurrida en los años 30.

La principal responsabilidad del FMI es asegurar la estabilidad del sistema monetario internacional, es decir el sistema de pagos internacionales y tipos de cambio que permite a los países (y a sus ciudadanos) efectuar transacciones entre sí. Además, entre sus funciones enmarcadas en el Artículo I del Convenio Constitutivo están 2:

- Fomentar la cooperación monetaria internacional.
- Facilitar la expansión y el crecimiento equilibrado del comercio internacional.
- Fomentar la estabilidad cambiaria.
- Coadyuvar a establecer un sistema multilateral de pagos.
- Poner a disposición de los países miembros con dificultades de balanza de pagos (con las garantías adecuadas) los recursos de la institución.

Este sistema es esencial para fomentar un crecimiento económico sostenible, mejorar los niveles de vida y reducir la pobreza. Recientemente, el FMI ha clarificado y actualizado su cometido a fin de cubrir toda la problemática de la macroeconomía y del sector financiero que incide en la estabilidad mundial.

### ❖ El Banco Mundial

El Banco Mundial se encarga de ofrecer ayuda financiera y de carácter técnico dirigida a países en vía de desarrollo. Nació en 1944 en Washington de otra organización con una misión parecida que era el Banco Internacional para la Reconstrucción y Fomento (BIRF) que era un facilitador para la reconstrucción de los países luego de la posguerra.

Como objetivos fundamentales plantea terminar con la pobreza extrema en el curso de una sola generación y promover la prosperidad compartida. Por otro lado, para fomentar la prosperidad compartida, la meta es promover el crecimiento de los ingresos de la población de todos los países.

### 3.3. Capítulo III

## III. COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE TABACO.

### 3.1. Demanda de tabaco.

Nicaragua tiene las mejores tierras para la producción de tabaco y la demanda de este producto es a nivel mundial, actualmente hay un incremento significativo de las áreas de siembra y por lo tanto hay contratación de fuerza laboral cada vez más especializada, tanto para el proceso de producción como para la administración de los recursos de las empresas. El personal tiene altas oportunidades de empleo.

Una de las principales actividades en el municipio de Estelí es el cultivo y procesamiento de tabaco convirtiéndose en la principal fuente de empleo y contribuye al desarrollo económico y social del municipio.

La ciudad de Estelí, a nivel nacional e internacional, se ha distinguido como productora de tabaco. A partir de los años noventa se incrementó la instalación de fábricas de tabaco en locales inadecuados para la producción y la seguridad laboral pero que después fueron mejorando sus condiciones.

En el municipio algunos procesos tienen encadenamientos industriales dada que la materia prima procesada pasa por distintas etapas ante de convertirse en producto final. La industria de los puros nicaragüenses esta íntegramente orientada a la exportación por lo que su demanda es esencialmente externa. La demanda interna es prácticamente inexistente debido a la falta de costumbre de la población local para consumirlos a su elevado costo.

La única forma de adquirir puros en el mercado local es a través del comercio destinado al turismo externo, el 100% de la producción tiene por destino la exportación, por lo cual la determinación de la demanda de tal mercado es el aspecto esencial de la actividad económica tabacalera. (Castillo Benavidez, Rivera Soto, & Castillo Herrera, 2014)

## **3.2. Barreras comerciales.**

Las barreras comerciales son los aranceles, las cuotas, boicots, barreras monetarias y otras restricciones no arancelarias y de mercado, cuyo fin, principalmente es el de proteger la industria local de la incursión de compañías extranjeras, las distintas condiciones proteccionistas a las que se habrán de enfrentar tienen diferentes matices y responden a intereses tanto de orden local como regional con capacidad de decisión sobre estos temas. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f)

A continuación, se detallan los tipos de barreras comerciales existentes en cada país.

### **3.2.1. Aranceles**

Son el impuesto de un gobierno sobre los productos que ingresan a un país. Los aranceles que pueden ser generadores de beneficios y/o restrictivos, en este último caso para evitar el ingreso de bienes no deseados.

- Los aranceles aumentan las presiones inflacionarias, los privilegios (intereses), el control gubernamental y las consideraciones políticas en cuestiones económicas.
- Debilitan las posiciones de balanza de pagos, los modelos de oferta y demanda, y el entendimiento internacional (pueden iniciar guerras comerciales).
- Restringen las fuentes de abastecimientos de los fabricantes, la posibilidad de elegir de los consumidores y la competencia.

Por otro lado, las tarifas son arbitrarias, discriminatorias y requieren una administración y supervisión constante. A menudo se utilizan como represalias contra movimientos proteccionistas de los socios comerciales. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f)

### **3.2.2. Cuotas**

Una cuota es un límite de unidades físicas o de unidades monetarias aplicadas a un tipo particular de bienes. Existen cuotas estadounidenses sobre azúcar, textiles y cacahuates; restricciones italianas sobre las motocicletas japonesas, y límites de televisores de importación en Gran Bretaña.

### **3.2.3. Restricciones voluntarias a las exportaciones.**

Las restricciones voluntarias a las exportaciones (RVE) son similares a las cuotas. La RVE es un acuerdo de restricción entre el país importador y el país exportador sobre el volumen de exportaciones; son comunes para textiles, ropa confeccionada, acero, agricultura y automóviles.

Japón tiene con Estados Unidos una RVE sobre los automóviles; es decir, Japón ha acordado exportar un número fijo de automóviles anualmente. Se considera que RVE es voluntaria por el hecho de que el país exportador establece los límites; sin embargo,

generalmente se impone bajo amenaza de que el país importador establezca cuotas y aranceles más rígidos si no se acuerda un RV<sup>12</sup>.

### 3.2.4. Boicot.

Un boicot gubernamental es una restricción absoluta sobre la compra e importación de ciertos bienes provenientes de otros países. Un boicot público puede ser formal o informal, y puede ser patrocinado por el gobierno o por una industria. No es raro que los ciudadanos de un país boicoteen bienes de otros países si su gobierno o grupo cívicos los exhortan a ellos.

Cuba sufre un boicot (bloqueo) por parte de Estados Unidos para la importación y exportación de bienes de ese país insular; las razones son políticas.

### 3.2.5. Barreras monetarias

Unos gobiernos pueden regular eficazmente su posición de comercio internacional a través de varias formas de restricción sobre el control de intercambio. Un gobierno puede aprobar tales restricciones para preservar la posición de la balanza de pagos o específicamente para dar ventaja o fuerza a industrias particulares. Existen tres barreras que se deben tener en cuenta:

- Moneda bloqueada (Se utiliza como arma política o como respuesta a situaciones de dificultad de la balanza de pagos; el bloqueo corta todas las importaciones o todas aquellas que sobrepasan un cierto nivel.)
- Diferencial de tipos de cambio (Es un tipo de control de importaciones que alienta la importación de bienes que el gobierno considera deseables y desalienta la importación de aquella que el gobierno no desea, el precio de los productos deseables es inferior a los no deseables.)
- Aprobación gubernamental para la fijación del cambio de moneda extranjera. (Es utilizada frecuentemente por los países que experimentan grandes escases de moneda extranjera. En un momento u otro los países de América Latina y Europa del Este han querido que todas las transacciones realizadas en moneda extranjera sean aprobadas por un ministerio central).

### 3.2.6. Estándares.

Las barreras no arancelarias de esta categoría incluyen estándares para proteger la salud, la seguridad y la calidad del producto. Estos estándares se utilizan algunas veces de forma demasiado estrictas o discriminatorias para restringir el comercio, pero el volumen excesivo de regulaciones de esta categoría es un problema en sí mismo. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f).

---

<sup>12</sup> RVE: Restricciones Voluntarias a las Exportaciones.

## **IV. Supuestos.**

### **4.1. Supuestos**

1. Los países otorgantes del tratado SGP o Unión Europea representan una oportunidad comercial para las empresas de puros nicaragüenses.
2. La apertura comercial es una sana competencia que adecua la calidad y los precios del mercado interno a la de los productos extranjeros.

#### 4.2. Matriz de Categoría.

Cuestión de investigación	Propósitos específicos	Categoría	Definición	subcategoría	Fuentes de información	Técnicas de recolección	Ejes de análisis
• ¿Qué políticas de regulaciones afectan el comercio de los tabacopuros?	Identificar mercados potenciales en el extranjero para las industrias de puros nicaragüenses	Mercados potenciales	Un mercado potencial es una oportunidad de negocio latente. Se le llama mercado potencial a aquel público que no consume tu producto, pero que tienen o pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo. Parte de ese mercado satisface sus necesidades comprándole a tu competencia, esto no quiere decir que en algún momento puedan comprar otra marca. (Admin, 2015)	Criterios para valorar el potencial del mercado	Secundarias: Libros, sitios web	Investigación documental.	*Crecimiento económico del país. *Poder adquisitivo per cápita. *Volumen de importaciones. *Crecimiento de las importaciones. *Exportaciones desde el país de la empresa.

<p>• <b>¿Cuáles regulaciones y políticas expuestas tienen que ver con la demanda de tabaco-puro??</b></p>	<p>Describir las regulaciones y políticas expuestas en posibles mercados potenciales con respecto a la demanda del tabaco-puro.</p>	<p>Políticas y regulaciones.</p>	<p>Es un Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias establece las reglas básicas para la normativa sobre inocuidad de los alimentos y salud de los animales y preservación de los vegetales. El Acuerdo autoriza a los países a establecer sus propias normas. Pero también dice que es preciso que las reglamentaciones estén fundadas en principios científicos y, además, que sólo se apliquen en la medida necesaria para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales y que no discriminen de manera arbitraria o</p>	<p>Entidades vinculadas a las exportaciones:                  *Centro de trámites de las exportaciones. (CETREX)                  *Asociación de productores y exportadores de Nicaragua. (APEN).                  *Centro de exportaciones e inversiones. (CEI)                  *Cámara de industria de Nicaragua. (CADIN)</p>	<p>Secundarias: Libros y sitios web</p>	<p>Investigación documental.</p>	<p>*Trámites de exportación                  *Regulaciones sanitarias.                  *Indicadores de exportación.</p>
---	---	----------------------------------	--	--	---	----------------------------------	--

		<p>injustificable entre Miembros en que prevalezcan condiciones idénticas o similares.</p> <p>Se alienta a los Miembros a que utilicen las normas, directrices y recomendaciones internacionales, cuando ellas existan. No obstante, los Miembros pueden aplicar medidas que se traduzcan en normas más rigurosas si hay una justificación científica. Pueden establecer asimismo normas más rigurosas sobre la base de una evaluación adecuada del riesgo siempre y cuando la técnica sea coherente y no arbitraria.</p>	<p>*Eurocentro del instituto nicaragüens e del desarrollo.</p> <p>*Instituto Nicaragüen se de apoyo a la pequeña y mediana empresa. (Inpyme).</p> <p>*Ministerio de Fomento, industria y comercio. (MIFIC)</p>			
--	--	---	--	--	--	--



			El Acuerdo autoriza sin embargo a los países a aplicar diferentes normas y diferentes métodos de inspección de los productos. (OMC, 2005)				
• <b>¿Qué implica la apertura de mercados en el extranjero?</b>	Determinar los beneficios que implica la apertura de nuevos mercados en el extranjero para las industrias de puros nicaragüenses.	Apertura comercial	Se denomina apertura comercial o apertura de mercados a la capacidad de un país de transar bienes y servicios con el resto del mundo, lo cual depende mucho del nivel de las llamadas barreras arancelarias y para-arancelarias establecidas por el país. (Almada, 2009)	Causas y leyes que intervienen en la apertura comercial.	Secundarias: Libros y sitios web	Investigación documental	Importancia de la Apertura comercial. Beneficios de la apertura comercial.
<b>¿Qué alternativas son viables para la inserción de</b>	Proponer alternativas de comercialización para la	Comercialización	La comercialización es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir	Causas y leyes que intervienen en la	Secundarias: Libros y sitios web	Investigación documental.	Importancia de la Apertura comercial.

<p><b>la industria de puros nicaragüenses en los mercados extranjeros?</b></p>	<p>inserción de la industria de puros nicaragüenses en los mercados extranjeros.</p>		<p>eficazmente los productos en el sistema de distribución. Considera planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. Comercializar un producto consiste en encontrar para él la presentación y el acondicionamiento que lo vuelvan atractivo en el mercado; propiciar la red más apropiada de distribución y generar las condiciones de venta que habrán de</p>	<p>apertura comercial.</p>		<p>Beneficios de la apertura comercial.</p>
--	--	--	---	----------------------------	--	---

			dinamizar a los distribuidores sobre cada canal. (Reyes, 2014)				
--	--	--	--	--	--	--	--

## V. Diseño Metodológico.

### 5.1. Tipo de investigación:

#### ❖ Investigación:

Es un proceso que, mediante la aplicación del método científico de investigación, procura obtener información relevante y fidedigna (digna de fe y crédito), para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.

Para obtener algún resultado de manera clara y precisa es necesario aplicar algún tipo de investigación, la cual está muy ligada a los seres humanos, ésta posee una serie de pasos para lograr el objetivo planteado o para llegar a la información solicitada, tiene como base el método científico y este es el método de estudio sistemático de la naturaleza que incluye las técnicas de observación, reglas para el razonamiento y la predicción, ideas sobre la experimentación planificada y los modos de comunicar los resultados experimentales y teórico. (Bunge, 2010)

#### ❖ Investigación Cualitativa.

La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura por lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular.

A diferencia de los estudios descriptivos, correlacionales o experimentales, más que determinar la relación de causa y efectos entre dos o más variables, la investigación cualitativa se interesa más en saber cómo se da la dinámica o cómo ocurre el proceso de en qué se da el asunto o problema. (Vera Vélez, 2013).

Se realizó el estudio de una unidad de análisis en este caso son las exportaciones de tabaco puro y las oportunidades que tienen en el mercado mundial.

### 5.2. Tipo de estudio:

#### ❖ Exploratorio.

El objetivo de la investigación es descubrir respuestas a determinados interrogantes a través de la aplicación de procedimientos científicos; estos procedimientos han sido desarrollados con el objeto de aumentar el grado de certeza de la información reunida, la cual será de interés para dar respuesta al interrogante cuando no se tiene una idea específica de lo que desea estudiar o cuando el fenómeno es poco conocido por el investigador. Su objetivo es ayudar a definir el problema, establecer hipótesis y determinar la metodología para formular un estudio de investigación definitivo. (Galán Amador, 2013).

### 5.3. Universo, Muestra y Unidad de análisis.

#### ❖ Universo:

Es la totalidad de elementos o características que conforman el ámbito de un estudio o investigación. (Gonzáles, 2015)

Son las fábricas de tabacos presentes en la ciudad de Estelí; 40 Fábricas de puros, datos obtenidos de la cámara de comercio de industria de la ciudad de Estelí.

#### ❖ Muestra:

Es una parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa del mismo. Entonces, una muestra no es más que una parte de la población que sirve para representarla. La muestra debe obtenerse de la población que se desea estudiar; una muestra debe ser definida sobre la base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra sólo podrán referirse a la población en referencia. (Gonzáles, 2015)

Fábricas de tabaco- puro que exportan sus productos; 7 Fábricas exportadoras. Datos obtenidos por medio del ranking de las marcas de puros más reconocidos a nivel mundial.

Las fábricas que participaron de la muestra son:

- Tabacalera Perdomo S.A
- Tabacalera Olivas
- Tabacalera Carreras S.A
- Tabacalera Tambor S.A
- Plasencia Cigars
- Yayabo Cigars
- Tabacalera A.J Fernández

#### ❖ Muestreo:

El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados. (Mizner, 2008)

El muestreo de la investigación es no probabilístico porque se están eligiendo quienes participarán dentro del estudio que se realizará.

#### ❖ Unidad de Análisis:

Corresponde a la entidad más representativa de lo que va a ser objeto de estudio en una medición. Se refiere al qué o quién es objeto de interés en una investigación. Corresponde a la entidad más representativa de lo que va a ser objeto de estudio en una medición. (Durán, 2015).

La unidad de análisis es Apertura de mercados potenciales en el extranjero. (Fábricas de puros exportadoras).

- Tabacalera Perdomo S.A
- Tabacalera Olivas
- Tabacalera Carreras S.A
- Tabacalera Tambor S.A
- Plasencia Cigars
- Yayabo Cigars
- Tabacalera A.J Fernández

#### **5.4. Técnicas de recolección de datos.**

##### **❖ Técnicas:**

Es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos, que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de la ciencia, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad. (Esteban, 2013).

Para dar desarrollo a nuestra investigación se tomó en cuenta instrumentos de recolección de datos como:

##### **❖ Entrevista:**

La entrevista es un texto periodístico en el que se dan a conocer las ideas y opiniones de un personaje mediante un diálogo entre la persona entrevistada y el entrevistador.

El periodista introduce en sus consideraciones elementos interpretativos. Las entrevistas se difunden a través de los medios de comunicación social como son los periódicos o revistas en formato digital o impreso, la radio y la televisión, en su formato tradicional o a través de Internet. (Bernilla, 2016).

## 5.5. Etapas de la Investigación.

### ❖ Investigación Documental.

La investigación documental se define como una parte esencial de un proceso sistemático de investigación científica, constituyéndose en una estrategia operacional donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades (teóricas o no) usando para ello diferentes tipos de documentos.

La Investigación documental Indaga, interpreta, presenta datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis y teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de una investigación científica. (Rodríguez, 2013)

En esta etapa se hizo una amplia búsqueda de información, para crear el marco teórico, el cual fundamenta nuestra investigación, se ha realizó una búsqueda de información sobre tesis o artículos científicos antes realizados sobre oportunidad de mercados en el extranjero en la Biblioteca Urania Zelaya de la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí, además se consultaron buscadores de información científica en internet tales como Redalyc, jurn y el Repositorio de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua.

### ❖ Elaboración de instrumentos.

Se utilizará la entrevista como instrumento de recolección de datos. Se han desarrollado dos tipos de entrevista; una para las instituciones que intervienen en los procesos de exportación y otra para las Fábricas que elaboran puros para la exportación.

Entrevista dirigida a instituciones que apoyan el proceso de exportación, para conocer los diferentes tramites que se deben realizar para el proceso de exportación y las diferentes barreras arancelarias que deben conocer las fábricas de puros nicaragüenses.

Entrevista dirigida a Fábricas exportadoras de puros, para saber que empresas están dispuestas en incursionar en nuevos mercados internacionales y en cuales mercado tienen presencia.

### ❖ Trabajo de campo.

En esta etapa del trabajo investigativo se llevarán a cabo instrumentos de trabajo (entrevistas) dirigidas a las instituciones y a fábricas exportadoras de tabaco. Este paso es el más importante, dado que este instrumento permitirá obtener información y a la vez validar con la que ya se cuenta a nivel documental y dar salida a los objetivos de la investigación.



### ❖ Elaboración de documento Final

Esta etapa de investigación presenta todos los procesos antes mencionados y permite desarrollarlos de manera escrita.

## **VI. Resultados**

### **6.1. Mercados potenciales en el extranjero para las industrias de puros nicaragüenses**

Los resultados obtenidos para dar solución al primer objetivo de la investigación fueron encontrados con herramientas estadísticas de volúmenes de exportaciones e importaciones.

A continuación, se presentan los posibles mercados potenciales de acuerdo con los volúmenes de importación de los países participantes del tratado SGP o Unión Europea; se toma en cuenta únicamente este tratado ya que representa el mercado al cual quieren incursionar las industrias de puros nicaragüenses, además siendo este uno de los tratados con más países otorgantes, esta información se obtuvo de las entrevistas realizadas.

## Alemania.

En 2016 las importaciones en Alemania crecieron un 0,63% respecto al año anterior. Las compras al exterior representan el 30,33% de su PIB, por lo que se encuentra en el puesto 86, de 189 países, del ranking de importaciones respecto al PIB, ordenado de menor a mayor porcentaje.

Las importaciones supusieron ese año 1, 125,195.25 millones de dólares. Alemania es uno de los países con mayor volumen de importaciones del ranking mundial. Alemania compra principalmente a Holanda, China y Francia, que suponen el 13,32%, 7,34% y 7,33% del total de las importaciones del país, respectivamente. Ese año hubo superávit en la Balanza comercial, ya que las exportaciones, crecieron y además, fueron mayores que las importaciones.

Si miramos la evolución de las importaciones en Alemania en los últimos años se observa que se han incrementado respecto a 2015, al igual que ocurre respecto a 2006 cuando fueron de 722.112 millones de euros, que suponía un 30,17% de su PIB. (Orbyt, 2016)

**Tabla No. 1 (Estadísticas de importación e importación de puros entre Alemania y Nicaragua.)**

Código del producto	Descripción del producto	Nicaragua exporta hacia Alemania			Alemania importa desde el mundo			Nicaragua exporta hacia el mundo		
		Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016
'2402	Cigarros "puros", incl. despuntados, cigarrillos "puritos" y cigarrillos, de tabaco o de sucedáneos ...	2839	3518		973795	620925	783148	145104	156160	178139
'2403	Tabacos y sucedáneos del tabaco, elaborados; tabaco "homogeneizado" o "reconstituido"; extractos ...	4	2		543321	413847	412592	1491	1609	42

Fuente: Trade Map<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Trade Map: Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado.

## España.

En 2016 las importaciones en España crecieron un 0,02% respecto al año anterior. Las compras al exterior representan el 25,15% de su PIB, por lo que se encuentra en el puesto 56, de 189 países, del ranking de importaciones respecto al PIB, ordenado de menor a mayor porcentaje.

Las importaciones supusieron ese año 3388107.096 millones de dólares. España ocupa el puesto número 175 del ranking mundial de importaciones. Los principales países que venden productos a España son Alemania, Francia y China, que suponen el 14,73%, 12,04% y 7,13% del total de las importaciones del país, respectivamente. (Orbyt, 2016)

**Tabla No. 2 (Estadísticas de importación e importación de puros entre España y Nicaragua.)**

Código del producto	Descripción del producto	Nicaragua exporta hacia España			España importa desde el mundo			Nicaragua exporta hacia el mundo		
		Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016
'2402	Cigarros "puros", incl. despuntados, cigarrillos "puritos" y cigarrillos, de tabaco o de sucedáneos ...	903	1172		1409723	1096477	1318937	145104	156160	178139
'2403	Tabacos y sucedáneos del tabaco, elaborados; tabaco "homogeneizado" o "reconstituido"; extractos ...	0	0		279309	233776	265118	1491	1609	42

Fuente: Trade Map

### Emiratos Árabes Unidos:

En 2016 las importaciones en Emiratos Árabes Unidos cayeron un 1,94% respecto al año anterior. Las compras al exterior representan el 64,52% de su PIB, una proporción muy alta comparada con la del resto de los países, que le sitúa en el puesto 175 de 189 países, del ranking de importaciones respecto al PIB, ordenado de menor a mayor porcentaje.

Las importaciones supusieron ese año 239,858.64 millones de dólares. Emiratos Árabes Unidos ocupa el puesto número 171 del ranking mundial de exportaciones. (Orbyt, 2016)

**Tabla No. 3 (Estadísticas de importación e importación de puros entre Emiratos Árabes y Nicaragua)**

Código del producto	Descripción del producto	Nicaragua exporta hacia Emiratos Árabes Unidos			Emiratos Árabes Unidos importa desde el mundo			Nicaragua exporta hacia el mundo		
		Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016
'2402	Cigarros "puros", incl. despuntados, cigarrillos "puritos" y cigarrillos, de tabaco o de sucedáneos ...	50	200		1627629	556247	447441	145104	156160	178139
'2403	Tabacos y sucedáneos del tabaco, elaborados; tabaco "homogeneizado" o "reconstituido"; extractos ...	0	0		337457	191578	254897	1491	1609	42

Fuente: Trade Map

## Exportaciones de Nicaragua hacia el mundo.

Según datos proporcionados por instituciones que están presentes en el proceso de exportación Cetrex<sup>14</sup> y Apen<sup>15</sup> se observa que el crecimiento en volumen (kilogramos) ha sido sostenido. Siendo el incremento del período entre 2012 y 2016 del 41.87% lo que demuestra el dinamismo y el potencial de este rubro.

**Tabla No. 4 (Crecimiento de las exportaciones de tabaco puro)**

Tabaco	Años				
	2016	2015	2014	2013	2012
Millones de Kilogramos	5.509 millones	5.182 millones	4.687 millones	4.4 Millones	3.883 millones
% Respecto al total de las exportaciones	0.31%	0.28%	0.24%	0.24%	0.22%
Incremento millones de kilogramos	0.327	0.495	0.287	0.517	
Incremento en % respecto al anterior.	6.31%	10.56%	6.52%	13.31%	

De 2012 a 2013 aumentó 13.31%. De 2013 a 2014 aumentó 6.52%. De 2014 a 2015 aumentó 10.56%. De 2015 a 2016 aumentó 6.31%.

**Tabla No. 5 (Crecimiento de las exportaciones expresada en millones de dólares)**

Tabaco	Años				
	2016	2015	2014	2013	2012
Millones US\$	58.695	53.383	49.785	44.612	37.519
% respecto al total de exportaciones del país.	2.53%	2.14%	1.84%	1.76%	1.38%

A pesar de que el rubro ocupa el puesto 10 entre los 107 rubros que exporta Nicaragua, el porcentaje sobre el total del valor de las exportaciones apenas alcanzó el 2.53% en el año 2016, sin embargo, nótese que viene incrementando su proporción de manera sostenida desde el año 2012

El tabaco, a pesar de no significar un alto porcentaje de las exportaciones de Nicaragua, es uno de los rubros (quizás solo superado por el café) con más número de destinos. En el año 2016 se exportó tabaco nicaragüense a 60 países. Siendo los más importantes Estados Unidos (28%), República Dominicana (8.5%), Honduras (7.5) y España (1.7%), seguidos de largo por los restantes 56 países.

<sup>14</sup> Cetrex: Centro de trámites y exportaciones.

<sup>15</sup> Apen: Asociación de productores y exportadores de Nicaragua.

**6.2. Regulaciones y políticas expuestas en posibles mercados con respecto a la demanda de tabaco puro.**

**Matriz de vinculación de categorías No. 1 (Principales barreras de entrada en los países destino)**

Categoría	A.J Fernández	Olivas Cigars	Perdomo Cigars	Yayabo S. A	TAMBOR	Tabacalera Carrera	Plasencia Cigars
Impuestos	-	-	+	+	-	+	+
Competencia	-	-	-	-	+	-	-
Aceptación del producto	-	-	-	-	+	-	-
Regulaciones	+	+	+	-	-	-	-
Diseño del empaque	+	-	-	-	-	-	-
Propaganda en contra del tabaquismo	-	-	-	-	-	+	-
Falta de coordinación de las leyes fitosanitarias.	-	+	-	-	-	-	+

Fuente: Entrevistas realizadas a fábricas de puros, Nicaragua.

La matriz de vinculación de categoría representa las principales Barreras de entrada en los países destino, según las opiniones de los entrevistados; donde el signo más denota la empresa que si está de acuerdo con la categoría y el signo menos denota quien no lo toma en cuenta o es neutral.

Las principales barreras expuestas por los entrevistados fueron los impuestos, regulaciones sanitarias y los documentos fitosanitarios que varían de un país a otro; Estados unidos presenta más regulaciones sanitarias que otros países, Europa es exigente de acuerdo con el diseño y el nombre del producto y China es estricta de acuerdo con las barreras arancelarias.

Los aranceles son impuestos a la importación de productos que se aplican en las aduanas de entrada en los países, por lo que suponen un incremento directo sobre el precio del producto y, con ello, una menor competitividad de los productos de importación frente a los productos locales. A modo de orientación, puede decirse que para que los aranceles puedan considerarse una barrera significativa debe ser superiores al 5% en productos industriales y al 10% en productos de consumo. (Martín, 2014).

Los aranceles que pueden ser generadores de beneficios y/o restrictivos, en este último caso para evitar el ingreso de bienes no deseados.

- Los aranceles aumentan las presiones inflacionarias, los privilegios (intereses), el control gubernamental y las consideraciones políticas en cuestiones económicas.
- Debilitan las posiciones de balanza de pagos, los modelos de oferta y demanda, y el entendimiento internacional (pueden iniciar guerras comerciales).
- Restringen las fuentes de abastecimientos de los fabricantes, la posibilidad de elegir de los consumidores y la competencia.

Por otro lado, las tarifas son arbitrarias, discriminatorias y requieren una administración y supervisión constante. A menudo de utilizan como represalias contra movimientos proteccionistas de los socios comerciales. (Trenzano, Roninat, & Arana, s.f).

Los mercados más viables a incursionar son con los que se han firmados tratados de libre comercio que a su vez ofrecen ventajas a países en vías de desarrollo. Como ejemplo está el tratado SGP<sup>16</sup> unión europea que tiene políticas libres de aranceles para los países centroamericanos ya que se aceptaron más de 7600 productos agrícolas y agroindustriales entre otros.

---

<sup>16</sup>SGP: Sistema Generalizado de preferencia es un esquema preferencial por que los productos contenidos en sus anexos se benefician de una ventaja sobre los productos originarios de otros países no beneficiarios, se dice generalizado por que se concede a todos los países en vías de desarrollo.



**Matriz de vinculación de categorías No. 2 (Principales regulaciones impuestas a los productos elaborados a base de tabaco.)**

Categoría	A.J Fernández	Olivas Cigars	Perdomo Cigars	Yayabo S. A	TAMBOR	Tabacalera Carrera	Plasencia Cigars
Impuestos	-	+	-	-	-	+	-
Aumento del precio	+	+	-	-	-	+	+
Marca	-	+	-	-	-	-	-
Regulaciones en el producto	-	-	-	-	-	+	-
Mercado limitado	+	-	-	-	-	-	-
Cuotas de usuario	+	-	-	-	-	-	+
Recesión de ventas	-	-	+	-	-	-	-
Procesos de producción	-	-	+	-	-	-	-
Empresas sin patentes	-	-	-	-	+	-	-

Fuente: Entrevistas realizadas a fábricas de puros, Nicaragua.

La matriz de vinculación de categoría representa las regulaciones impuestas a los productos elaborados a base de tabaco, según las opiniones de los entrevistados; donde el signo más denota la empresa que si está de acuerdo con la categoría y el signo menos denota quien no lo toma en cuenta o es neutral.

La Matriz representa los distintos factores que impactarán en la comercialización del tabaco principalmente en el mercado de Estados Unidos con las nuevas leyes impuestas por la FDA y ya se están empezando a notar los primeros efectos de dichas regulaciones; el aumento de precio, la aparición de las cuotas de usuarios y un mercado limitado son los factores que más afectaran en los costos del producto final dentro del país.

Desde que la FDA (Food and Drug Administración) tomo el control de las normas de los productos elaborados a base de tabaco se aprobaron regulaciones que antes no eran tomadas en cuenta en puros; no existía una normativa que solo hablara de este producto y por las campañas en contra del tabaquismo el puro pasó a ser controlado bajo las regulaciones de los cigarrillos; actualmente no existe un documento formal para realizar las declaraciones de los ingredientes que contiene este producto.

En el comunicado de prensa que emitió la FDA destacaron algunas de las siguientes medidas: “Para el próximo año se debe poner una etiqueta de advertencia que utilice el 30% del empaque de los puros; y habrá dificultad en desarrollar nuevas marcas ya que se debe

pasar por un proceso largo y costoso. Además, se dan a la tarea de supervisar todos los ingredientes que contienen todos los productos elaborados a partir del tabaco evitando las declaraciones engañosas por tanto las empresas correrán el riesgo de que los contenedores pasen demasiado tiempo en aduana e incluso perderán el acceso a la comercialización en este país.” (Sánchez, 2016)

Algunas de las empresas exportadoras de puros están en litigio por las nuevas regulaciones dado que afectan las inversiones que poseen en este país, de igual manera deberán acatar las leyes expuestas por este organismo para evitar un posible bloqueo de comercialización en las fronteras de Estados Unidos; otra respuesta viable a esta problemática es el crecimiento en otros mercados que tengan la facilidad para la comercialización.

### Matriz de Vinculación de categorías No. 3 (Barreras técnicas presentes en la exportación)

#### Entidades que intervienen en los procesos de exportación

Categoría	A.J Fernández	Olivas Cigars	Perdomo Cigars	Yayabo Cigars	Tambor	Tabacalera Carrera	Plasencia Cigars
IPSA	+	+	+	+	+	+	+
Cetrex	+	+	+	+	+	+	+
APEN	+	+	+	+	+	+	+

#### Factores que se toman en cuenta para la certificación.

Categoría	A.J Fernández	Olivas Cigars	Perdomo Cigars	Yayabo Cigars	Tambor	Tabacalera Carrera	Plasencia Cigars
Propiedades químicas	+	-	-	-	-	-	+
Propiedades del tabaco	+	-	-	-	-	-	+
Procesos de producción.	-	-	+	-	-	-	+
Regulaciones Fitosanitarias	-	+	-	-	+	-	+
Documento de exportación	-	+	-	-	-	-	-

La matriz de vinculación de categoría representa los factores que se toman en cuenta para la certificación y las entidades que intervienen en los procesos de exportación, según las opiniones de los entrevistados; donde el signo más denota la empresa que si está de acuerdo con la categoría y el signo menos denota quien no lo toma en cuenta o es neutral.

En las exportaciones de origen vegetal es común que estén presentes estas instituciones dado que estas velan y garantizan que los productos a exportar tengan garantía y aval que no contienen plagas e inocuidad de los productos. Cetrex facilita exportaciones, garantizando eficiencia en la entrega de la documentación requerida y cumplimiento de los requisitos internacionales, simplifica los trámites de exportación, disminuyendo costos financieros y humanos para el sector exportador. Centraliza las actividades involucradas en el proceso exportador, con la finalidad de brindar una atención ágil y oportuna, asesora y orientar sobre los aspectos relacionados con los requisitos y trámites de exportación, registra y autoriza los documentos oficiales de exportación, establecer agencias donde se necesiten, para cumplir con su objetivo, atender exportaciones como agente aduanero de forma opcional, generar estadísticas relacionadas con sus actividades, verificar y controlar

los precios declarados en las exportaciones, posterior al proceso de exportación e informar de ello a la CNPE<sup>17</sup> y a la DGA<sup>18</sup>. (CETREX, 2017)

IPSA<sup>19</sup> conforma y acredita una red nacional de laboratorios para el diagnóstico Biológico, Fitosanitario, Zoonosanitario, pruebas de suelo y agua, con previa autorización de la Comisión Nacional de Registro y Control de Sustancias Tóxicas. (IPSA, 2017).

Existen otras restricciones a la importación de productos que son fundamentalmente las limitaciones cuantitativas que establecen un límite a la cantidad de productos que un país puede importar (contingentes, cupos, licencias), así como las llamadas barreras técnicas que tienen que ver con los procesos de certificación y homologación. (Martín, 2014).

Los trámites en estas organizaciones son los que permiten el libre acceso de productos de Nicaragua hacia otros países por tanto se deben tomar en cuenta las certificaciones que cada una de estas entidades emiten para permitir un proceso de exportación libre de barreras no arancelarias que los países establecen.

## **Políticas según los mercados potenciales expuestos anteriormente.**

### **España y sus regulaciones**

Medidas relacionadas con precios e impuestos

(Art. 6 OMS CTCM)

Las Partes están de acuerdo en la eficacia de las medidas relacionadas con los precios e impuestos, como medio para que un sector de la población, sobre todo las personas jóvenes, disminuyan el consumo de tabaco. Para conseguir los objetivos de salud conectados con los consumos de tabaco, las Partes adoptarán o mantendrán las siguientes medidas:

- Aplicar a los productos del tabaco políticas tributarias y, si procede, políticas de precios
- Medidas legislativas, ejecutivas, administrativas y/u otras medidas eficaces para la protección contra la exposición al humo del tabaco en los siguientes espacios: lugares de trabajo interiores, transportes públicos, lugares públicos cerrados y, otros lugares públicos.
- Las Partes se comprometen a que se informe al público de manera eficaz sobre los componentes tóxicos de los productos del tabaco y las emisiones que éstos pueden producir.
- Prohibir en toda la UE el uso del tabaco en el transporte privado en presencia de menores.
- Prohibir, a escala de la UE, la venta de productos del tabaco a jóvenes menores de 18 años.

---

<sup>17</sup> CNPE: Comisión nacional para la promoción de las exportaciones.

<sup>18</sup> DGA: Dirección general de aduanas.

<sup>19</sup> IPSA: Instituto de protección y sanidad agropecuaria.

- Retirar los productos del tabaco de las estanterías de autoservicio en los comercios.
- Impedir la venta a distancia (por ejemplo, a través de Internet) de productos del tabaco a jóvenes y animar a los Estados miembros a introducir un impuesto sobre todos los productos del tabaco que no se vea afectado por la inflación.
- Que en paquetes y etiquetas de productos del tabaco no se promocióne este tipo de productos de manera falsa, equívoca o engañosa o que puede inducir a error respecto a sus características, efectos sobre la salud, riegos o emisiones, y no se utilice terminología, elementos descriptivos, marcas y signos que consigan tener un efecto directo o indirecto en crear la equivocada impresión que un determinado producto de tabaco es menos nocivo que otro. (Jaurlaritzaren, 2009)

### **Alemania y sus regulaciones.**

- Proteger contra el humo de segunda mano
- Advertir sobre los peligros a los consumidores de tabaco en el paquete del producto
- Mejores Prácticas de advertencias textuales, ocupa el 35% del empaque
- Advertir a toda la población sobre los daños del consumo del tabaco a través de campañas en medios de comunicación
- Hacer cumplir las prohibiciones sobre publicidad
- Aumentar los impuestos, el 57% al por menor en impuesto al tabaco. (ACS, 2017)

### **Emiratos Árabes Unidos**

- Advertir sobre los peligros a los consumidores de tabaco en el paquete del producto por medio de un gráfico que cubra el 50% del empaque.
- Advertir a toda la población sobre los daños del consumo del tabaco a través de campañas en medios de comunicación
- Hacer cumplir las prohibiciones sobre publicidad. (ACS, 2017)<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> ACS: American Center Society.

**6.3. Determinar los beneficios que implica la apertura de nuevos mercados en el extranjero para las industrias de puros nicaragüense.**

Existen muchos beneficios de incursionar en mercados en los cuales exista un tratado de libre comercio, a continuación, se describen los principales beneficios de participar en dichos tratados, específicamente el tratado SGP o Unión Europea.

Este tratado tiene como objetivo fundamental, dar exoneraciones arancelarias a las importaciones en los países industrializados, de los productos originarios de los países en vías de desarrollo, sin ninguna reciprocidad por parte de éstos últimos, para fomentar la industrialización, diversificación de las exportaciones y el aumento de los ingresos a los países beneficiarios.

Otros objetivos son los siguientes:

- a) Aumentar los ingresos de exportación de los países menos desarrollados.
- b) Promover el proceso de industrialización para diversificar las exportaciones.
- c) Acelerar el ritmo de su crecimiento económico.
- d) Fomentar las corrientes del intercambio comercial.
- e) Incrementar el ingreso de divisas por exportaciones. (SOFOFA, s.f.)

Con el nuevo esquema del 2005 y la unión de nuevos países permitirá la entrada de 7200 productos de origen agrícola, agroindustriales, textiles confecciones, cuero calzado y productos plásticos que cuentan con niveles arancelarios altos pasan a obtener arancel alto.

Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, Sri Lanka, República de Moldova, Mongolia, Nicaragua, Panamá, Perú, El Salvador, Venezuela, por ser países en vías de desarrollo adquieren mayor prioridad en la comercialización de países que estén participando en este tratado.

Actualmente está conformado tales como: (SOFOFA, s.f.)<sup>21</sup>

OTORGANTES	BENEFICIARIOS
ESTADOS UNIDOS	MIEMBROS DEL GRUPO DE LOS 77 (CHILE)
UNION EUROPEA	PAISES MENOS DESARROLLADOS (Centroamericanos)

<sup>21</sup> SOFOFA: La Sociedad de Fomento Fabril es una federación gremial, sin fines de lucro, que reúne a empresas y gremios vinculados al sector industrial chilenos.

JAPON	PAISES DEL MEDITERRANEO
AUSTRALIA	SIGNATARIOS DE LA CONVENCION DE LOME
CANADA	
NUEVA ZELANDIA	
SUIZA	
NORUEGA	
BULGARIA	
POLONIA	
HUNGRIA	
RUSIA	
OTROS (PAISES INDEPENDIENTES DE LA EX UNION SOVIETICA)	

### ¿Cómo beneficiarse con el Sistema Generalizado de Preferencia?

Para informarse si el producto que se va a exportar está beneficiado con el SGP, se debe revisar la lista de los Productos Elegibles y Requisitos de Origen del país al cual se quiere exportar. Cada país otorgante tiene un esquema diferente.

Aclarado el punto anterior, es decir que el producto se beneficia con el mecanismo, existe el documento "FORM A" exigido por los países otorgantes del SGP, en el cual se consigna el origen y la expedición directa del producto. Este documento debe ser firmado por la autoridad designada por el gobierno del país receptor de la preferencia. En el caso de Chile, están autorizadas distintas entidades, dependiendo de la naturaleza y grado de elaboración del producto.

## **Beneficios Económicos para los países que participan de este tratado.**

### **Aumento de los recursos**

Los países en desarrollo pueden beneficiarse del libre comercio mediante el aumento de su cantidad o acceso a los recursos económicos. Las naciones suelen tener escasos recursos económicos. Los recursos económicos incluyen la tierra, trabajo y capital. Tierra representa los recursos naturales que se encuentran dentro de las fronteras de una nación. Pequeñas naciones en vías de desarrollo a menudo tienen la menor cantidad de recursos naturales en el mercado económico. Los acuerdos de libre comercio garantizan a las naciones pequeñas que puedan obtener los recursos económicos necesarios para producir bienes de consumo o servicios. (Kirk, 2010)

### **Aumento de la calidad de vida**

El libre comercio por lo general mejora la calidad de vida de los ciudadanos de una nación. Las naciones pueden importar productos que no están disponibles dentro de sus fronteras. La importación de bienes puede ser más barata para un país en desarrollo que tratar de producir bienes de consumo o servicios dentro de sus fronteras. Muchos países en desarrollo no cuentan con los procesos de producción disponibles para convertir materias primas en bienes de consumo valiosos. Los países en desarrollo con vecinos amigos también pueden ser capaces de importar bienes con mayor frecuencia. Importar desde países vecinos asegura un flujo constante de productos que estén disponibles para el consumo. (Kirk, 2010)

### **Mejores relaciones exteriores**

Las mejores relaciones extranjeras suelen ser un resultado no deseado de libre comercio. Los países en desarrollo a menudo son objeto de amenazas internacionales. Desarrollar relaciones estratégicas de libre comercio con los países más poderosos puede ayudar a asegurar a que una nación en desarrollo tenga una protección adicional contra las amenazas internacionales. Los países en desarrollo también pueden recurrir a los acuerdos de libre comercio para mejorar su fuerza militar y su infraestructura interna, así como para mejorar la política. Este beneficio no deseado permite a los países en desarrollo aprender cómo deben regir su economía y qué tipos de políticas gubernamentales pueden beneficiar mejor a su gente. (Kirk, 2010)



## **Eficiencia de la producción**

Los países en desarrollo pueden utilizar el libre comercio para mejorar su eficiencia productiva. La mayoría de las naciones es capaz de producir algún tipo de bien o servicio. Sin embargo, la falta de conocimientos o recursos adecuados puede hacer que la producción sea ineficiente o ineficaz. El libre comercio permite a los países en desarrollo rellenar los vacíos en cuanto a sus procesos de producción. Los ciudadanos también pueden visitar otros países para aumentar la educación o la experiencia en producción o métodos específicos de negocio. Estos individuos pueden traer información crucial acerca de mejorar los procesos productivos de la nación. (Kirk, 2010)

**Matriz de vinculación de categorías No. 4 (Ventajas de participar en los tratados de libre comercio.)**

Categoría	A.J Fernández	Olivas Cigars	Perdomo Cigars	Yayabo Cigars	Tambor	Tabacalera Carrera	Plasencia Cigars
Reducción de Impuestos	+	-	-	-	-	-	+
Internación de los productos	+	-	-	-	-	-	+
Compra de materia Prima	-	-	+	-	-	-	+

Fuente: Entrevistas realizadas a fábricas de puros, Nicaragua.

La matriz de vinculación de categoría representa tres de las principales ventajas de participar en los tratados de libre comercio, según las opiniones de los entrevistados; donde el signo más denota la empresa que si está de acuerdo con el beneficio del tratado y el signo menos denota quien no lo toma en cuenta o es neutral.

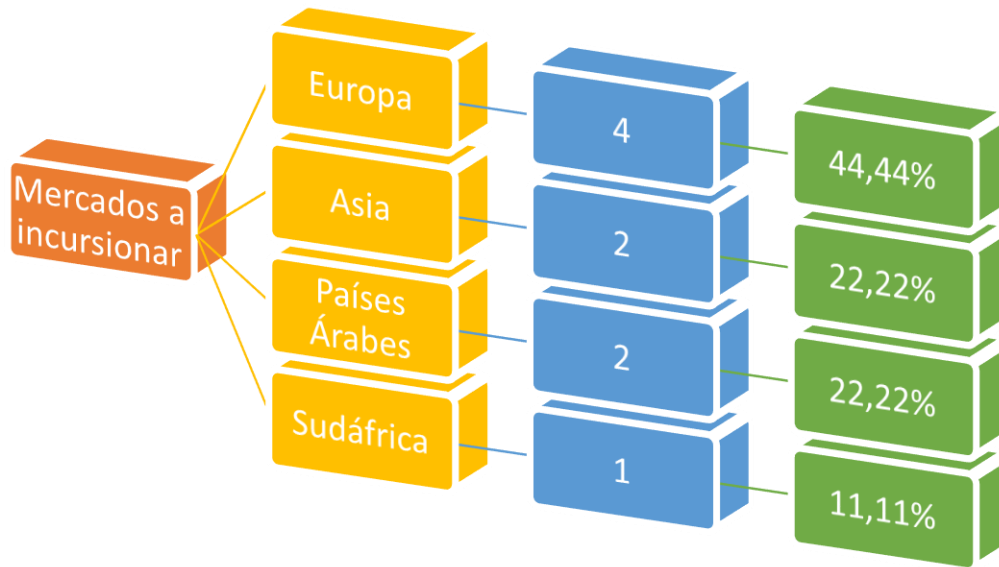
Los Tratado de Libre Comercio consisten en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se rige por las reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países. (Sebastián, 2012)

Algunas de las empresas exportadoras de puros toman en cuentan las ventajas de estar participando en los tratados de libre comercio ya que permiten el libre acceso de productos libres de aranceles e impuestos, por otra parte, obtienen efectos positivos de la comercialización en estos países. Existen tratados con otros países después de los expuestos anteriormente en los cuales hay oportunidad de incursionar en estos mercados.

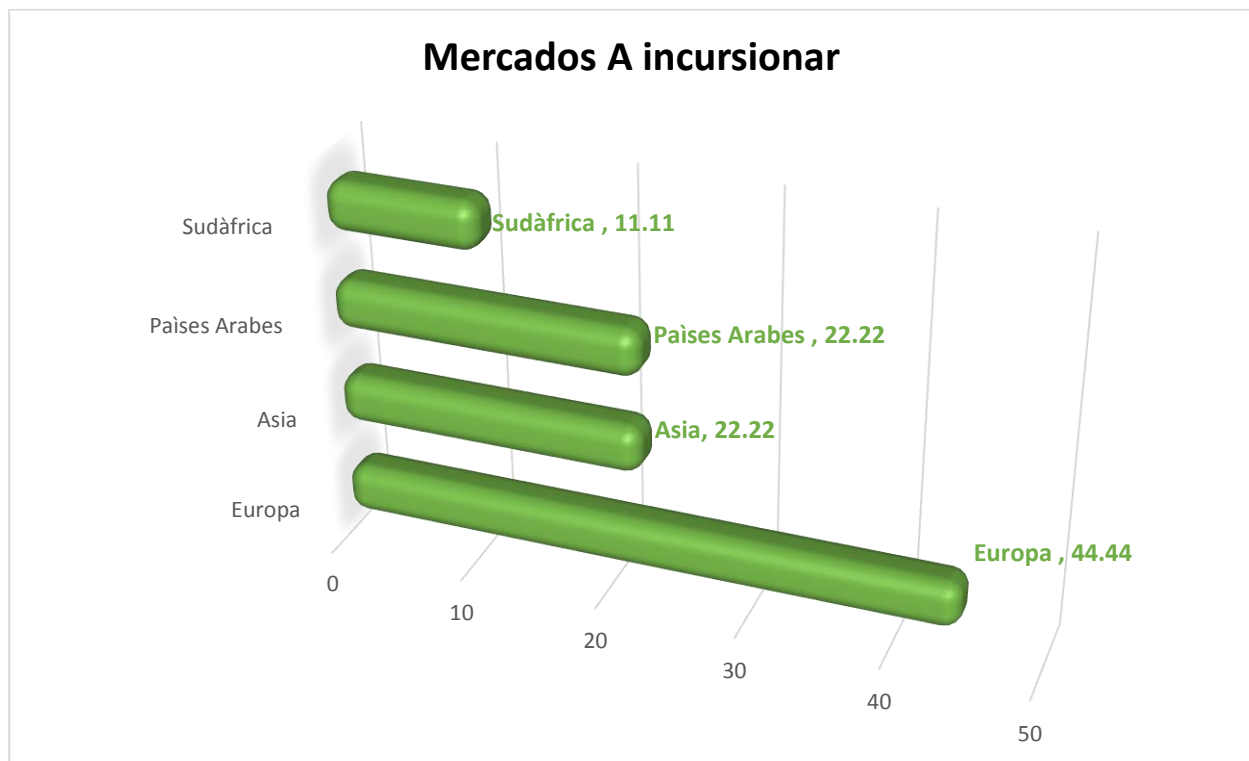
Las fábricas deberán tomar en cuenta las opciones más viables para exportar sus productos y poder así obtener los beneficios que dichos tratados ofrecen de igual manera se deben estudiar con detalle para que la inversión en estos países.

6.4. Alternativas de comercialización para la inserción de la industria de puros nicaragüenses en los mercados extranjeros.

Gráfico No. 1 (Mercados a incursionar)



Fuente: Entrevistas Realizadas a fábricas de puros.



Según las entrevistas realizadas a fabricas exportadoras de puros de Estelí los mercados a donde les gustaría incursionar son en particular Europa, Asia, y Sudáfrica ya que representan una oportunidad crecimiento en el mercado y así seguirse expandiendo el conocimiento de la calidad de los puros.

La Organización Mundial de la Salud afirma que el tabaquismo está aumentando de nuevo, pero esta vez en los países en desarrollo. Los resultados de la investigación muestran que, de los 1 mil millones de fumadores en el mundo hoy en día, alrededor del 80% son los países en desarrollo; dentro de esta cifra se encuentran los mercados descritos anteriormente lo cual representa una oportunidad de crecimiento y posible éxito dentro de estos mercados.

La entrada en estos países representa una opción viable ya que existen actualmente tratados de libre comercio que facilitan la comercialización entre países y reduce las regulaciones arancelarias impuestas en cada país; forman parte de una estrategia comercial de largo plazo que busca consolidar mercados para los productos con el fin de desarrollar una oferta exportable competitiva

## VII. Conclusiones

De acuerdo con el estudio realizado y a los objetivos propuestos anteriormente se concluye lo siguiente:

De los países otorgantes que participan en el tratado SGP, se han propuesto tres países específicos tales son Alemania, España y Emiratos árabes unidos basados en los criterios para la selección de mercados potenciales entre ellos el crecimiento económico del país expresado en el PIB<sup>22</sup>, el volumen de la importaciones y el crecimiento de las importaciones, se eligieron estos países por presentar un PIB alto dado que representa una demanda creciente y sostenida que podría facilitar el acceso al mercado y rentabilizar las inversiones que se realicen. El país que representa una gran oportunidad en el mercado extranjero es Emiratos Árabes unidos, debido a que en este lugar no existen regulaciones que afecten o que puedan detener el proceso de exportación, es el único país mencionado anteriormente que tiene libre impuesto al precio extranjero.

Basado en el supuesto numero dos la apertura a nuevos mercados implica una oportunidad de crecer en el mercado internacional, los puros de origen nicaragüense poseen la calidad necesaria para competir con otros países productores de este rubro; como referencia se encuentran los rankings en donde Nicaragua se ha destacado entre los primeros lugares de los mejores puros a nivel mundial dando el prestigio necesario para llegar a otros países.

Son muchos los beneficios que las industrias de puro nicaragüense pueden obtener de participar con los países otorgantes que conforman los tratados de libre comercio, principalmente el tratado SGP o Unión Europea por la prioridad que se le da a los países que están en vías de desarrollo, esta es una oportunidad que las empresas nicaragüenses pueden aprovechar para la comercialización de sus productos.

Las regulaciones y las políticas estarán presentes en los países a exportar ya que se crearon con el fin de proteger a los consumidores y promover la competencia favorable con el producto extranjero y el local, la alternativa más viable será adaptar el producto a dichas normas para no perder la oportunidad de aprovechar y crecer en los mercados potenciales.

A nivel centroamericano Nicaragua ha presentado un notorio crecimiento durante los últimos años ubicándose en el segundo lugar de los países que más fabrican este producto, desplazando a Honduras al tercer lugar demostrando la capacidad de producción, calidad y la competitividad que caracteriza a las empresas nicaragüenses.

---

<sup>22</sup> PIB: Producto interno Bruto

## VIII. Recomendaciones

- Las empresas de puros nicaragüenses deben establecer alianzas estratégicas en el país destino con personas que conozcan el medio y las regulaciones requeridas con el fin de tener una buena red de distribución para identificar el mercado objetivo dentro de cada uno de los países.
- Considerar los mercados potenciales que se proponen en los tratados de libre comercio en los que Nicaragua participa.
- Conservar la calidad de producción para seguir presentes en el ranking por el prestigio que se obtiene en el mercado extranjero.
- Implementar la publicidad en los mercados destino para la participación en el festival Puro Humo que se realiza en la ciudad de Estelí, Nicaragua.
- Mantenerse al tanto de los cambios que pueda haber en las normativas que puedan afectar el proceso de exportación.

## IX. Bibliografía

- ACS. (2017). *Atlas del Tabaco*. Recuperado el 29 de 11 de 2017, de Atlas del tabaco: <http://atlasdeltabaco.org/country-data/germany/>
- Admin. (07 de 06 de 2015). *Destino Negocio*. Recuperado el 10 de 06 de 2017, de Destino Negocio: <http://destinonegocio.com/pe/economia-pe/identifica-tu-mercado-potencial-para-ganar-mas/>
- Almada, L. P. (08 de 2009). *Zona Econòmica*. Obtenido de Zona Econòmica: <http://www.zonaeconomica.com/apertura-comercial>
- APEN. (2017). *Asociacion de productores y exportadores de nicaragua*. Recuperado el 28 de 11 de 2017, de <http://apen.org.ni/>
- Berger, K. (26 de Enero de 2017). *La Casa del Tabaco*. Obtenido de La Casa del Tabaco: <https://www.lacasadeltabaco.es/los-puros-nicaraguenses-los-mejores-del-mundo/>
- Bernilla, J. (25 de 05 de 2016). *Slideshare*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Slideshare: <https://es.slideshare.net/JorgeBernilla/la-entrevista-y-sus-caracteristicas>
- Bunge, M. (2010). *Ecured*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Ecured: [www.ecured.cu/Investigación\\_Científica](http://www.ecured.cu/Investigación_Científica)
- Castillo Benavidez, C. M., Rivera Soto, Y. E., & Castillo Herrera, B. (15 de 12 de 2014). *Repositorio Unan-Managua*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Repositorio Unan-Managua: <http://repositorio.unan.edu.ni/>
- CETREX. (10 de octubre de 2017). *Centro de trámites de exportaciones*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de Centro de trámites de exportaciones: <http://www.cetrex.gob.ni/website/institucion/qhacemos.jsp>
- Comerciante. (29 de 01 de 2011). *Comerciante Exterior*. Obtenido de Comerciante Exterior: <http://elcomerciantexterior.blogspot.com/2011/01/barreras-y-riesgos-de-la-exportacion.html>
- Correa, A. P. (2013). Generalidades de comercio internacional. En A. P. Correa, & D. A. Pulgarín (Ed.), *Correa, Andrea Paola de la Hoz* (pág. 92). Medellín, Colombia, Colombia: Centro Editorial Esumer,. Recuperado el 09 de 05 de 2017, de [www.esumer.edu.co](http://www.esumer.edu.co)
- Durán, A. M. (05 de 11 de 2015). *Slideshare*. Recuperado el 15 de 05 de 2017, de Slideshare: <https://es.slideshare.net/margaraduran/unidades-de-analisis-54758257>
- Esteban. (06 de 03 de 2013). *Slideshare*. Recuperado el 15 de 05 de 2017, de Slideshare: <https://es.slideshare.net/Faustino-Esteban9/que-es-la-tcnica-16987074>

- Galán Amador, M. (08 de 01 de 2013). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Metodología de la investigación: <http://manuelgalan.blogspot.com/2013/01/estudios-exploratorios-o-formulativos.html>
- González, C. (13 de 04 de 2015). *Carlos Gonzales Lavado*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Carlos Gonzales Lavado: <http://www.cgonzalez.cl/conceptos-universo-poblacion-y-muestra/>
- Institute, T. t. (2015). *Innovar para crecer*. Recuperado el 01 de 05 de 2017, de Innovar para crecer: <http://www.innovarparacrecer.com.mx/index.php/transferir-superior/que-es-la-transferencia-tecnologica/ventajas-y-riesgos>
- IPSA. (10 de Octubre de 2017). *Instituto de sanidad Proteccion y Agropecuaria*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de Instituto de sanidad Proteccion y Agropecuaria: <http://www.ipsa.gob.ni/ACERCA-DE-IPSA>
- Iquique. (2017). *Terminal Internacional*. Recuperado el 10 de 06 de 2017, de Terminal Internacional: <http://www.iti.cl/procesos-de-exportacion.aspx>
- Jaurilaritzaren, E. (2009). *euskadi*. Recuperado el 29 de 11 de 2017, de euskadi: [http://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones\\_ovd\\_inf\\_txostena/es\\_9033/adjuntos/Politicasyprogramas\\_cast.pdf](http://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones_ovd_inf_txostena/es_9033/adjuntos/Politicasyprogramas_cast.pdf)
- Kirk, R. (2010). *La voz de Houston*. Recuperado el 29 de 11 de 2017, de La voz de Houston: <https://pyme.lavoztx.com/los-beneficios-del-libre-comercio-para-paises-en-desarrollo-4591.html>
- Martín, J. (22 de 04 de 2014). *Empresa exterior*. Obtenido de Empresa exterior: <http://empresaexterior.com/not/47739/10-criterios-en-la-seleccion-de-un-pais-para-la-internacionalizacion-de-tu-empresa/>
- Martínez Coll, J. C. (20 de 05 de 2007). *Eumed.net*. Recuperado el 10 de 06 de 2017, de Eumed.net: <http://www.eumed.net/cursecon/18/dependencia.htm>
- Mascareñas, J. (2008). *Gaceta Financiera*. Obtenido de Gaceta Financiera: <http://www.gacetafinanciera.com/REF.pdf>
- Mizner, W. (2008). *Explorable*. Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Explorable: <https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>
- Montilla, F. (2007). *Zona económica*. Recuperado el 09 de 05 de 2017, de zona Económica: <http://www.zonaeconomica.com/riesgo-pais>
- OMC. (05 de 2005). *Organización Mundial del Comercio*. Recuperado el 28 de 11 de 2017, de Organización Mundial del Comercio: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/sps\\_s/spsund\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/sps_s/spsund_s.htm)
- Orbyt. (2016). *Datos Macro*. Recuperado el 29 de 11 de 2017, de Datos Macro: <https://www.datosmacro.com/comercio/importaciones/alemania>



- Reyes, A. (2014). *Secretaría de economía*. Recuperado el 2017, de Secretaría de economía: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>
- Rivas, M. C. (2008). *Tratados y Acuerdos Comerciales Negociados por Nicaragua*. Recuperado el 16 de 05 de 2017, de MIFIC: [www.mific.gob.ni](http://www.mific.gob.ni)
- Rodríguez, M. (19 de 08 de 2013). *Guía de tesis* . Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Guía de tesis : <https://guiadetesis.wordpress.com/2013/08/19/acerca-de-la-investigacion-bibliografica-y-documental/>
- Rugama, M. (24 de 10 de 2013). *El nuevo Diario*. Recuperado el 15 de 05 de 2017, de El nuevo Diario: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/300040-bienvenidos-capital-tabaco/>
- Sánchez, G. (05 de Mayo de 2016). *U.S Food And Grug Administration*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de U.S Food And Grug Administration: <https://www.fda.gov/NewsEvents/Newsroom/ComunicadosdePrensa/ucm499391.htm>
- Sebastián. (16 de 05 de 2012). *Libre comercio blog spot*. (Sebastián, Editor) Recuperado el 23 de 05 de 2017, de Libre comercio blog spot: <http://librecomerci.blogspot.com/2012/05/tratado-de-libre-comercio.html>
- SOFOFA. (s.f.). *SOFOFA*. Recuperado el 2017, de SOFOFA.
- Trenzano, J. M., Roninat, R., & Arana, G. (s.f). Enciclopedia de Marketing Y ventas. En J. M. Trenzano, R. Roninat, G. Arana, M. Villalba, & M. Alberte (Edits.), *Enciclopedia de Marketing Y ventas* (María Villalba; Montse Alberte ed., pág. 879). Barcelona, Barcelona, España: Oceano. Recuperado el 09 de 05 de 2017, de [www.oceano.com](http://www.oceano.com)
- Valle Leòn, M. (2011). *Riesgo País*. Recuperado el 01 de 05 de 2017, de Riesgo País: <https://www.uv.mx/personal/mvalle/files/2011/08/RIESGO-PAIS.pdf>
- Vera Vélez, L. (2013). *Proyectos Creativos* . Recuperado el 15 de 06 de 2017, de Proyectos Creativos: <http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>

## X. Anexos

# ANEXOS

### 10.1. Entrevista dirigida a entidades que apoyan el proceso de exportación.

La presente entrevista tiene como objetivo conocer las estadísticas sobre las exportaciones de tabaco-nicaragüense y los diferentes aspectos legales que deben conocer las fábricas de puro nicaragüense.

Nombre de la Institución:

Entrevistador:

Fecha:

1. ¿Desde cuándo exporta tabaco- puro Nicaragua?
2. ¿Cómo valora el crecimiento del volumen de exportaciones de tabaco puro en los últimos 5 años?
3. ¿Del total de las exportaciones que porcentaje representa el rubro del tabaco?
4. ¿Qué modalidades de exportaciones realizan en mayor medida la industria del tabaco?
5. ¿Cuál es el paso previo para exportar a nuevos mercados?
6. ¿Qué beneficios cree usted que obtienen las exportaciones de los tratados de libre comercio?
7. ¿Cree usted que influye el prestigio del puro al momento de incursionar en nuevo mercado?
8. ¿Cuáles son las medidas arancelarias y no arancelarias que se les impone a la exportación del tabaco?
9. ¿Cuáles son los principales destinos de exportaciones del tabaco nicaragüense?

## 10.2. Entrevista dirigida a Fabricas exportadoras de puros.

La presente entrevista tiene como objetivo saber que empresas están dispuestas en incursionar en nuevos mercados internacionales y cuales mercado tienen presencia.

Nombre de la Empresa:

Entrevistador:

Fecha:

1. ¿Desde cuándo realiza exportaciones la fábrica?
2. ¿Actualmente hacia qué mercado están exportando sus productos? ¿Por Qué?
3. ¿Poseen marcas que estén dentro del ranking de los mejores puros? ¿Cree usted que esto influye al momento de hacer nuevos clientes en el extranjero?
4. ¿Hacia que otros mercados le gustaría incursionar? ¿Por qué?
5. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan en el país destino?
6. ¿Cómo afectan las regulaciones impuestas por la FDA?
7. ¿Cree usted disminuya la demanda de puros por las regulaciones impuestas por la FDA, la OMS y las demás instituciones?
8. ¿Actualmente existen regulaciones sanitarias impuestas por algún organismo?  
¿Cuáles son?
9. ¿Qué efectos ejerce sobre la demanda las regulaciones sanitarias?

**10.3. Matriz de vinculación de categorías No. 5**  
**Influencia del ranking de puros a nivel mundial.**

XI.	Categoría	A.J Fernández	Olivas Cigars	Perdomo Cigars	Yayabo S. A	TAMBOR	Tabacalera Carrera	Plasencia Cigar
Calidad del Producto		-	+	+	-	-	+	-
Aumento de ventas		+	-	+	+	+	+	+
Prestigio		-	-	-	-	-	-	+
Sabor		-	-	+	-	-	-	-

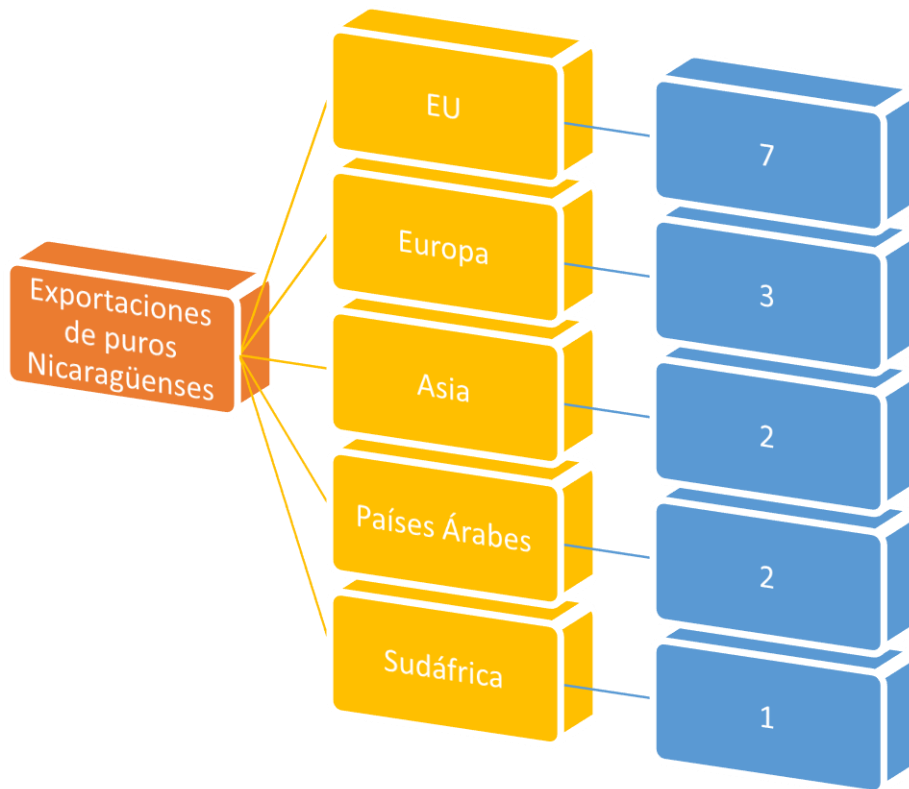
Fuente: Entrevistas realizadas a fábricas de puros.

Los puros elaborados a mano participan de un ranking donde se seleccionan los mejores, de acuerdo con una serie de variables tales como la cosecha, ingredientes o recetas ligadas y la maestría con la que son elaborados y estos a su vez son publicados en diversas revistas de prestigio cuyo principal tema es el tabaco. Esta brinda a los fumadores más exigentes información sobre la historia, calidad, marcas y el lugar donde fueron elaborados cada uno de los puros que aparecen dentro de este. Representa para las empresas de puros nicaragüenses estar presentes en el mercado y así publicitarse en el medio internacional.

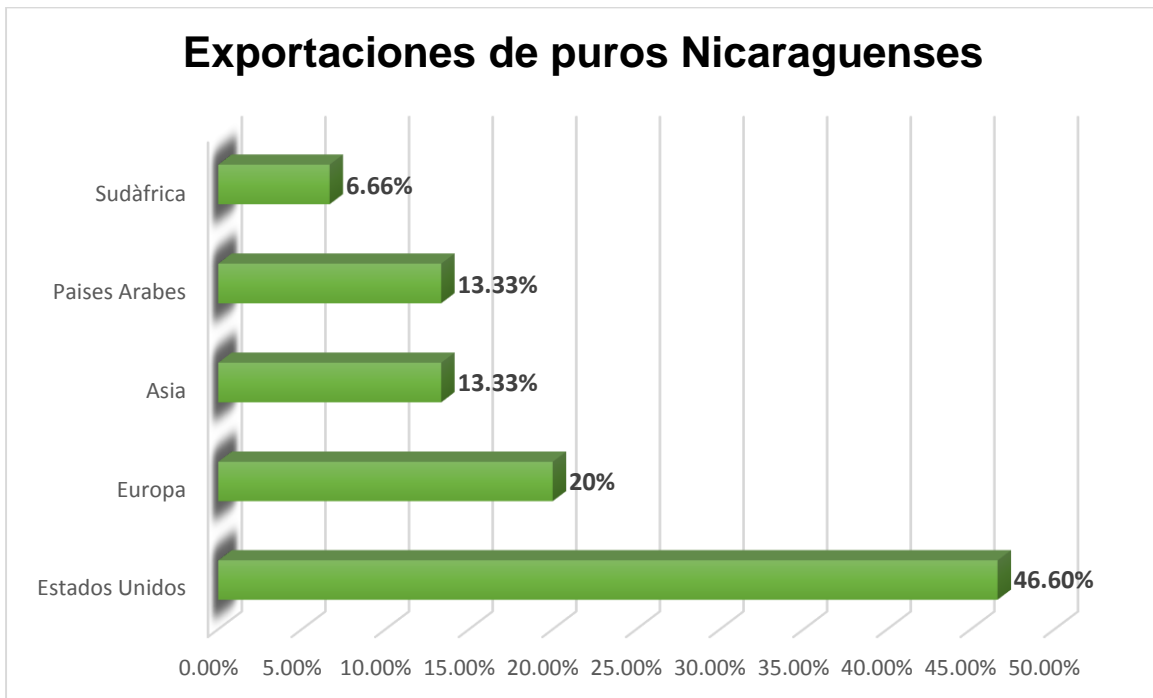
La calidad y el prestigio de los cigarros de Nicaragua encabezan desde hace tiempo las listas de las revistas y medios especializados del sector. Para muestra, un botón: de los mejores 25 cigarros de 2016 que incluye la lista Halfwheel, 17 proceden de Nicaragua. Es más, ocho de ellos lideran el Top Ten y muestran en sus puntuaciones un claro dominio. Pero esto no es cosa de un solo año, el liderazgo viene siendo desde hace más de diez años. Por su parte, las revistas más influyentes y prestigiosas del mercado del cigarro, como son Cigar Aficionado y Cigar Journal, ratifican edición tras edición la calidad mundial del tabaco nicaragüense. Ambas eligieron en la lista de los mejores de 2016 a una marca nicaragüense para que ocupara el número uno, destaque La Casa de tabaco empresa dedicada a la distribución española de tabaco. (Berger, 2017)

El sabor de los puros nicaragüense ha despertado el interés del mundo y esto representa para los dueños un considerable aumento de ventas, prestigio, calidad de producto y reconocimiento a nivel mundial, características que han dado oportunidad a Nicaragua a posicionarse dentro del ranking más competitivo.

10.4. Gráfico No. 2



Fuente: Entrevistas a fábricas que exportan hacia un mismo país destino.



Fuente: Entrevistas a fábricas que exportan hacia un mismo país destino.

Actualmente las fábricas exportadoras de puros tienen en común un solo mercado al cual se dirige el 90% de la producción total; dato que se proporcionó del personal que se encarga de la logística de exportación de este rubro. Estados Unidos representa el mercado más grande y donde hay mayor conocimiento de la calidad de los puros nicaragüenses, que en su mayoría son elaborados artesanalmente y son reconocidos en revistas de prestigio a nivel mundial.

Se denomina apertura comercial o apertura de mercados (Exportaciones) a la capacidad de un país de transar bienes y servicios con el resto del mundo, lo cual depende mucho del nivel de las llamadas barreras arancelarias y paraarancelarias establecidas por el país. (Almada, 2009).

Por tanto la apertura comercial es de suma importancia ya que el comercio local no puede limitarse dado que la competencia aumenta día a día, es entonces cuando debe plantearse la posibilidad de extenderse a otros mercados, aprovechando las nuevas tendencias e intercambios comerciales. Así como debe comprobarse la capacidad y calidad de la empresa en el entorno competitivo de los productos que responden a estándares reconocidos por los mercados internacionales, de igual manera es necesario plantearse como acceder a nuevos mercados y la evaluación de los riesgos que estos implican. (Correa, 2013).

Según el vicegerente de Plasencia Cigars Wilber Hernández “Nicaragua ha tenido un crecimiento acelerado arriba del 10% y se ubica en el segundo lugar de mayor producción de tabaco a nivel centroamericano después de República Dominicana.”

Los puros nicaragüenses representan un producto con mucho potencial y capacidad para competir en el mercado extranjero con el resto de marcas que provienen de otros países. La calidad proviene desde el momento en que se cosecha la planta hasta que se procesa. En los últimos años se han presentado distintas barreras las cuales dificultarán el crecimiento de exportación de tabaco en el mercado norteamericano es por estos que para las empresas es necesario a búsqueda de nuevos mercados. Nicaragua posee un clima y terreno idóneo para el cultivo de esta planta además de que son elaborados artesanalmente y con estricto control de calidad lo que hacen que este producto posea las características de competir en el mercado internacional de puros.

## 10.5. Entrevistas dirigidas a fábricas de puros

### 10.5.1. Fábrica de puros Olivas

Entrevistado: Delia

Fecha: 19 de octubre del 2012

1. ¿Desde cuándo realiza exportaciones la fábrica?  
A partir del año 2012
2. ¿Actualmente hacia qué mercado están exportando sus productos? ¿Por Qué?  
Estados Unidos, Europa y Asia.
3. ¿Poseen marcas que estén dentro del ranking de los mejores puros? ¿Cree usted que esto influye al momento de hacer nuevos clientes en el extranjero?  
Si se poseen, influyen porque se tiene referencia de la calidad del producto.
4. ¿Hacia que otros mercados le gustaría incursionar? ¿Por qué?
5. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan en el país destino?  
Las restricciones en estados unidos por la FDA; En los demás países es la falta de coordinación de las leyes fitosanitarias y ley de origen no son unánimes entre los países que realizan la relación comercial.
6. ¿Cómo afectan las regulaciones impuestas por la FDA?  
Afecta, por la baja de pedido, por el cargo del impuesto será mucho mayor, por el registro de cada marca, es costosa, el aumento del precio del puro al país destino.
7. ¿Cree usted disminuya la demanda de puros por las regulaciones impuestas por la FDA?  
Es Probable.
8. ¿Actualmente existen regulaciones sanitarias impuestas por algún organismo?  
¿Cuáles son?  
Siempre, regulaciones por parte de IPSA, Cetrex.
9. ¿Qué efectos ejerce sobre la demanda las regulaciones sanitarias?



Es muy importante, sin los documentos de exportación fitosanitario, certificado de origen fumigación no se puede exportar, estos documentos son de exigencia en el país de destino, sin ellos no pueden ingresar a ese país.

10. ¿Qué ventajas se obtienen de los tratados de libre comercio?

Se obtienen ventajas como la reducción de impuestos por ser zona franca, ayuda a la internación de los productos y a la compra de materia prima.

### 10.5.2. Tabacalera Carrera S.A

Entrevistado: Ángel Gonzalo Puentes

Fecha: 17 de octubre del 2017

1. ¿Desde cuándo realiza exportaciones la fábrica?  
Desde marzo del 2012
2. ¿Actualmente hacia qué mercado están exportando sus productos? ¿Por Qué?  
Estados unidos, Jordania, Líbano, Dubái, Alemania, Porque el tabaco es un mercado selecto y por la demanda que hay en algunos países.
3. ¿Poseen marcas que estén dentro del ranking de los mejores puros? ¿Cree usted que esto influye al momento de hacer nuevos clientes en el extranjero?  
Si influye, actualmente tenemos 3 marcas, chupacabras, Hell cat y Mr. Brown Stone. Mejora la Calidad del producto y aumento de ventas
4. ¿Hacia que otros mercados le gustaría incursionar? ¿Por qué?  
China, Mercado asiático y Rusia por las regulaciones de la FDA en estados unidos, mercado saturado y muchos impuestos.
5. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan en el país destino?  
Taxes (impuestos) Propaganda en contra del tabaquismo
6. ¿Cómo afectan las regulaciones impuestas por la FDA?  
Todas las regulaciones de la FDA son impuestos lo que aumenta el precio del puro (lo fundamental). La FDA está regulando los químicos.
7. ¿Cree usted disminuya la demanda de puros por las regulaciones impuestas por la FDA?  
Si, si las leyes se aceptan se quedarán muchas empresas
8. ¿Actualmente existen regulaciones sanitarias impuestas por algún organismo?  
¿Cuáles son?  
Ninguna, las mismas regulaciones, el tabaco no tiene muchas
9. ¿Qué efectos ejerce sobre la demanda las regulaciones sanitarias?  
Ninguna; Los tratados de libre comercio son una ventaja para las tabacaleras.
10. ¿Qué ventajas se obtienen de los tratados de libre comercio?  
Se obtienen ventajas como la reducción de impuestos ayuda a la internación de los productos.

### 10.5.3. Tabacalera A J Fernández Cigars S.A

Entrevistado:

Fecha: 17 de octubre del 2017

1. ¿Desde cuándo realiza exportaciones la fábrica?  
Se exporta desde el 2005
2. ¿Actualmente hacia qué mercado están exportando sus productos? ¿Por Qué?  
Mercado americano y estados unidos en su mayoría el 90% (Texas, Florida, New York, California) de la producción y el mercado de Europa apenas está creciendo se exporta el 10%.
3. ¿Poseen marcas que estén dentro del ranking de los mejores puros? ¿Cree usted que esto influye al momento de hacer nuevos clientes en el extranjero?  
Si hay marcas dentro del ranking e influyen mucho en el aumento de las ventas. Actualmente existen dos marcas que han sido premiadas por años consecutivos.
4. ¿Hacia que otros mercados le gustaría incursionar? ¿Por qué?  
Próximamente se pretende incursionar hacia el mercado de Hong Kong
5. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan en el país destino?  
Cada país tiene regulaciones diferentes, exigen etiqueta, diseño del empaque, nombre de marcas,
6. ¿Cómo afectan las regulaciones impuestas por la FDA?  
El próximo año se debe incluir una etiqueta de advertencia y el mercado se ve limitado por la dificultad de marcas nuevas porque es un proceso largo y costoso; ahora se debe pagar cuotas de usuario. Todas estas regulaciones afectaran el precio final del producto en el país destino.  
Existen demandas contra la FDA por parte de las asociaciones de fumadores para evitar el bloqueo de la entrada de este producto al país.
7. ¿Cree usted disminuya la demanda de puros por las regulaciones impuestas por la FDA?  
Hasta el momento no ha disminuido, la demanda se mantiene lo que puede disminuir es la oferta por el incremento de los costos, el que consume tabaco no dejara de fumar, solo buscara alternativas o se adaptara al cambio de los precios.
8. ¿Actualmente existen regulaciones sanitarias impuestas por algún organismo?  
¿Cuáles son?  
Sobre el producto natural hecho a mano existen regulaciones, en cuanto a los niveles de químicos, las propiedades del tabaco y los factores en el cual fue cosechado; por esta razón se tomó la alternativa de utilizar fertirriego un nuevo método en la siembra

totalmente automatizado, este le proporciona a la planta la cantidad exacta de agua y fertilizante que esta requiere al ser un proceso nuevo influye en los aumentos de costos del producto final con un 60 a 70% ya puesto el país destino. Cetrex e IPISA

9. ¿Qué efectos ejerce sobre la demanda las regulaciones sanitarias?  
No ejerce ningún efecto.
10. ¿Qué ventajas se obtienen de los tratados de libre comercio?  
No hay ningún beneficio.

#### 10.5.4. Tabacalera Perdomo S.A

Entrevistado: Pablo Antonio Hernández

Fecha: 17 de octubre del 2017

1. ¿Desde cuándo realiza exportaciones la fábrica?  
Se exporta como razón social como TAPSA desde el 2010 y como NICCIGARS alrededor de 20 años.
2. ¿Actualmente hacia qué mercado están exportando sus productos? ¿Por Qué?  
El mayor mercado es estados unidos y se está abriendo mercado hacia Europa
3. ¿Poseen marcas que estén dentro del ranking de los mejores puros? ¿Cree usted que esto influye al momento de hacer nuevos clientes en el extranjero?  
Si se tiene marcas dentro del ranking esto implica aumento de ventas dado que califican por marca, sabor, calidad y el buen trato a los trabajadores.
4. ¿Hacia que otros mercados le gustaría incursionar? ¿Por qué?  
Tienen una visión de la empresa en el mercado occidental.
5. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan en el país destino?  
En estados unidos los impuestos y las regulaciones de la FDA, y en Europa cada país tiene una regulación distinta y tiene que ver con cada uno de los elementos del producto.
6. ¿Cómo afectan las regulaciones impuestas por la FDA?  
Inicialmente cuando se impuso la normativa hubo una recesión en las ventas, pero actualmente ya se han estabilizado. Hay que hacer cambios en los procesos de producción.
7. ¿Cree usted disminuya la demanda de puros por las regulaciones impuestas por la FDA?  
La demanda no se ve afectada “el fumador es fumador y quizá le afecte los primeros meses.
8. ¿Actualmente existen regulaciones sanitarias impuestas por algún organismo?  
¿Cuáles son?  
Aún no ha entrado en vigor la ley, pero la empresa debe empezar a cambiar los procesos en el subsistema de producción si antes se usaba grasa normal ahora se debe utilizar grasa alimenticia. Cetrex E IPSA

9. ¿Qué efectos ejerce sobre la demanda las regulaciones sanitarias?

Ninguna

10. ¿Qué ventajas se obtienen de los tratados de libre comercio?

Se obtienen ventajas como la reducción de impuestos por ser zona franca, ayuda a la internación de los productos y a la compra de materia prima.

### 10.5.5. Tabacalera Yayabo Cigars S.A

Entrevistado: Ivon Huete

Fecha:

1. ¿Desde cuándo realiza exportaciones la fábrica?  
La tabacalera exporta desde hace 5 años.
2. ¿Actualmente hacia qué mercado están exportando sus productos? ¿Por Qué?  
Estados unidos principalmente a Miami.
3. ¿Poseen marcas que estén dentro del ranking de los mejores puros? ¿Cree usted que esto influye al momento de hacer nuevos clientes en el extranjero?  
si, la marca CIRION influye porque llama la atención de los clientes. ( Aumento de ventas)
4. ¿Hacia que otros mercados le gustaría incursionar? ¿Por qué?  
China y todo el mercado asiático y sería un logro para la empresa estar en otro continente.
5. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan en el país destino?  
El impuesto de cada país causa costos adicionales sobre el producto.
6. ¿Cómo afectan las regulaciones impuestas por la FDA?  
Es una tarea complicada nada está fijo y no se sabe que pueda suceder.
7. ¿Cree usted disminuya la demanda de puros por las regulaciones impuestas por la FDA?  
La demanda no va a disminuir quizá las ventas se vean afectadas.
8. ¿Actualmente existen regulaciones sanitarias impuestas por algún organismo?  
¿Cuáles son?  
No.
9. ¿Qué efectos ejerce sobre la demanda las regulaciones sanitarias?  
Ninguna.
10. ¿Qué ventajas se obtienen de los tratados de libre comercio?  
Se obtienen ventajas como la reducción de impuestos.

### 10.5.6. Tabacalera TAMBOR

Entrevistado: José Antonio briones López.

Fecha:

1. ¿Desde cuándo realiza exportaciones la fábrica?  
Como razón social tambor Nicaragua desde el 2004.
2. ¿Actualmente hacia qué mercado están exportando sus productos? ¿Por Qué?  
Estados Unidos de ahí es punto de distribución hacia los demás países
3. ¿Poseen marcas que estén dentro del ranking de los mejores puros? ¿Cree usted que esto influye al momento de hacer nuevos clientes en el extranjero?  
Actualmente no poseen marcas, pero considero que si influye en el aumento de las ventas.
4. ¿Hacia que otros mercados le gustaría incursionar? ¿Por qué?  
Depende del rubro que se dirija y las exigencias del consumidor. Asia.
5. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan en el país destino?  
La competencia y la aceptación del producto.
6. ¿Cómo afectan las regulaciones impuestas por la FDA?  
Aún no está aprobada la ley, pero afectara directamente a las empresas que no tienen una patente y las empresas más grandes logran sobrellevarse.
7. ¿Cree usted disminuya la demanda de puros por las regulaciones impuestas por la FDA?  
La demanda no va a disminuir quienes se verán afectados serán las empresas pequeñas.
8. ¿Actualmente existen regulaciones sanitarias impuestas por algún organismo?  
¿Cuáles son?  
Si, el IPISA y MACFOR por certificación de las plagas. En los países europeos exigen fitosanitaria.
9. ¿Qué efectos ejerce sobre la demanda las regulaciones sanitarias?  
Ninguna
10. ¿Qué ventajas se obtienen de los tratados de libre comercio?  
Se obtienen ventajas como la reducción de impuestos por ser zona franca, ayuda a la internación de los productos y a la compra de materia prima. Los países que no



aceptan zona franca como Colombia cobran el 35% de impuesto por no haber tratado de libre comercio.

### 10.5.7. Plasencia Cigars

Entrevistado: Wilber Hernández

Fecha:

1. ¿Desde cuándo realiza exportaciones la fábrica?  
Desde su fundación 1993
2. ¿Actualmente hacia qué mercado están exportando sus productos? ¿Por Qué?  
Estados unidos, Europa Asia medio oriente y Sudáfrica
3. ¿Poseen marcas que estén dentro del ranking de los mejores puros? ¿Cree usted que esto influye al momento de hacer nuevos clientes en el extranjero?  
Si, las marcas de la casa, Plasencia alma fuerte, Plasencia orgánica, se maneja marcas reconocidas de otras empresas como Montecristo romeo 505. Nica puro. Si, influye el prestigio que se tiene por hacer tabacos premium se pueden captar clientes fuertes, se manejan marcas de Altadi es la mayor empresa comercializadora de puros.
4. ¿Hacia que otros mercados le gustaría incursionar? ¿Por qué?  
Se desea crecer en Europa en algunos países de Sudáfrica; Portugal España Francia se tienen presencia.  
El mercado europeo es dominado por los cubanos.
5. ¿Cuáles son las principales barreras que enfrentan en el país destino?  
Varían los tipos de regulaciones en estados unidos es más grandes, hay más exigencias en Europa, documentos fitosanitarios
6. ¿Cómo afectan las regulaciones impuestas por la FDA?  
Depende del impacto, ni los mismos dimensionistas saben, no saben si abra alguna disminución.
7. ¿Cree usted disminuya la demanda de puros por las regulaciones impuestas por la FDA?  
No. Normalmente se está dando un reacomodamiento en el caso de los grandes productores de tabaco, se hadado un crecimiento acelerado del 10% desde el año pasado según de la importación de puros premium en lo que va del 2017 Nicaragua está superando a dominicana. Asociación de cigarros americanos.

8. ¿Actualmente existen regulaciones sanitarias impuestas por algún organismo?  
¿Cuáles son?

Serán las de la Fda. Inocuidad del producto, del uso de los productos en el proceso y cultivo. Trazabilidad

9. ¿Qué efectos ejerce sobre la demanda las regulaciones sanitarias?  
No creo que en la demanda tenga impacto o afectación afectarían a las fábricas.

10. ¿Qué ventajas tienen los tratados de libre comercio?

Los tratados de libre comercio dan Facilidad reducción de impuestos, trabas de penetración o tramites, menos aranceles.

## 10.6. Entrevista dirigida a entidades que apoyan el proceso de exportación

### 10.6.1. Apen

Entrevistado: Mario Farías

Fecha: 23 de octubre

#### 1. ¿Desde cuándo exporta tabaco- puro Nicaragua?

Puede ser sujeto a debate, pero las exportaciones como tales se considera que iniciaron en la década de los 60 del siglo XX, luego de la introducción del cultivo por parte de cubanos que emigraron de su país de origen y se establecieron inicialmente en Estelí dadas ciertas condiciones edafoclimáticas similares a la zona de donde principalmente provenían ellos, Pinar del Río.

(Verificar, pues suena debatible).

#### 2. ¿Cómo valora el crecimiento del volumen de exportaciones de tabaco puro en los últimos 5 años?

Tabaco	AÑOS				
	2016	2015	2014	2013	2012
Millones de kilogramos	5.509	5.182	4.687	4.4	3.883
% respecto al total de exportaciones	0.31%	0.28%	0.24%	0.24%	0.22%
Incremento millones de kilogramos	0.327	0.495	0.287	0.517	
Incremento en % respecto al anterior	6.31%	10.56%	6.52%	13.31%	

De los datos de la tabla (datos del CETREX), se observa que el crecimiento en volumen (kilogramos) ha sido sostenido. Siendo el incremento del período entre 2012 y 2016 del 41.87% lo que demuestra el dinamismo y el potencial de éste rubro.

De 2012 a 2013 aumentó 13.31%. De 2013 a 2014 aumentó 6.52%. De 2014 a 2015 aumentó 10.56%. De 2015 a 2016 aumentó 6.31%.

3. ¿Del total de las exportaciones que porcentaje representa el rubro del tabaco?

La tabla siguiente presenta los porcentajes en cuanto a valor (millones de dólares).

Tabaco	AÑOS				
	2016	2015	2014	2013	2012
Millones de US\$	58.695	53.383	49.785	44.612	37.519
% respecto al total de exportaciones del país	2.53%	2.14%	1.84%	1.76%	1.38%

A pesar de que el rubro ocupa el puesto 10 entre los 107 rubros que exporta Nicaragua, el porcentaje sobre el total del valor de las exportaciones apenas alcanzó el 2.53% en el año 2016, sin embargo, nótese que viene incrementando su proporción de manera sostenida desde el año 2012.

4. ¿Qué modalidades de exportaciones realizan en mayor medida la industria del tabaco?

En base a los códigos arancelarios reportados, se exporta tabaco bajo las siguientes modalidades:

Tabaco en rama.	Puros de diferentes medidas.
Cigarrillos que contengan tabaco.	Cajetillas conteniendo cigarrillos de tabaco.
Tabaco despalillado.	Cigarros (puros).
Cigarritos (puritos).	Puros elaborados.
Tabacos puros de diferentes medidas.	Puros de diferentes medidas en cajas.
Tabaco sin desvainar.	Picadura de tabaco.

5. ¿Cuál es el paso previo para exportar a nuevos mercados?

El paso lógico y obligado (pero que pocas veces se hace) es el de un estudio de mercado, que arroje desde los gustos y preferencias del consumidor, formas de distribución, etcétera, hasta los aspectos legales y normativos del país objetivo.

6. ¿Qué beneficios cree usted que obtienen las exportaciones de los tratados de libre comercio?

7. ¿Cree usted que influye el prestigio del puro al momento de incursionar en nuevo mercado?

Sí. Es un mercado con consumidores que generalmente se consideran con un alto criterio de selección y buen poder adquisitivo, por lo que el prestigio del país productor y de la marca es fundamental.

8. ¿Cuáles son las medidas arancelarias y no arancelarias que se les impone a la exportación del tabaco?
9. ¿Cuáles son los principales destinos de exportaciones del tabaco nicaragüense?

El tabaco, a pesar de no significar un alto porcentaje de las exportaciones de Nicaragua, es uno de los rubros (quizás solo superado por el café) con más número de destinos. En el año 2016 se exportó tabaco nicaragüense a 60 países. Siendo los más importantes Estados Unidos (28%), República Dominicana (8.5%), Honduras (7.5) y España (1.7%), seguidos de largo por los restantes 56 países



