

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



**PROYECTO DE GRADO DE LICENCIATURA EN MODALIDAD DE
ESPECIALIZACIÓN: INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTOS**

TEMA:

**PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN DE GALLETA DE SODA O SALADAS
HACIA LA CIUDAD DE PANAMÁ, REPÚBLICA DE PANAMÁ**

PRESENTADO POR:

NOMBRE	CODIGO CARRERAS
GÁMEZ GARCÍA, EDENILSON NATANAEL	L10804
GARCÍA CRUZ, MÓNICA LISSETTE	L10804
MUNGUÍA HERNÁNDEZ, ANGÉLICA ELIZABETH	L10804

FEBRERO 2024

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA.

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: M.SC. JUAN ROSA QUINTANILLA
VICERRECTOR ACADÉMICO: DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA
SECRETARIO GENERAL: LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

AUTORIDADES DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LIC. PEDRO JAVIER RIVAS MEJÍA
COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADUACION: MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADOR DE PROCESO DE GRADUACIÓN: MSC. NORMA YESSENIA ECHEGOYEN JIMÉNEZ
DOCENTE ASESOR: LICDA. DANIELA ALEXANDRA HENRÍQUEZ
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. ALCIDES DARÍO ALFARO ALFARO
LIC. JAVIER AMÍLCAR SALAMANCA RIVAS
LICDA. DANIELA ALEXANDRA HENRÍQUEZ

FEBRERO, 2024

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Mónica Lissette García Cruz

Primeramente, darle gracias a Dios, además reconozco a mi familia en especial a mi mamá y mi papá que son mi apoyo. Agradezco a mis compañeros de batallas, Edenilson y Elizabeth, por compartir momentos de estrés y alegría, considerándolos amigos cercanos. Expreso mi gratitud todos mis amigos, por su apoyo incondicional. Reconozco la invaluable contribución de mis catedráticos en especial nuestra asesora Lic. Daniela, a quien agradezco por el apoyo.

Edenilson Natanael Gámez García

Le doy gracias a Dios Por las bendiciones recibidas durante este periodo de formación, a mi madre Santos García por el enorme esfuerzo realizado para poder culminar este proceso, así como a todos mis docentes, Lic. Darío Alfaro, Licda. Marta Borjas y Licda. Daniela Henríquez por su contribución al desarrollo de la carrera. Un agradecimiento especial a mis compañeras de estudio Mónica García, Angelica Hernández, por su apoyo incondicional durante todo este proceso de formación que hemos compartido en las aulas, experiencias que nos fortalecen como personas, amigos y profesionales.

Angélica Elizabeth Munguía Hernández

Gracias primero a Dios, según a mi familia, mi papá y mis hermanos, Miguel Ángel Munguía, Miguel Ernesto Munguía, Paola Munguía y Zulma Munguía que han brindado todo su apoyo para que este proceso haya sido posible, a mi madre Sandra Elizabeth Hernández que aun cuando su tiempo con nosotros se agotó nunca se borraran sus consejos y buen ejemplo, esta tesis es el resultado de un esfuerzo colectivo de mis seres queridos, compañeros de tesis y amigos, Gracias Mónica Lissette García, Edenilson Natanael García, mis amigos “Sin plan” amigos de infancia, Miguel, Sergio, Estefany, Katy, a todos los docentes que apoyaron y motivaron el procesos, Lic. Darío Alfaro con su mejor clase del mundo, Licda. Xiomara, Lic. Francia, el Ing. Alex, Lic. Samuel y nuestra asesora, Licda. Daniela.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCION	3
Capítulo 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Descripción	2
1.3 Formulación	3
1.4 Enunciado de la problemática	3
1.5 Delimitación del problema	3
1.5.1 Geográfica y Temporal (2017-2021)	3
1.5.2 Teórica	3
1.6 Justificación del problema	5
1.6.1 Novedad	6
1.6.2 Utilidad social	6
1.6.3 Factibilidad	7
1.6.3.1 Factibilidad técnica	7
1.6.3.2 Factibilidad económica-comercial.	7
1.6.3.3 Factibilidad legal	7
1.6.3.4 Factibilidad política	8
1.7 Objetivos	8
1.7.1 Objetivo General	8
1.7.2 Objetivos Específicos	8
1.8 Marco Teórico	9
1.8.1 Histórico	9
1.8.2 Conceptual	14
1.8.3 Legal	16
Capítulo 2: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	17

2.1 Método	17
2.2 Enfoque	17
2.3 Técnicas e instrumentos de investigación	18
2.3.1 Técnicas	18
2.3.2 Instrumento	18
2.4 Fuentes	18
2.5 Unidad de investigación	19
2.6 Determinación de la población y muestra	20
2.6.1 Muestreo	20
2.6.2 Población	21
2.6.3 Muestra	21
2.7 Diagnóstico de internacionalización	22
2.7.1 Conclusiones del diagnóstico de la situación	23
Capítulo 3 PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN	29
3.1. Decisiones de mercado	29
3.1.1. Estudio de mercado	29
i. Comportamiento del consumidor	29
ii. Perfil comercial	35
iii. Localización y Selección de Canales de Acceso al Mercado	39
iv. Cadena de Precios de Exportación	40
v. Promoción internacional	41
vi. Transporte y Logística	42
vii. Localización de Barreras	46
3.1.2 Perfil país	47
3.2. Operaciones y clientes	48
3.2.1. Plan de acción	48
i. Políticas de adaptación al mercado internacional	48
ii. Localización y Selección de Canales de Acceso al Mercado	52
iii. Documentación de Exportación	54

3.2.2 Finanzas	58
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS	61
ANEXOS	67

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	2
<i>Causas y síntomas de la poca participación de El Salvador en el mercado de Panamá del producto galleta de soda o salada.</i>	2
Tabla 2.	12
<i>Países con mayor ingreso de galleta salada a Panamá 2017-2021.</i>	12
Tabla 3.	13
<i>Principales marcas de galletas de soda o saladas en Panamá</i>	13
Tabla 4	13
<i>Desembarque de mercancías de El Salvador Panamá años 2017-2022</i>	13
Tabla 5	16
<i>Principales leyes o decretos que mencionan requisitos del ingreso de productos a Panamá.</i>	16
Tabla 6.	30
<i>Jefes de hogar por tipo de hogar en Panamá censo 2023</i>	30
Tabla 7	30
<i>Porcentaje promedio de ingresos en el área urbana 2017/2018</i>	30
Tabla 8.	31
<i>Remuneraciones pagadas por actividad económica año 2017-2020</i>	31
Tabla 9	32
<i>Matrícula en la república de Panamá</i>	32
Tabla 10	37
<i>Comparativo de los principales competidores</i>	37

Tabla 11.	40
<i>Cálculo de precio de exportación</i>	40
Tabla 12.	42
<i>Desembarque de galleta de soda o saladas de El Salvador en Panamá años 2017-2022</i>	42
Tabla 13	43
<i>Información general de Frontera terrestre Paso Canoas en Chiriquí</i>	43
Tabla 14	44
<i>Información General del Puerto Balboa y Colon Container Terminal</i>	44
Tabla 15	47
<i>Grupo de Alimento: pan y productos de panadería y pastelería</i>	47
Tabla 16	49
<i>Directorio de supermercados</i>	49
Tabla 17	56
<i>Recomendaciones de embalaje</i>	56
Tabla 18.	57
<i>Signos distintivos del embalaje</i>	57
Tabla 19	58
<i>Proyección de exportaciones estimadas mensuales</i>	58
Tabla 20.	138
<i>Matriz de grado de importancia</i>	138
Tabla 21.	138
<i>Matriz de barrera indicada</i>	138
Tabla 22.	139
<i>Resumen diagnóstico de adaptación de producto</i>	139
Tabla 23.	140
<i>Matriz de diagnóstico de adaptación del producto</i>	140
Tabla 24	141
<i>Factores de potencial de exportación</i>	141

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.

Mapa de rutas y carreteras.

49

49

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo describe la situación actual del sector productor de galletas de soda o saladas de El Salvador representado por el inciso 190590, y el nivel de exportación que se mantiene hacia el mercado de ciudad de Panamá; enfocado en el mejoramiento de la situación actual de las empresas que se dedican a la elaboración de galletas brindando herramientas que faciliten el proceso de internacionalización y exportación de este producto.

Actualmente en el mercado salvadoreño solo dos empresas reflejan flujos altos en sus exportaciones de producto de galleta de soda o saladas siendo MOLSA Y LIDO, empresas que tienen la mayor parte del mercado a nivel nacional y de igual manera poseen presencia en el mercado internacional, cabe destacar que mantienen niveles de producción de galletas, por otro lado las micro y pequeñas empresas que tiene un camino lleno de oportunidades para extender sus niveles de producción a otros mercados como por ejemplo el de Panamá.

Este proyecto se presenta como una herramienta que facilite la información de los procesos a seguir para la internacionalización y exportación de productos de galletas de soda o saladas y sus derivados para obtener un desarrollo del sector a nivel internacional, donde destacan propuesta de herramientas de estudio de producto y mercados, rutas logísticas, fuentes de información, documentación, y demás información que los nuevos exportadores pueden tomar en cuenta para una visión más clara del proceso a seguir para expandir sus mercados.

INTRODUCCION

El documento presente muestra el desarrollo de un plan de internacionalización de galletas de soda o salada; desde el inicio se determinó algunos aspectos relevantes, como el nivel de participación en las exportaciones del inciso arancelario a Panamá, la principal competencia nacional e internacionalmente. Información estadística importante sobre el país de destino como la población, la extensión territorial, los requisitos que pide Panamá para el ingreso del producto y los acuerdos comerciales que tiene con El Salvador.

Parte del documento también contempla las fuentes de información que se utilizaron en la investigación, definición de la población y muestra, el enfoque de la investigación todos estos aspectos son importantes para obtener la información más certera y con un menor margen de error y así realizar un análisis objetivo sobre el producto.

El plan de Internacionalización es una guía que se dejará para las empresas del sector panificador, esto para facilitarle la exportación del producto, o más bien reconsiderar la idea de exportar el producto a panamá, ya que aspectos como barreras arancelarias y no arancelarias, documentación, cultural, característica del producto y forma de transportarlo son algunos de los aspectos que se ven reflejado en el documento

Se utilizarán herramientas importantes para crear una idea objetiva y concisa sobre el producto como son las matrices que integran puntos como el análisis de barrera, las características del producto y los principales desafíos que enfrenta el sector del producto, estas matrices reforzadas con las entrevistas que se realizará entidades y personas claves para obtener información que brinden un respaldo que lo refleja

Capítulo 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 Antecedentes

Panamá es un país que posee una población total de 4,218,808 siendo un 50.14% la población masculina y el 49.86% perteneciente al sexo femenino, posee una esperanza de vida promedio de 78.7 años, además tiene una tasa bruta de natalidad del 17.5 por cada 1,000 habitantes, su población económicamente activa es de 45.10%, además de poseer una alta alfabetización entre la población de 15 a 24 años, con un porcentaje de 97.5% y posee un porcentaje de pobreza nacional del 22.10%. (Sistema de Integración Centroamericano,2017)

Para El Salvador analizar los productos de la subpartida 190590 se concluye que la mayor representación a nivel de Exportaciones e importaciones a Panamá es el producto Galletas de soda o saladas, además de estar ubicado dentro de las primeras 15 posiciones, con esta información se analiza que las galletas de soda o saladas, es el producto contenido dentro de la subpartida que más se exporta a Panamá. (Instituto Nacional de Estadísticas de Panamá, 2022)

La investigación evalúa la factibilidad de exportación de empresa T&C Procesadora de alimentos Chiclayo, a través de un plan de negocios del producto galletas de quinua hacia Estados Unidos; Se concluye que la empresa T&C Procesadora de Alimentos por medio de esta herramienta guía, se conoce las áreas de mejora y todos los elementos a tomar en cuenta para realizar una exportación hacia el mercado de uno de sus más grandes socios comerciales, cabe mencionar que este documento sirve como guía de apoyo para la presente investigación. (Universidad Señor de Sipán, 2016).

El informe económico comercial presentado por la Oficina Económica y comercial de España en Panamá durante el año 2022, da a conocer el estado actual de los diferentes

sectores en la República de Panamá, partiendo de la situación Política, situación económica, su nivel de comercio exterior de bienes y servicios, así, como las diferentes relaciones comerciales con mercados extranjeros, de esta manera nos permite conocer un panorama general del mercado panameño siendo este de interés para nuestro trabajo de investigación (Gobierno de España, 2022).

La investigación realizada por la Universidad La Salle, tuvo como objetivo principal realizar una propuesta de plan de negocio para la internacionalización de galletas marca Qiwa, con el fin de exportarlos hacia el mercado canadiense, El proyecto concluye luego del análisis externo hacia el mercado de destino, el producto Galletas de Qiwa posee una ventaja competitiva al ser un producto altamente diferenciado del resto de su competencia, además de identificar el mercado canadiense con gran apertura comercial de acuerdo a los gustos y preferencias de su población y la alta aceptación que tendría en el mercado. (La Salle Universidad, 2022).

1.2 Descripción

Tabla 1.

Causas y síntomas de la poca participación de El Salvador en el mercado de Panamá del producto galleta de soda o salada.

<u>Síntomas</u>	<u>Causas</u>
S1 Poca exportación del producto galletas de sodas o saladas desde El Salvador a Panamá	C1 Desconocimiento de los procesos de exportación y lo que implica colocar el producto en panamá
S2 Amplia competencia del producto en el mercado de panamá	C2 Competidores con una mayor capacidad productiva
S3 Pérdidas de productos	C3 Productos frágil de corta duración

Nota. autoría propia

1.3 Formulación

El presente proyecto busca compilar una guía de criterios a considerarse para un proceso de internacionalización del sector, en específico la galleta salada, además de explicar algunos puntos importantes a cumplir para tener al alcance una mayor posibilidad de éxito al emprender un proceso que puede resultar complejo; para eso es importante tener en cuenta muchos factores y entender el tipo de candidatos que somos en este proceso.

1.4 Enunciado de la problemática

¿Cuáles son las principales variables que afectan la realización de la internacionalización de galletas de soda o saladas a Panamá?

1.5 Delimitación del problema

1.5.1 Geográfica y Temporal (2017-2021)

El proyecto la internacionalización de productos “galleta de soda o salada” está considerada geográficamente a la ciudad de Panamá, Ubicada en la República de Panamá, debido es un mercado con altos índices de crecimiento económico, así mismo dicho mercado sería el principal punto de llegada para el producto. Por otro lado, es una ciudad con un amplio consumo de marisco.

La investigación Plan de Internacionalización de galletas de soda o saladas se realizará entre los años 2017-2022

1.5.2 Teórica

Según los datos obtenidos del Ministerio de Comercio e Industria. Panamá es un país con una población aproximada de 4,278,500. Tiene extensión territorial de 75,517 km cuadrados, su capital es Ciudad de Panamá y además legalmente tiene en circulación 2 monedas el balboa como moneda propia y en el año 1904 se adoptó el dólar

norteamericano como moneda de curso legal, siendo esta una ventaja para El Salvador debido que también adoptó el dólar como moneda en circulación. (Ministerio de Comercio e Industria,2020, Ficha País Panamá).

La República de Panamá posee una división política de 9 provincias y 6 comarcas, la mayoría de sus habitantes son católicos, limita al norte con el mar Caribe y al sur con el Océano Pacífico, con respecto a las fronteras terrestres Colombia y Costa Rica se encuentran más cercanos. Panamá posee un clima tropical y una temperatura promedio de 27 °C (Embajada de Panamá en Rusia,2022)

Los permisos para productos de consumo deben ser previamente aprobados, por otro lado, la declaración del exportador para el proceso es importante, se debe tener en cuenta los documentos de transporte, además de las facturas de la mercancía que comprueban el producto.

- **Estadísticas:**

Las principales bases de datos que se utilizaron fueron el Visor de informes Instituto Nacional de Estadísticas y censos (INEC), y Estadísticas y censo poblacional del INEC proporcionaron información cuantitativa acerca del comercio del país y los datos poblacionales, esto permite recopilar información para interpretar y realizar análisis de datos y formular tablas resumen para tener síntesis de datos para una mejor comprensión y perspectiva de la situación económica y poblacional.

- **Información cualitativa**

En los sitios web como la embajada de Perú, la Autoridad Nacional de Aduana (ANA) y el Ministerio de Comercio e Industria de Panamá (MICI) se obtuvo la información sobre los requisitos que se necesitan para el ingreso de mercancías en Panamá, documentos e informes sobre el comercio exterior e interior de Panamá y en

específico sobre el comercio de galletas de soda o salada, también en el Ministerio de Economía de El Salvador (MINEC) se obtiene información de los diferentes tratados que se tienen en Centroamérica y en específico la relación con Panamá. Por otro lado, el Ministerio de Salud de Panamá (Minsa.PA) brinda información de los requisitos de ingreso en específicos productos alimenticios.

- **Formularios**

Por medio del sitio oficial de la Secretaria de Integración Centroamericana (SIECA) y Código Aduanero Único Centroamericano (CAUCA) se establece la legislación aduanera a cumplir por parte de mercados pertenecientes a Centroamérica, de igual manera detalla instrumentos y formularios a utilizar en las destinos procesos así como los requisitos aduaneros para la internacionalización de mercancías, información que nos permite plantear una base para la realización del proyecto de internacionalización.

1.6 Justificación del problema

La exportación de productos por sí misma es de gran importancia, debido que es uno de los puntos base para cualquier país que busca desarrollar sus actividades económicas; en específico la investigación de una partida arancelaria es útil para la industria que se dedica a la producción de galleta de sodas o saladas, ya que es una opción a futuro para muchas micro y pequeñas empresas. ¿Por qué hacerla? Para crear información de fácil acceso y comprensión para los interesados en la exportación, y que sirva como referencia para la lectura introductoria, para comprender las bases fundamentales del proceso.

1.6.1 Novedad

Las investigaciones para el país se encuentran un poco limitada, además que hace referencia a un producto con potencial al país destino y un alto posicionamiento a nivel nacional local, por ende, resulta atractivo para los dedicados a esta rama de producción; el desarrollo de este proyecto además es novedoso, dado que es una propuesta nueva de parte de la universidad y se enfoca en el producto del inciso arancelario 190590, empleado según datos históricos de los años 2017-2022.

El proyecto presentado a los empresarios salvadoreños productores de galletas de soda o saladas, un sector sin explotar con alto potencial de exportación, debido a las diferentes barreras, requisitos o falta de conocimiento para realizar el proceso de internacionalización, por ello, se presenta un documento base que facilita diferentes herramientas que ayudan a determinar las debilidades y fortalezas del producto en estudio, facilitando la toma de decisión para dar inicio a una internacionalización o fortalecer las debilidades detectadas

1.6.2 Utilidad social

Este proyecto realizado tiene un alto valor en cuanto al desarrollo de conocimiento que sirve como guía de facilitación para dar inicio al proceso de internacionalización de las pymes salvadoreñas, algunos puntos a considerar en el desarrollo como instrumentos o herramientas que evalúen el producto del sector panificador que buscan nuevas oportunidades hacia Panamá, además de contribuir a la toma de decisión para conocer la factibilidad de exportación de este producto, además de crear información sintetizada y enfocada en factores importantes, de manera que brinde referencias bibliográficas para futuras investigaciones o complementar algunas ya iniciadas, lo cual traería mayores ingresos e incentivos a la economía, mejorando el flujo de las exportaciones y el desarrollo del sector panificador

1.6.3 Factibilidad

1.6.3.1 Factibilidad técnica

La investigación del plan de internacionalización se hará con información recopilada de sitios oficiales y gubernamentales que facilitan el análisis e investigación del mercado al que se quiere exportar, además de la realización de entrevistas especializadas

1.6.3.2 Factibilidad económica-comercial.

El plan de internacionalización ayudará a los empresarios a evaluar lo que invertirá en la exportación de galletas de soda o saladas a Panamá, el documento está enfocados a empresas con una capacidad económica media que quieran exportar este producto, además de la capacidad que tiene este producto para ser aceptado por el mercado panameño

1.6.3.3 Factibilidad legal

Para exportación de galletas de soda o saladas a Panamá se tienen que cumplir lo establecido por el gobierno de Panamá, además de cumplir los requisitos discutidos en el tratado libre comercio Centroamérica-Panamá, de igual manera las normas establecidas por la Organización Mundial de Comercio (OMC) y el Sistema de Integración Centroamericana (SICA).

Dentro de la factibilidad legal hay un conjunto de organismos que regulan la actividad económica que rigen el comercio dentro y fuera del país algunas entidades son, el Ministerio de Comercio e Industria (MICI) es el organismo encargado de desarrollar y ejecutar la política del Gobierno en materias de industria, comercio y aprovechamiento de los recursos naturales, además del comercio exterior". (Gobierno de España, 2022, pág.5)

Otras entidades "que están involucradas en la tramitación de las exportaciones e importaciones de acuerdo con el tipo de producto: El Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) a través de la Autoridad Nacional de Aduanas (ANA), el MICI, Ministerio de Salud

(MINSA) de Panamá, la Autoridad Nacional del Medioambiente y la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos (AUPSA) "(Gobierno de España, 2022, pág.6).

1.6.3.4 Factibilidad política

En términos generales el tratado de libre comercio Centroamérica Panamá, es un convenio realizado por El Salvador y Panamá que beneficia las exportaciones, además del proceso que inicio Panamá en 2012 para la inserción en el Sistema de Integración Centroamericana que contribuyo al sector panificador y todo el sector exportador se vio beneficiado del proceso; como producto de esto la galleta de soda ingresa a Panamá con un arancel del 0%.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Desarrollar un instrumento que permita a los empresarios tener una guía para realizar procesos de internacionalización, que contribuya al análisis para la llegada de las galletas de soda o saladas al mercado panameño.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis comparativo de las galletas de soda o saladas de los principales países exportadores a Panamá, de manera que permita visualizar el nivel de participación de la exportación de El Salvador a Panamá
- Explicar la importancia del potencial de exportación, adaptación del producto herramientas que le permita a los empresarios conocer la factibilidad de la exportación de galletas de soda o saladas a Panamá.
- Describir el proceso de la exportación del producto galletas soda saladas de El Salvador Hacia Panamá.

1.8 Marco Teórico

1.8.1 Histórico

La historia Centroamericana lleva muchos años mejorando las relaciones comerciales y se continúa llevando un proceso de integración a nivel centroamericano, incluyendo a Panamá, aunque en muchas ocasiones se suele excluir a Panamá como país centroamericano si forma parte de estos, presenció el protocolo desde del 13 de diciembre de 1991 que se crea el Sistema de integración Centroamericana. En el llamado protocolo de Tegucigalpa, (Ministerio de Economía de El Salvador, sistema de integración centroamericana, párrafo 3).

De Manera formal firmó el ministro de comercio e industria de Panamá el protocolo de Tegucigalpa, República de Honduras el 29 de junio de 2012 haciéndolo parte formal con el resto de Centroamérica e integrándolo bajo las mismas condiciones para el resto de los países Centroamericanos (SIECA, 29 JUNIO 2012)

Debido a su cercanía geográfica, las similitudes entre países; además de facilitar procesos comerciales con la región, se ha visto en la necesidad de hacer juntos otros tratados comerciales, por ejemplo y uno de los más importante a nivel de flujo de mercancías, Tratado de libre comercio entre Estados unidos de Norte América y Centroamérica. También firmaron el TLC entre México-Centroamérica, República Dominicana-Centroamérica, Chile-Centroamérica, República de Corea-Centroamérica, Reino Unido-Centroamérica, el Acuerdo Comercial entre Unión Europea-Centroamérica. (Ministerio de Economía de El Salvador, sistema de integración centroamericana.)

Esto además de hacer visible la necesidad de unión comercial refleja la interacción entre los países de Centroamérica; es un mercado amplio con muchas similitudes por ende es su mayor mercado potencial.

Panamá ha vivido muchas experiencias de país como todo Centroamérica, al igual fue

una conquista de la corona española, el proceso de independencia se conmemora en el país el 10 noviembre del año 1,821, si bien esta no fue concretada en las mismas fecha de El salvador si tienen en común la implementación de una segunda moneda en circulación justo a la moneda nacional, El Salvador no mantuvo ambas en circulación pero Panamá si logro no solo mantenerlas en circulación, sino también que su equivalencia sea de 1 a 1 con el dólar estadounidense, así que el país cuenta con la posibilidad de hacer uso de política monetaria, por otro lado, una de los procesos que marcó una gran diferencia con Panamá respectos al resto de Centroamérica fue su proyecto de el “Canal de Panamá”

El proyecto vino a hacer un antes y después para el país. Para el comercio mundial y el traslado desde el océano Pacífico y el Atlántico, después que Panamá firmará un convenio con Estados Unidos para trabajar en conjunto para llevar este proyecto, pasaron 10 años para hacerlo realidad; este proyecto ya tenía un poco de avance, pues ya se tenía un plan para realizarlo dado que Carlos V de España tenía la propuesta de una ruta, más de 300 años después los franceses trataron de hacer posible el proyecto, sin llegar a terminarlo, fue hasta 1903 que se encaminó este proyecto de Panamá aliado con Estados Unidos de Norte América. (PANCANAL, Autoridad del canal de Panamá, 2023)

- **Principales productores de Galletas de soda o saladas**

La industria panificadora es muy amplia en el país, sobre todo la dedicada al pan dulce tradicional de El Salvador y el francés; el país cuenta con una gama muy amplia de opciones dulce; este sector se encuentra muy fuerte a nivel informal, el país tiene gran cantidad de panaderías en colonias y barrios que proveen el pan a la población del país. A nivel formal el Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador incluyen en su directorio a empresas como Florence, Ernestina Castro S.A de C.V (Santa Eduvigis), Corporación Granada S.A de C.V (Pan granada) y las empresas tomadas como referencia debido a que en su repertorio se encuentra el producto de estudio “galleta de

soda o salada” Molinos de El Salvador S.A de C.V (MOLSA). Además, se incluyó como referencia a una empresa con muchos años de trayectoria LIDO S.A de C.V (LIDO).

- **LIDO:** empresa productora de pan que inició su camino en 1944- hasta el día de hoy; ganadora en el premio “El quijote” en 2016 y en 1971 según “elsalvador.com”. Empresa dedicada a la elaboración repostería y pan en muchas presentaciones, empresa 100% salvadoreña dentro de estas; la galleta de soda o salada “Casino” (DIRECCION DE INNOVACION Y CALIDAD, 2023)
- **MOLSA:** según su página oficial en internet la empresa nació como “Molinos S.A de C.V, en 1959 con especialización en fabricación de harinas de calidad, su buen trabajo les permitió expandirse a los mercados de Guatemala, Honduras, Nicaragua, Puerto Rico, República Dominicana y Haití la empresa se inició en la producción de la galleta tipo crackers o saladas desde el 2001 que son el producto relevante para esta investigación. (MOLSA, 2022) Empresa incluida en el directorio nacional de empresas exportadoras del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador.

Tabla 2.*Países con mayor ingreso de galleta salada a Panamá 2017-2021.*

Año/país	Costa Rica	El Salvador	Estados Unidos	Perú	Colombia
2017	B/.3.808.629	B/. 22,632	B/.1.748.560	B/.1.540.128	B/.0,00
2018	B/.3711.001	B/. 25,588	B/.1.721.962	B/.2.014.541	B/.0,00
2019	B/.3.616.504	B/. 24,600	B/.0,00	B/.1.544.147	B/.1.817.230
2020	B/.3.151.920	B/. 15,094	B/.0,00	B/.1.568.585	B/.2.064.676
2021	B/.3.420.53	B/. 13,181	B/.0,00	B/.1.964.841	B/.1.583.027

Nota. Autoría propia, información obtenida de: visor de informes del INEC Panamá.

Costa Rica, Perú y Colombia son los principales exportadores del producto galletas de soda o saladas, siendo estos la principal competencia para El Salvador, además en el caso de Costa Rica tiene una posición geográfica privilegiada, ya que delimita fronterizamente con Panamá, a pesar de esta desventaja se eligió el producto galletas de soda o saladas, porque El Salvador tiene la mejor posición a nivel de exportación que el resto de los productos contenidos en la subpartida arancelaria.

Tabla 3.*Principales marcas de galletas de soda o saladas en Panamá*

Costa Rica, como uno de los países que más exporta galletas de soda o saladas a Panamá, siendo Pozuelo una de las marcas que tiene una presencia dentro de Panamá con su producto galleta soda, pozuelo.

En Perú, se encuentra la marca de galletas San Jorge, esta marca se puede encontrar en el mercado panameño. Está entre los principales exportadores de galletas saladas de Perú.

Colombia; la marca que tiene una mayor representación en mercado panameño son las Craketos de la empresa Colombina, esta marca también posee una amplia presencia a nivel Centro americano.

Nota: Autoría propia información obtenida de: (Colombina, 2023) (POZUELO, 2023) (San Jorge, 2023)

Tabla 4*Desembarque de mercancías de El Salvador Panamá años 2017-2022*

Lugar de Desembarque	Valor CIF
Aeropuerto Internacional de Tocumen	17.405,187
Colon Container Terminal	25,196,730
Puerto de Balboa (Panamá)	98,327,186
Puerto de Cristóbal	9,326
Puerto de Manzanillo	11,949,904
Roadman, Panamá	128,750
Guabito (Bocas Del Toro)	245.078

Paso Canoas (Chiriquí)	507,818,740
Total, general	661,080,901

Nota: autoría propia datos obtenidos de: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022).

En la tabla 4 se puede observar que el Paso Canoas en Chiriquí es la zona fronteriza donde El Salvador ingresa mayormente el producto a Panamá, definiendo este lugar como un potencial acceso de la galleta de soda o saladas de El Salvador a Panamá.

1.8.2 Conceptual

- AMP: Autoridad Marítima de Panamá, se encarga de detallar sobre los diferentes puertos de ingreso a Panamá, además de brindar los requisitos y especificaciones de los puertos de desembarque.
- MICI: Siglas de El Ministerio de Comercio e Industrias; Este ministerio se encarga de compilar información del comercio, y realiza las negociaciones con el resto de los países, debido a esto proporciona información cualitativa y cuantitativa sobre la situación país y su relación con el resto de los países respecto a comercio e industria.
- AUPSA: Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos, Institución encargada de elaboración de instrumentos correspondientes para el registro de alimentos
- SISNIA: Sistema de Introducción de Alimentos: este se encarga del proceso de ingreso de los productos alimenticios, para abordarlos y asegurar que su ingreso no sea perjudicial para los panameños; debidos que el producto en investigación es un producto de consumo alimenticio, es necesario tener en cuenta lo que el sistema establece como necesario para su ingreso.
- INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: este es el principal organismo que

recopila la información cuantitativa del país, esta institución es de gran ayuda a nivel estadístico y para comprender en cifras el estado en que se encuentra Panamá

- CAUCA: Código Aduanero Uniforme Centroamericano, el objetivo de este es establecer legislación básica de los países que lo integran cumpliendo los requisitos del mercado común centro americano
- RECAUCA: Reglamento del Código Aduanero Uniforme Centroamericano: este reglamento proporciona el conjunto de reglas
- ANA: Asociación Nacional de Aduana: Los servicios administrativos responsables de la aplicación de la legislación aduanera y de la percepción de los tributos a la importación y a la exportación y que están encargados también de la aplicación de otras leyes y 2 reglamentos relativos, entre otros, a la importación, al tránsito y a la exportación de mercancías
- El SIGA, Sistema Integrado de Gestión Aduanera, facilita y permite el intercambio de información electrónica entre los diferentes actores de la comunidad comercial
- CLV: certificado de libre venta. Documento que certifica que un producto cumple con disposiciones legales y sanitarias según sea el país de origen
- RUC: Registro único del contribuyente, Este documento es solicitado en el país de origen para ser portado, es la cédula tributaria y única para las personas nacionales o internacionales con o sin fines de lucro.
- Hogar unipersonal: es el hogar integrado por una persona que provee sus necesidades de alimento u otros artículos esenciales para la vida sin unirse a una persona.
- Hogar nuclear: es el hogar particular integrado sólo por los cónyuges con sus hijos solteros o un cónyuge con sus hijos solteros.
- Hogar extenso: es un hogar nuclear más otros parientes (yernos o nueras, padres o

suegros u otros parientes) o una persona con otros parientes (no padres ni hijos).

- Hogar compuesto: es el hogar nuclear o extenso más otra u otras personas, cuya relación con el jefe del hogar no es de parentesco (INEC, Monografía, 2010, pág. 13 pp. 2)

1.8.3 Legal

Tabla 5
Principales leyes o decretos que mencionan requisitos del ingreso de productos a Panamá.

Ley o Decretos	Año	Su objetivo
Código Aduanero Uniforme Centroamericano o (CAUCA)	13 diciembre de 1963	Se tiene como objetivo "Establecer la legislación aduanera básica de los Estados Parte conforme los requerimientos del Mercado Común Centroamericano y de los instrumentos regionales de la integración, en particular con el Convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano". (CAUCA, 2008)
LEY No. 45 dicta normas sobre protección al consumidor y defensa de la competencia y otra disposición	31 de octubre de 2007	Esta ley tiene por objeto proteger y asegurar la libre competencia y concurrencia económica dentro del territorio panameño, eliminando las prácticas monopolísticas de manera que ninguno de los agentes económicos se vea afectado en el comercio, de igual manera da a conocer las restricciones en el funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios.
Ley N°29	1 de febrero de 1996	Esta ley tiene como finalidad proteger oportuna y objetiva la industria o producción nacional contra las importaciones objeto de prácticas de comercio desleal (los subsidios, subvenciones y dumping), que causen o amenacen causar un daño o perjuicio importante a la producción nacional existente, o que retrasen sensiblemente la creación de una producción nacional.

Nota: autoría propia información obtenida de: (CAUCA, 2008, pag.2) (Ley N.º 45) (Ley N°29).

Las leyes y decretos mencionados en la tabla 5 son importantes a la hora de querer exportar las leyes 29 y 45 son las encargadas de la protección de las prácticas desleales que se pueden generar en el comercio interno en Panamá, estas leyes están enfocadas a controlar el mercado de prácticas desleales de empresas nacionales e internacionales y por último el CAUCA es el reglamento aduanero que se basan los países de Centro América

Capítulo 2: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Método

Define el enfoque del proyecto, la metodología y define el tipo de fuente a usarse, además determina el tipo de técnicas más acorde al proceso según lo establecido, nuestro razonamiento para el proceso partirá de información general hasta llegar a puntos más específicos que permitan la interpretación más precisa.

El tipo de método que se utilizará es el deductivo ya que se tendrá que hacer un análisis de información con el objetivo de llegar a una conclusión válida de acuerdo con la información que se investigue, de acuerdo con eso realizar una estrategia que se adecue al producto

2.2 Enfoque

Se tomó un enfoque mixto para la presente investigación debido que permite obtener un todo más completo, por una parte, la certeza de un método que se basa en datos que es el método cuantitativo y por otra parte contemplar planteamientos más abiertos que permitan conocer la interpretación de la persona que se entrevistará, además se hará uso de fuentes primarias y secundarias para la investigación

2.3 Técnicas e instrumentos de investigación

2.3.1 Técnicas

- Documental: se realizará por medio de fuentes secundarias confiables que permitan obtener un panorama previo a la investigación de campo.
- De campo, debido a que se hará uso de instrumentos que recopilen información primaria y permitan obtener estadísticas de los datos obtenidos.

2.3.2 Instrumento

Como equipo de trabajo consideramos dentro de la investigación de campo los instrumentos que mejor se adaptan a la información que se necesita obtener son:
Encuesta: Instrumento de recopilación relativamente sencilla, pero de gran ayuda para obtener datos exactos o aproximados en tema en cuestión dirigida a la población panameña, esta se realizará con la ayuda de grupos que nos permitan acceder a población panameña.

Entrevista: método cualitativo permite obtener una información con un análisis profundo, además brinda una perspectiva distinta, esta va dirigida a personas con mayor preparación, y con un amplio involucramiento en el tema de mercado o directamente relacionadas al país, en este caso la embajada de Panamá en El Salvador o instituciones que tengan un amplio conocimiento de comercio internacional

2.4 Fuentes

Primaria: Las fuentes primarias darán puntos de vista desde distintas perspectivas a la investigación; se utilizará la recolección de datos de primera mano para dar un dato certero y actualizado a nuestras fuentes secundarias, pero también es necesaria para contrastar, la perspectiva de nuestras muestras y aumentar la data para formular nuevas teorías.

Secundaria: Por su parte las fuentes secundarias formarán la base de la

investigación, siendo de más fácil acceso y nos permite gran cantidad de información para interpretar y contrastar con los datos obtenidos de la primaria.

2.5 Unidad de investigación

- **Empresarios exportadores:** de galletas de soda o salada o productos de panaderías, son una de las unidades de investigación que se tomaran, ya que es importante conocer los requisitos y la experiencia de ellos para exportar, además de conocer desafíos que enfrentan a la hora de exportar un producto, así mismo ayudará a tener un panorama más amplio de algunos documentos importantes y conocer de primera mano la forma más adecuada de trasladar el producto. Considerando también variables como el traslado, normativa, y así buscar la forma más eficiente de trasladar el producto

La fuente anterior se descartó de las opciones, por el difícil acceso y procesos burocráticos para conseguir entrevistas, y en las fechas de búsqueda de información las dos empresas con mayor representatividad se encuentran en su temporada alta, de manera que es complicado acceder a la información necesaria para la investigación; se optó por realizar entrevistas a empresas en el área de transporte de mercancías a nivel internacional, sobre todo para recolectar información sobre el trato con estas empresas del sector y cuáles son los procesos, requisitos y costo del transporte internacional.

-**Los panameños:** son una fuente para la investigación, ya que dará una perspectiva de cómo percibe el producto el consumidor panameño, preguntas enfocadas en la percepción del producto, el empaque, con qué regularidad lo consumen, la forma como lo acompañan, además de realizar preguntas enfocadas en la cultura y como este producto es importante para ellos.

Parte de la unidad de investigación anterior se solventó, realizando una entrevista a un panameño en El Salvador, experto en comercio internacional que nos brindó su punto

de vista del producto y un panorama amplio de la cultura del país

-Las entidades o instituciones gubernamentales: brindarán información estadística acerca de los emprendedores del producto del país, además de información valiosa de la relación comercial con Panamá y el perfil de los exportadores del producto, además de conocer desde la percepción de las entidades gubernamental cuales son las principales dificultades que presentan los exportadores nacionales y cuáles son las facultades que le brindan como institución

-La embajada de Panamá brinda información de la cultura y las diferencias que se observan con El Salvador, además de conocer información importante sobre el país y la perspectiva de la embajada del comercio de Panamá y El Salvador, además de obtener información cualitativa que respalde la investigación, conocer los principales competidores y como la relación comercial puede apoyar el comercio de ambos países

2.6 Determinación de la población y muestra

2.6.1 Muestreo

No probabilístico, debido a que no todos los elementos que componen la población pueden ser elegidos para formar parte de la muestra, esto permitirá que los investigadores tomen la decisión de incluirlos o no dependiendo de las dificultades del proceso para llegar a la muestra.

El tipo de muestreo para la investigación será por referencia/bola de nieve, dado a que la población debe cumplir con un perfil bastante concreto en los distintos segmentos de los que se busca obtener información su pericia y características, esto no brindará una representatividad para generalizar los datos, pero nos da un punto de partida para el análisis general y la toma de decisiones inicial.

2.6.2 Población

- **Empresas dedicadas a las galletas saladas:** actualmente las empresas de

reconocimiento por la elaboración de galletas saladas en El Salvador son 2. Fuente sustituida por empresas dedicadas al transporte de mercancía. Sustituida por una empresa logística

- El país cuenta con una gran cantidad de empresas de logística y consolidadores de carga, se establece contacto vía telefónica, las empresas dispuestas a contribuir con la investigación
- **Panameños:** La cantidad total de panameños en el país es aproximadamente 187. Esta población no pudo ser completamente abordada debido a muy pocas encuestas obtenidas para ser considerarlas como suficiente base, sin embargo, se pudo tener el punto de vista de un panameño experto en comercio, que brindo información importante del consumidor de su país.
- **Instituciones de apoyo a la exportación:** dentro de las instituciones a considerar a nivel local son, CONAMYPE, COEXPORT y CIEX.
- **Embajada de Panamá en El Salvador:** nos referimos a solicitar una entrevista a la institución con el objetivo de conseguir información sobre el Panamá

2.6.3 Muestra

- **Empresas dedicadas a las galletas saladas:** Se pretende acceder a 1 de ellas y que esta nos permita acceder a la otra o a empresas más pequeñas en el rubro 1- Sustituido por una empresa de transporte de mercancías.
- **Empresa Logística:** Esta permitirá tener la perspectiva del viaje y transporte de mercancías, y tener el panorama de costos y cómo funciona este sector, complementario al tema de la internacionalización
- **Panameños;** En base a nuestro muestreo inicialmente se proyectan 2 vías de acceso a esta población, conocidos, amigos y mediante docentes; número estimado de

encuestados que se pretenden alcanzar 10; esta muestra se dejó de considerar por falta de respuestas.

- **Instituciones de apoyo a la exportación:** Inicialmente se pretende acceder a la mayor cantidad de instituciones posibles, pero el mínimo contemplado son 3
- **Embajada de Panamá en El Salvador:** esta muestra nos permitirá obtener información sobre el país.

2.7 Diagnóstico de internacionalización

- Importancia del diagnóstico de internacionalización

- **Importancia de la matriz de adaptación de producto.**

La evaluación precisa de la posición de un producto en el mercado nacional es crucial para su éxito, sirviendo como punto de partida para su expansión internacional. En este análisis, factores clave, como dimensiones, regulaciones técnicas y de productos, así como el diseño del empaque, se destacan como elementos fundamentales. La comprensión profunda de estas dimensiones permite identificar áreas de mejora esenciales para adaptar el producto al mercado internacional. y la revisión del empaque y diseño para alinearse con preferencias culturales, son pasos esenciales para la adaptabilidad del producto además sienta las bases para una introducción exitosa en mercados Internacional.

- **Importancia de la matriz potencial exportación producto**

La matriz de evaluación del potencial de exportación es una herramienta estratégica que permite analizar la preparación de una empresa para ingresar a los mercados internacionales. Al considerar factores clave como la rentabilidad, capacidad productiva, movilidad y adaptabilidad técnica del producto. Evaluar la rentabilidad implica analizar la capacidad de la empresa para generar beneficios, mientras que la capacidad productiva se enfoca en la eficiencia y calidad de la producción. La capacidad de movilidad aborda la

logística y distribución, la adaptabilidad técnica del producto evalúa su idoneidad para cumplir con estándares internacionales. En conjunto, esta herramienta ayuda a la empresa a comprender sus fortalezas y debilidades, facilitando la toma de decisiones informadas para mejorar su posición y tener éxito a la hora de exportar.

- **Importancia de la matriz de barreras y miedos.**

La identificación de posibles barreras que enfrenta una empresa es crucial para su éxito. Al evaluar el grado de importancia de cada barrera, así como su naturaleza, ya sea del mercado, la empresa, el producto o el entorno, es posible comprender mejor su impacto en la operación y el crecimiento. Algunas barreras, como la competencia o la falta de diferenciación del producto, pueden ser permanentes y difíciles de superar, mientras que otras, como los cambios regulatorios o las condiciones económicas desfavorables, pueden ser temporales y superables con el tiempo y los recursos adecuados.

2.7.1 Conclusiones del diagnóstico de la situación

Matriz barreras y miedos

1. La falta de información: puede provocar que una empresa aun cuando tenga mucho potencial, este sea desperdiciado, por otro lado, es fácilmente superable con ayuda de la empresa capacitando contantemente o iniciando proceso y aprendizaje al respecto.
2. Falta de apoyo: el apoyo puede verse desde distintos puntos de vista, pero si es necesario como mínimo en las primeras ocasiones de la realización de una actividad en específico, apoyarse de instituciones se dedican a ayudar a empresas para iniciarse en el proceso y brindan asesoría, de manera que esto es un miedo de inicio y por lo general se liga al lado financiero por los costos que representa temporalmente el cual puede ser solucionado a corto plazo, además este problema puede generar un miedo que afecta el crecimiento del sector.

3. Es muy costoso: En su mayoría los nuevos proyectos tienen un costo considerable, fácilmente superable si la empresa brinda la oportunidad de desarrollar esta fuente de aprendizaje donde se puedan definir y analizar la opción más viable y económica para exportar el exportador buscara a opción que más se adecue a su proceso.
4. Los precios son malos: el producto de consumo masivo tiene un par de dificultades, entre estas es que se suele relacionar a precios bajos, por ende, en un mercado competitivo y si tiene una importancia relativa debido a que a estos costos iniciales de más materias primas se les añade el costo de proceso de llegada, esto depende de cómo la empresa trata el tema de costeo para dar un margen de maniobra y ganancia mayor; pero en el caso de Panamá es un país y sobre todo la capital de este tiene una mayor cantidad de personas que ganan un salario mayor al mínimo.
5. No se tienen ventaja competitiva: Uno de los principales problemas que se enfrenta el sector, es que el producto a simple vista no posee una ventaja competitiva, y esto podría ser problema permanente, si no se hace un estudio de mercado para poder adaptar el producto a otro segmento que le brinde un mayor valor.
6. No se tienen homologaciones precisas: el exportador tiene que cumplir con el estándar a nivel internacional y garantizar la misma calidad en los productos, esto puede representar una barrera de inicio ya que el producto puede ser adaptado a los requerimientos técnicos o específicos que sean requeridos por el mercado que desea ingresar.
7. No se ha planteado: el no plantearse la idea de exportar indica el poco interés en el mercado exterior, esto se debe a la comodidad del empresario o falta de capacidad productiva por este motivo, si es una barrera en caso de no tener los recursos para crecer.
8. No tiene agentes/representantes: los agentes son importantes para tener un punto

de partida inicial, ya que impulsan el desarrollo del sector hacia el mercado exterior, la empresa puede hacer conexiones y trabajar por conseguir quien realice esta labor, por ende, es un problema momentáneo.

9. La documentación es muy compleja: existe muchas instituciones que pueden ayudar a comprender los procesos y brindar asesorías para superar este miedo, en el caso de galleta no presenta muchas dificultades. El país está integrado al SICA y esto reduce los requisitos de documentación solicitando solamente el DUCA F, factura comercial y lista de empaque.
10. Conocer el mercado exterior es caro: algunos países pueden resultar caros de conocer, en el caso de Centro América los países más al sur tienden a ser más caros, pero debido a su cercanía el traslado puede nos resultar más económico en comparación de países fuera de Centroamérica o América, esto representa una inversión financiera pero la retribución por realizarla tiene un mayor beneficio.
11. No son competitivos en el exterior: el mercado y el producto son importantes en una internacionalización, el no ser competitivo por causa del mercado saturado si es una barrera permanente, en este caso la mejor opción es un cambio de mercado; mientras si el tema es el producto, con investigación y adaptaciones se puede colocar el producto en el mercado.
12. El mercado salvadoreño es suficiente: el mercado interior es suficiente dependiendo de la perspectiva de la empresa y sus limitantes, debe identificarse cuál es la razón y tratar de superarla, a menos que la proyección de crecimiento de la producción no de abasto al corto o mediano plazo, en este caso si es conveniente trabajar y crecer en el interno antes de expandirse para realizar bien el proceso.
13. Falta organización: a la hora de exportar o expandirse una empresa debe tener bien definidos temas como: finanzas, procesos administrativos y los ejes de cada

empresa, porque aumentar la capacidad e integrarse a un proceso de exportación conlleva, definir otra área que incluyen nuevos procesos que se realizan.

- **Diagnóstico de Adaptación del Producto**

Oferta básica: el promedio de la calificación de los elementos trabajados tanto a nivel local como internacional fue de 9.67, para lo cual se debe realizar Acciones Y Tácticas, que mejoren la calidad y la presentación del producto, las cuales se plantean de forma general a continuación.

- **Acciones:** realizar un refresh de marca para el mercado internacional que nos permita captar, otro tipo de público.
- **Tácticas:** realizar encuestas de satisfacción en base a una muestra de manera que permita conocer gustos y preferencias y la evaluación de campañas activas.

Oferta añadida: el promedio de la calificación de los elementos trabajados tanto a nivel local como internacional fue de 14,6, para lo cual se debe realizar acciones y tácticas.

- **Acciones:** hacer un focus group con nuevas presentaciones para evaluar su aceptación hacer pruebas piloto de nuevos diseños.
- **Tácticas:** realizar un estudio que nos permita saber si el mercado necesita nuevas presentaciones de empaque y tamaño de producto.
- Realizar los cambios derivados del resultado de estudio de mercado, realizar investigación benchmarking.

Soporte: El promedio de los resultados obtenidos indica que deben realizarse tácticas y estrategias para el respaldo de soporte (14)

- **Acciones:** crear base de datos con los clientes para tener seguimiento y retroalimentación constante del servicio y producto brindado y distribución de producto en un plazo de tiempo más corto

- **Tácticas:** establecer negocios con cadenas de supermercados grandes para tener un mayor alcance y estar localizada en la mayor cantidad de establecimientos

Potencial de Exportación:

- Capacidad Productiva.

Las empresas dedicadas a la producción de Galletas de Soda o Saladas utilizan toda la capacidad para llevar a cabo su producción, debido a que son recetas exactas estas pueden utilizar subcontratación para aumentar rendimientos, y cubrir el consumo de la demanda que se encuentra en un mercado en constante crecimiento.

- Capacidad de Movilidad

Galletas de Soda o Saladas es un producto de fácil transporte y almacenaje en cuanto a peso no representa un proceso complejo de movilidad y embalaje, es muy resistente para realizar su traslado, además de poder desarrollar un embalaje según necesidad que requiera el producto; en cuanto a tamaños es fácil adaptar según requiera la cantidad de producto a ser desplazado.

- Adaptabilidad Técnica

Las Galletas Saladas debido al sabor, presentan cierta similitud una galleta de otra, por esta razón debe realizar acciones que refuercen la marca. Las presentaciones actuales cumplen con el estándar ya aceptado; su proceso de adaptación no es complejo para un mercado distinto por ende no debería de representar altos niveles de costos para ingresar al comercio exterior.

- **Capacidad de Comercialización**

La demanda del producto tiene muchos nichos de mercado en la mayoría de los países, su demanda se encuentra en constante crecimiento, además existen diversidad de medios para distribuir el producto, la competencia es una variable compleja debido a la variedad de marca existentes en el mercado en cuanto al buen posicionamiento de una marca puede generar reconocimiento transformado en ventas.

Matriz agentes distribuidores

Esta matriz pretende evaluar las principales opciones o vías de acceso a el canal con mayores posibilidades, esto dependiendo la situación de quien inicia la incursión a el mercado extranjero, como resultado se obtuvo la opción “agentes o comisionista” que brinda una ayuda adicional en el mercado destino, dado que esta persona o entidad se encarga velar por el bienestar del producto en el país, la imagen de marca y las relaciones con los clientes, esto permite mayor control del mercado y una mejor relación con los clientes, posibles clientes y el mercado en general, esto en consecuencia de su labor y la mejor comprensión y recopilación de información de mercado y la perspectiva del producto. (anexo G)

Capítulo 3 PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

3.1. Decisiones de mercado

3.1.1. Estudio de mercado

i. Comportamiento del consumidor

- Número de hogares y composición familiar

El censo poblacional realizado por el Instituto Nacional de estadísticas y Censos de

Panamá obtuvo un “número total de hogares de 793,732, el promedio de habitantes por hogar es de 3.6 habitantes a nivel de país, mientras que la Ciudad de Panamá cuenta con 1,388,357 personas, distribuidas en 402,196 hogares, arrojando un promedio de 3.5 habitantes por hogar.” (INEC,2000)

- **Jefe de hogar y tipo de hogar**

La estructura familiar de Panamá es nuclear, en su mayoría, tanto en hombre como mujeres, esto indica familias poco numerosas; mediante este dato se pueden extraer conclusiones como que el promedio de gastos por integrante de la familia puede ser mayor, por ende, las compras de impulso o lujos tienen una posibilidad mayor que la de hogares extensos o compuestos y como son el número de mayor cuantía son muchas las personas que se encuentran en la situación planteada, y según el banco mundial para el año 2022 el ingreso per cápita de panameño es de \$17,358 es un total por persona de \$1446, en el supuesto de una familia promedio compuesta por ambos padres de familia, tendría un ingreso mensual por hogar de \$2892; indica una alta capacidad de consumo y compra para las familias promedio. (Banco Mundial base de datos, 2022)

Tabla 6.
Jefes de hogar por tipo de hogar en Panamá censo 2023

Tipo de hogar	Jefes	
	Hombre	Mujeres
Unipersonal	148,436	85,262

Nuclear	434,868	223,541
Extenso	153,132	143,660
Compuesto	23,080	15,697

Nota. autoría propia, datos obtenidos de: (Censo INEC, 2023)

Ingreso, gasto y ahorro por familia

Tabla 7
Porcentaje promedio de ingresos en el área urbana 2017/2018

	Hogares	Ingresos
0-499.99	9.70%	1.00%
500-999.99	20.30%	7.00%
1000-4000 o Más	73.50%	92.10%

Nota. autoría propia datos, obtenidos de: (Panamá en Cifras, 2003-2007) (inec.gob.pa)

Según lo mostrado en la tabla 12, sobre los ingresos por hogares, en el área urbana de Panamá, se puede observar que la mayoría de los ingresos por hogar se encuentran dentro de la categoría de 1,000 a más de 4,000.

Tabla 8.
Remuneraciones pagadas por actividad económica año 2017-2020

Región y actividad económica	Remuneraciones pagadas (miles de balboas)
------------------------------	---

	2017	2018	2019	2020
Industrias manufactureras	1,054,043	1,121,924	1,116,414	978,396
Panamá	815,577	851,739	843,429	750,750
Resto de la República	238,466	270,185	272,984	227,645
Comercio al por Mayor	1,360,769	1,299,945	1,352,430	1,147,833
Panamá	1,289,891	1,226,903	1,278,885	1,090,438
Resto de la República	70,878	73,042	73,544	57,395
Comercio al por Menor	1,738,024	1,775,637	1,793,476	1,289,039
Panamá	1,570,109	1,595,737	1,618,484	1,158,274
Resto de la República	167,915	179,900	174,992	130,765
Hoteles y restaurantes	587,187	578,390	590,460	247,855
Panamá	477,309	463,053	474,481	200,086
Resto de la República	109,878	115,338	115,980	47,769
Algunos servicios	1,402,180	1,577,336	1,578,858	1,174,876
Panamá	1,223,175	1,385,962	1,369,613	990,442
Resto de la República	179,005	191,374	209,245	184,434

Nota. autoría propia, datos obtenidos de: (Instituto nacional de Estadísticas y Censos, remuneraciones pagadas por sector económico, 2020)

Los Ingresos como en muchos países del mundo varían según la industria en la que se desarrolle, en la tabla 8 se puede observar que, dentro de las categorías investigadas, el comercio al por menor y en algunos servicios son en los que más remuneraciones se pueden percibir

Tabla 9

Matrícula en la república de Panamá

Año	total
2017	1,067,3 47
2018	1,094,2 68
2019	1,135,6 05
2020	1,136,0 31
2021	1,198,0 17

Nota. *Autoría propia, datos obtenidos de: INEC, base de datos del censo 2022*

En la tabla 9 se puede ver que la población panameña ha tenido un incremento de matrícula de educativa, esto refleja una disminución de la población con analfabetismo, que para la investigación representa una población con una mayor educación por ende un mayor nivel de ingreso económico.

- **Estrategia de negociación**

La concentración de negocios en la capital de un país es una tendencia común en muchos lugares del mundo, y Panamá no es una excepción. La Ciudad de Panamá, la capital del país es el principal centro económico y financiero, donde se concentran muchas de las principales empresas y organizaciones gubernamentales (Llamazares, 2008, p. 153)

Decir "no" de manera directa puede interpretarse como una falta de cortesía o incluso como una señal de desacuerdo más fuerte de lo que realmente podría ser. En lugar de eso, los negociadores panameños tienden a ser más cautelosos al expresar su posición (Llamazares, 2008, p. 153)

El protocolo de saludo en Panamá se caracteriza por el apretón de manos acompañado de las expresiones "Buenos días", "Buenas tardes" o simplemente "Buenas". Se considera que decir "Hola" es demasiado coloquial en el ámbito de los negocios. El trato es formal, utilizando "usted" hasta que se sugiera lo contrario. Se otorga un trato preferencial a ejecutivos de mayor rango o edad, saludándolos primero y cediéndoles el paso en las puertas. La puntualidad no es estricta, con retrasos de hasta media hora considerados normales. (Llamazares, 2008, p. 153)

- **Hombres y mujeres**

Según las proyecciones realizadas por el INEC en base a sus estadísticas, para 2020 el total de hombres ascendería en la ciudad de Panamá a 594,488 por su parte el número de mujeres sería de 612,286 con un total poblacional de 1,206,774 por lo tanto las mujeres tienen más representación con un 50.73% y los hombres 49.26% (INEC P5561, 2020, cuadro 51, pp.31)

Los hombres que según el último CENSO 2023 afirmaron tener una ocupación fueron 1,068,386 mientras que las mujeres son 656,255 esto en comparación al total censados indica (2,014,818 hombres 2,049,962 mujeres) el total de hombre ocupados es del 53.03% mientras que las mujeres son el 32.01% este porcentaje incluye las ocupaciones formales del CENSO. (INEC base de datos censo, 2023)

- **Tamaño de mercado**

Ciudad de Panamá cuenta con 1,5 millones de habitantes una de las principales ciudades, representa el 55,66% de la población total del país de Panamá, Está localizada a orillas del golfo de Panamá, en el océano Pacífico, al este de la desembocadura del Canal de Panamá

La ciudad de Panamá creció físicamente alargándose en extensión y población, la ciudad nace a la entrada del canal y a la orilla del océano Pacífico a 0 msnm, su elevación más baja, y se va extendiendo hacia el este y el norte, en una región plana y ventilada la cual se eleva a una altitud promedio de 30 msnm. Con una extensión promedio de 100 km² (16 km - 7 km), su punto más alto es el cerro Ancón, en cuya cima ondea la bandera de Panamá, la cual puede ser apreciada desde la ciudad.

El tamaño del mercado de galletas se estima en USD 117.05 mil millones en 2023, y se espera que alcance los USD 149.18 mil millones para 2028, creciendo a una tasa compuesta anual de 4.97% durante el período de pronóstico (2023-2028), dato que se estima que tenga un crecimiento a nivel del área central y sudamericana (Mordor intelligence, 2023-2028 pp.1)

- **Tendencia del consumidor**

Según el estudio realizado por IPSOS en 2017, que analizó a 200 ciudadanos panameños, se reveló que las galletas de soda o saladas ocupaban la posición 8 en la lista de productos de consumo masivo. Este hallazgo sorprendente colocó a las galletas saladas un escalón por encima de las galletas dulces en términos de preferencias de los consumidores. (ITPOS, 2017)

La demanda de productos alimenticios procesados de etiqueta limpia y sin gluten, como galletas, galletas saladas y bollos, ha aumentado considerablemente en los últimos años a nivel mundial y especialmente en Asia-Pacífico, debido a los altos ingresos disponibles y la creciente tendencia de productos libres en países como Estados Unidos, el Reino Unido, China, India y muchos más. Una de las principales razones por las que las personas prefieren productos sin gluten es la prevalencia de la enfermedad celíaca en muchas regiones de todo el mundo.

Teniendo en cuenta la tendencia, los actores del mercado también se centran en la producción de productos ricos en fibra, altos en calorías y sin gluten. Por ejemplo, en julio de 2021, la compañía de Arnott lanzó versiones sin gluten de algunas de sus marcas de galletas, como Tiny Teddy, Scotch Finger y Choc Ripple. Los productos están hechos con una mezcla sin gluten de maíz, soja, arroz, sorgo y tapioca.

Además, la creciente demanda de los consumidores de productos nutritivos y un aumento en el número de productos de etiqueta limpia dan como resultado; el crecimiento del mercado. A lo largo de los años, los lanzamientos de productos con afirmaciones en la etiqueta como sin aditivos artificiales, sin OGM y azúcar reducida han beneficiado silenciosamente a los clientes. El creciente interés en edulcorantes naturales como la stevia y la fruta del monje, colores naturales como la espirulina, la baya del saúco y remolacha, además de espesantes como el tragacanto y la goma gellan está alimentando el movimiento de etiqueta limpia. (Mordor Intelligence, 2023-2028, pp. 5)

ii. Perfil comercial

- Mercado nivel sector

El sector de galletas en Panamá está muy distribuido entre los países vecinos, dado que una gran cantidad de producto es ingresado desde Costa Rica, Panamá, Perú y el resto de centro y norte américa.

El mercado panameño también tiene opciones de productos nacionales en galleta saladas, por ejemplo: Saltines de la marca pascual, galleta marca la parmigiana, pero también tiene un gran número de opciones no nacionales; el sector galleta en general es muy amplio, sobre todo en galletas dulces, por otro lado, la galleta salada tiene un mercado más pequeño, aunque siempre muy atractivo, claro que en comparación con el mercado de la galleta dulce este es menor. (Tabla 2.) (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Panamá ficha de mercado, 2020)

- **Tendencias**

Naturalmente cuando se piensa en galletas, existen marcas con mayor posicionamiento que otras; si se hace retrospectiva de la infancia, que es cuando se tiene mayor consumo de este tipo de productos las primeras siempre son galletas dulces, con relleno de chocolate, vainilla, o quizá fresa y un poco menos algunos rellenos poco menos comunes, y también esto es fácilmente observable y comprobable en los supermercados y mercados, los estantes están repletos con gran cantidad de marcas, sabores, presentaciones, empaque de galletas que en su mayoría son galletas del tipo dulce, funcionan como snack de media tarde, acompañamiento del café, es un buen obsequio para amigos, y siempre tenemos esa fácil opción en cualquier centro de compras, por otro lado las galletas del tipo soda o saladas las relacionamos más como un acompañamiento, un snacks complemento de ciertos platos, por lo general platos muy frescos como por ejemplo los ceviches.

- **Competidores**

SULI. Es una marca privada de Walmart que nace en Guatemala, para vender productos económicos a nivel nacional e internacional se distribuye también en El Salvador y Centroamérica, tiene diversidad de productos como galletas, aceites, pan, etc.

National Biscuit Company es un fabricante transnacional estadounidense de galletas y bocados con jefatura establecida en East Hanover, Nueva Jersey. Con presencia en varios países y de más de 100 años de experiencia, distribuye las galletas RITZ Y CLUB SOCIAL galletas saladas con alta presencia en el mercado tanto a nivel nacional como internacional.

Grupo Losama Es una corporación familiar multilatinas con más de 100 años de trayectoria, tiene presencia en: Guatemala, Belice, Honduras, Costa Rica, El Salvador,



Nicaragua, Panamá, México y Estados Unidos, empresa productora de galletas saladas CLUB MAX (Grupo Losama, 2023)

POZUELO Es una empresa de origen costarricense nacida en 1919, con presencia en el salvador y Centroamérica a partir del año 2007, es una empresa líder en la industria alimentaria produciendo una gran variedad y cantidad de galletas dulces o saladas que se distribuyen a lo largo de la región, siendo un fuerte competidor para las empresas productoras salvadoreñas (Pozuelo,2023)

SAN JORGE (Panaderia san Jorge) Empresa peruana con más de 80 años de experiencia en la producción y elaboración de harinas y galletas con presencia en más de 10 países, distribuyendo su producto galletas SALADITAS (Jorge, 2023)

Tabla 10

Comparativo de los principales competidores

Empresa	Precio	Producto
	\$ 1.35 paquete de 6 unidades	CLUB MAX galleta saladas distribuida en supermercados y tiendas de conveniencias
	Ritz \$2.13 paquete de 12 unidades.	Galletas RITZ y CLUB SOCIAL, productos distribuidos en supermercados y tiendas de conveniencia.
	Club Social \$ 1.75 paquete de 9 unidades	



\$ 0.75 paquete de 8
unidades

Galletas sodas, productos distribuidos en
supermercados.



\$ 2.34 paquete de 12
unidades

Galletas Club extra, Galletas soda pozuelo,
distribuidas en supermercados y tiendas de
conveniencias



\$ 2.52 paquete de 6
unidades

Galletas saladas, distribuidas en
supermercados.

Nota. Autoría propia

- **Ventajas competitivas**

Las empresas competidoras mantienen un nivel de producción más alto, en los casos de las empresas que poseen mayor trayectoria y especialistas en la elaboración de estos productos, además de tener diversidad en las presentaciones, ya sea en unidad o paquetes de galletas, ventaja que le permite a los clientes tener una opción diferente en la cantidad de productos que desea obtener, en cuanto al sabor este varía de acuerdo a la marca, pueden ser unas más simples y otras más saladas, su precio se estimado en la mayoría de competidores se mantienen iguales por unidad, en cuanto a los paquetes varía según la cantidad que estos contengan, va desde los \$0.75 centavos de dólar hasta los \$2.50 de dólar.

- **Zonas económicas**

La zona libre colon, es la segunda zona franca más grande del mundo y la primera en América, está ubicada cerca de los 3 mejores puertos en el Atlántico. En 1945 el presidente de la época tuvo la iniciativa, construir una zona franca en la región del atlántico, en 1946 se llevan a cabo los estudios de factibilidad por parte del estadounidense Dr. Thomas E Lyon, en junio de 1948 se crea el decreto 17 para establecerla como institución autónoma del estado de panamá. "En la década de 1990 la Zona Libre de Colón se convierte en sede para América Latina de empresas de Japón y de países recientemente industrializados de Asia y en centro de exportaciones hacia los Estados Unidos" (zona Libre Colon,2023), en la actualidad la Zona Libre de Colón posee más de 2 600 empresas establecidas y sus principales mercados podemos mencionar Asia, Estados Unidos y América siendo un centro de distribución logístico multimodal. (zona Libre Colon,2023)

iii. Localización y Selección de Canales de Acceso al Mercado

- Lugar de compra

Las galletas alrededor del mundo pueden encontrarse en gran cantidad de tiendas, mercados y supermercados, depende de la marca el precio y depende también del lugar de compra, algunos de los supermercados para opción de ingreso de productos y de mayor reconocimiento en Panamá son: superextra.com, superunico.com, merkapp.com, smrey.com, Supermercado Riba Smith y super99.com

El producto es de fácil acceso, debido a la gran cantidad de locales y mercados que tienen estas opciones disponibles, además de que el costo de adquisición de estos no representa mucho dinero de inversión.

- Número de veces que compra

Según el visor de informes del INEC Panamá el total de importaciones de galletas entre los países con mayor representatividad en importaciones a Panamá, Colombia, Estados Unidos y Perú para el 2021 suma un total de 6,968,405 balboas, bajo el supuesto de que este número sea el total de ingreso tendría un consumo medio diario de 19,091.52 balboas en galletas; si a este dato le agregamos un precio estimado por paquete de galleta de 2 balboas sería un aproximado de 9,545.76, paquetes diarios aproximado a 9,545.

- **Producto que más compra y menos compra**

En el año 2019, Panamá importó al menos USD 35,0 Millones en galletas dulces, saladas y barquillos. Un (7%) del mercado de galletas en Panamá proviene de Perú. Lidera México (28%) quien exporta productos del portafolio de Mondelez México; productos de Estados Unidos (19%), Colombia (11%) y Costa Rica (8%). (Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, pág. 5 pp. 1)

Las galletas hoy en día en una opción muy popular para hacer tiempo a la próxima hora de comida, como para acompañar viajes largos; no es secreto que con el tiempo este tipo de snacks poco saludables se han vuelto cada vez más importantes en nuestra alimentación, el mercado cuenta con una gran variedad de opciones, de todos los tamaños, sabores y desde distintos países del mundo y es parte del crecimiento natural del mercado el llegar a otros lugares del mundo, con el tiempo también se integraron productos más saludables de este tipo pero lo más popular siempre son las galletas más dulces, dado que las que utilizan mayores espacios en los supermercados son las que incluyen más azúcar y más chocolate.

iv. Cadena de Precios de Exportación

Tabla 11.

Cálculo de precio de exportación

Descripción del elemento	Importe
Coste Variable Bruto del Producto CVB	0.9
Coste Variable Neto del Producto CVN	0.9
Margen de Contribución MC	0.3
Valor Ex Works	1.97
Valor FAS (Franco al Costado)	0
Valor FOBIFOT/FOR (Franco a bordo, camión/tren)	2.36

Nota. *autoría propia en base a material de clase Lic. Darío Alfaro*

Sobre la base que el promedio del precio de venta de producto en el mercado salvadoreño es \$1,20, a ese monto se le resta 0,30 centavos, que representa un 25% del margen de ganancia. Brindándonos un costo de 0.90 centavos, en el mercado salvadoreño; para el cálculo del precio total por paquete se le utilizó una herramienta que ayuda a clasificar y definir el precio del producto en el mercado exterior, los datos logísticos los obtuvimos de una cotización brindada por una empresa de logística, dando un total de 2.36 el precio de venta en Panamá por paquete de 8 galletas.

v. Promoción internacional

Un medio de acceso a nuevos mercados está dado por las ferias y eventos de promoción de productos internacionales, estos por lo general se hacen en conjunto con las embajadas de los países y

presentan una diversidad de productos y opciones de negocios, además de permitir la investigación del mercado y la competencia, una de las más importantes realizadas en Panamá es la EXPOCOMER.

EXPOCOMER: Se realiza en Panamá en marzo, esta se realiza anualmente e incluye bienes de consumo, entre industrial y comercial, servicios, marketing, aunque las categorías principales son: alimentos, textiles, construcción, tecnología y servicios. Este se realiza en centros de convenciones, el realizado en 2023 fue en la convención center en la ciudad de Panamá; esta es una gran opción para incursionar en el mercado y realizar previsualización del lugar destino. (ferias, 2023)

Estimado de presupuesto de participación en Expocomer

En base al último evento de la expo de 2024 del 05-07 de marzo los costos de participación son los siguientes

- Costo de participación por empresa \$4,388
- Según la agencia Copa Airlines el pasaje de ida y vuelta a Panamá sin escalas con un mes de anticipación de compra es de \$188.38 por persona en su opción económica, con 5 días de estadía. ($188.38 \times 4 = 753.52$)
- Estimando en gasto de impresiones y papelería para entrega de \$150 en afiches, tarjetas de presentación y vanner para el stand
- Estimado de gasto de transporte diario de \$50 ($\$50 \times 5 = \250)
- Gastos emergentes en el transcurso o posibles dificultades \$200
- Airbnb para hospedaje de 4 personas en un departamento en la ciudad de Panamá \$172 por noche ($\$172 \times 5 = \860)

Según los datos anteriores calculado para 4 personas arroja un total de \$ 6,601.52 por el costo de participación en la feria internacional.

Por otro lado, la constante investigación permite estudiar comportamiento, estrategias de mayor potencial y alcance el proceso puede iniciar antes del ingreso al lugar destino por medio de estrategias como:

- **Benchmarking:** esta estrategia consta de identificar las marcas competidoras en el mercado, y algunas que sirvan como un modelo a seguir; no se trata de copiar el trabajo sino de inspirarse en las campañas de mayor impacto, aprender de estas y adaptarla a nuestras posibilidades.

- **Campañas saludables:** el producto galleta de soda no es la opción más saludable en el mercado galletero, pero si es una opción más sana que la mayoría de las galletas rellenas, una opción con potencial en el mercado es ingresar como una opción sana y que las campañas promueven la buena alimentación, la sustitución de francés o tortilla por un paquete de galletas, y brindar opciones de acompañamiento que sean nutritivos y menos perjudiciales para la salud de quienes la consuman.

vi. Transporte y Logística

Tabla 12.

Desembarque de galleta de soda o saladas de El Salvador en Panamá años 2017-2022

Lugar de desembarque	Valor CIF	Porcentaje
Colon Container Terminal	\$40,829	40.39%
Paso Canoas (Chiriquí)	\$1,264	1.25%
Puerto de Balboa (Panamá)	\$59,002	58.36%
Total	\$101,095	100%

Nota: elaboración propia datos obtenidos de (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2022)

En la tabla 12 se puede observar que según los datos obtenidos del INEC en Panamá el ingreso de Galletas de Soda o Salada es principalmente a través del puerto de Balboa en

Panamá, obteniendo 59,002 del valor del CIF, en segunda posición le sigue el Colon Container terminal con un valor del 40, 829 del valor del CIF

- **Terrestre**

Tabla 13

Información general de Frontera terrestre Paso Canoas en Chiriquí

Detalles	Paso Canoas (Chiriquí)
Nombre de la frontera	Paso Canoas
Estado	En operación
Agencia	Gubernamental
Tipo de mercancía	Mercancía General
Lugar	Provincia de Chiriquí, frontera con Costa Rica, Carretera Interamericana, integrado al Corredor Pacífico Mesoamericano
Categoría	Mercadería General e ingreso de personas
Horario laboral	6am a 10pm
Distancia de la frontera	378 km de extensión

Nota: elaboración propia datos obtenidos de (Autoridad Nacional de Aduanas, 2023)

En la tabla 13 se puede observar algunos de los detalles de la Frontera terrestres entre Panamá y Costa Rica, siendo principalmente para el ingreso de mercadería y personas, la

frontera tiene una extensión de 328 kilómetros de extensión y es una de las que más se utiliza para el ingreso de mercancía terrestre proveniente del resto de países de Centro América

- **Puertos**

Tabla 14

Información General del Puerto Balboa y Colon Container Terminal

Detalles	Puerto Balboa	Colon Container Terminal
Nombre del puerto	Balboa	Colon Container Terminal
Estado	En operación	En operación
Agencia	Hutchison Ports PPC	Colon container Terminal S, A
Tipo de mercancía	Contenedores, Granel sólido, Ro-Ro/Car Carrier, mercancía General	Contenedores
Lugar	Puerto Balboa Provincia de Panamá	Provincia Colon
Categoría	Terminal de contenedores	Terminal contenedora
Horario laboral	Horario administrativo 8am-5pm Operativo: 24horas	24horas
Numero de muelles	8 muelles	4 muelles

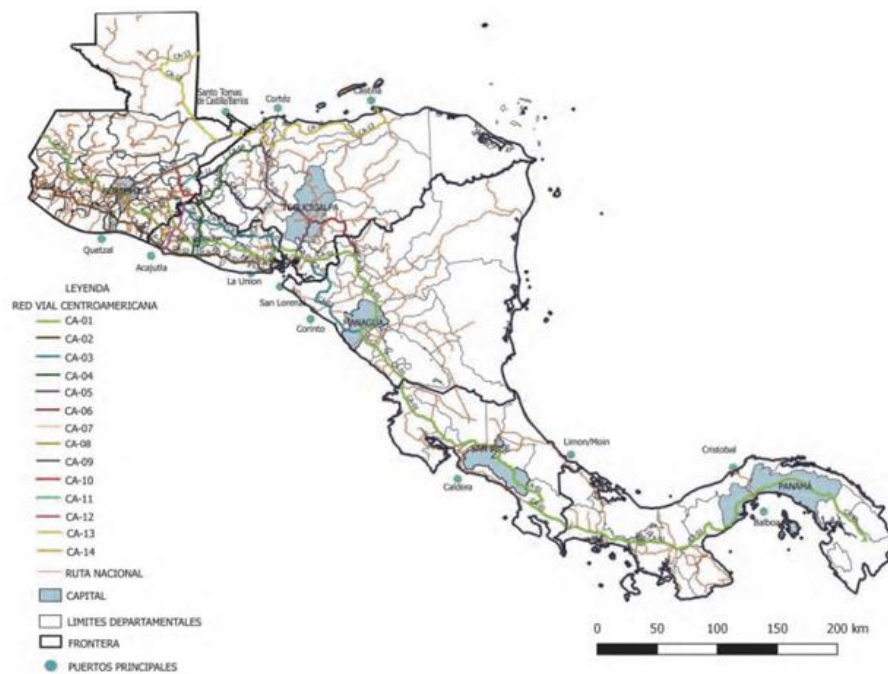
Nota: Autoría propia datos obtenidos de (Autoridad marítima De Panamá, 2023)

La tabla 14 se puede hacer un comparativo entre los principales puertos marítimos donde ingresa mercancía de el Salvador a Panamá, al hacer un análisis se puede observar que el puerto balboa en Panamá posee una mayor amplitud ya que tiene el doble de muelles que posee terminal colon container, además de que puerto balboa limita con el pacífico y el colon

container terminar limita con el atlántico, ambos puertos cuentan con la declaración de cumplimiento de la instalación portuaria Rutas/ carreteras

Centroamérica tiene como principales opciones de rutas para el movimiento de mercancías la llamada C1 que recorre la ruta más corta y fue pensada para darle acceso al paso de las mercancías que transitan o ingresan al producto.

Figura 1.



Fuente: (agencia de cooperación internacional, 2017)

Según algunos expertos en logística y comercio exterior entrevistados, la principal vía de acceso de El Salvador a Panamá es en la frontera de Chiriquí en Costa Rica de forma terrestre, ya que con la cercanía que se tienen con Panamá facilita el acceso.

vii. Localización de Barreras

- Barreras no arancelarias

Ley N.ª 29 de 1º de febrero de 1996

“El objeto de la presente Ley es proteger y asegurar el proceso de libre competencia económica y la libre concurrencia, erradicando las prácticas monopolísticas y otras restricciones en el funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios, para preservar el interés superior del consumidor” (Ley No 29,1996)

La ley busca eliminar prácticas que creen monopolios o restrinjan la competencia en la venta de bienes y servicios. Todo esto se hace con el fin de proteger los intereses de los consumidores, asegurando que tengan acceso a una variedad de opciones y que los precios sean justos. En resumen, la ley tiene como objetivo principal velar por el bienestar de los consumidores a través de la promoción de la competencia y la eliminación de prácticas anticompetitivas.

Tabla 15

Grupo de Alimento: pan y productos de panadería y pastelería

Parámetros	Categoría	Tipo de alimento	Límite Permitido
Escherichia coli	N/A	B	< 3 NMP/g o < 10 UFC/g

Fuente: elaboración propia datos obtenidos de (REGLAMENTO TÉCNICO CENTRO AMERICANO)

Recuadro de la clasificación según tipo de producto y los parámetros de la estadística de la densidad microbiana presente, son un dato de calidad, que debe encontrarse entre 3 y menor a 10-39 por g.

- **Barreras arancelarias**

La relación de El Salvador y Panamá a nivel comercial es importante, través del tratado libre comercio que se tiene en conjunto, este facilita el comercio de ciertas mercancías y por ende la reducción de aranceles; en el caso del producto galletas de soda o saladas se tiene la ventaja que el DAI es de 0%.

3.1.2 Perfil país

El Canal de Panamá, construido en 1914, divide el istmo de Panamá en su parte más estrecha, conectando las ciudades de Colón en el Atlántico y Ciudad de Panamá en el Pacífico. En el año 2000, Estados Unidos cedió la propiedad y administración del canal a Panamá según lo establecido en el Tratado Torrijos-Carter de 1997. (Gobierno de España, 2022).

Alguna información importante del Panamá es:

- **Población 2023 INEC:** 4,064,780
- **Superficie Terrestre:** 78,200km²
- **Forma de estado:** República (9 provincias 2 comarcas)
- **PIB per cápita BM 2022:** \$17,358
- **Divisa:** Balboa (PAB) 100 céntimos
- **Idioma Oficial:** español
- **Idiomas de negocios:** español e inglés
- **Religión:** católica 90%
- **Capital:** Ciudad de Panamá (+1 mill)
- **Principales ciudades:** Colón, David, Chorrera.
- **Fiestas nacionales:** 3 noviembre
- **Prefijo telefónico:** +507
- **Código internet:** pa

3.2. Operaciones y clientes

3.2.1. Plan de acción

i. Políticas de adaptación al mercado internacional

- Política de productos

Según uno de los expertos en comercio internacional panameño, los panameños son unos consumidores informados y con un crecimiento de la cultura saludable, que buscan un producto con valor agregado, por eso a la hora de realizar una adaptación al producto se harán pruebas con productos que mejoren la calidad que se consume, para poder reducir el número de calorías en la mayor medida posible, además de colocar una etiqueta que mencione que es un producto bajo en calorías y gluten free. Con respecto al empaque se planean utilizar colores que los colores de la bandera del país, con un estilo minimalista. (J. Matal, comunicación personal, 16 de noviembre 2023).

- Políticas de plaza

Las galletas en general representan un producto de consumo masivo, por lo cual su comercialización siempre tiende a optar por la mayor cantidad de canales posible, estos principalmente llenan las góndolas de los supermercados y tiendas de conveniencia. Inicialmente se pretende participar en ferias/ruedas de negocios en panamá, para ir recolectando información sobre el sector y cómo funciona este producto con una perspectiva de primera mano, por ferias Internacionales. Por otra parte, otro medio de ingreso es contactar con las empresas que representan a los supermercados, establecer negociaciones, en los principales supermercados de ciudad de panamá, algunos supermercados investigados son:

Tabla 16

Directorio de supermercados

Empresas	Teléfonos	Correos	Dirección
Supermercados El Rey	(507) 270-5535	contactenos@smrey.com	Avenida Nicanor de Obarrio, calle Ramón

			Real, corregimiento de San Francisco, ciudad de Panamá
Supermercados Riba Smith	+507 309-5335	pedidosonline@rimith.com	Riba Smith Bella Vista, Calle 45 Este, Bella Vista, Panamá
Super99	(+507) 323-8700 // 323-8799	serviciosalcliente@super99.com	Super 99, Monte Oscuro, Ciudad de Panamá
Price Smart	(507) 214-7011	servicioalsociopanama@pricesmart.com	Esquina de Vía Brasil y Vía España, Ciudad de Panamá, Panamá

Nota. Autoría propia

La plaza incluye temas como merchandising, la presentación de los productos en los puntos de venta, esto a distancia es complicado de controlar por lo cual en el contrato/negociaciones deben de tocarse el tema de posición del producto, negociar posiciones privilegiadas o de mayor acceso, o inicialmente dejarlo cerca de caja quizá una vez por mes tener acceso a una colocación más vistosa o pódium visible y atractivo, negociar la estancia en la publicidad de los lugares privilegiados

- **Política de precio**

Para establecer precios se debe considerar los costos de producción, los costos variables, y el costo que incurre el proceso de llegada al establecimiento acordado en el país destino, incluyendo los impuestos, transporte, y el margen de ganancia.

Estrategia de precios descremados, este va a permitir tener una perspectiva de precio de entrada que identifique el producto como de alto valor, dado que el precio es un referente a un producto de calidad, y claro a su vez la publicidad y la imagen debe respaldar el precio, esto también brinda a la empresa un poco más de ingresos para ser reutilizados en el resto de las estrategias publicitarias, nosotros ingresaríamos el producto al mercado panameño con un valor de \$2.99.

- **Política de promoción**

Promoción, este término se liga por lo general a las ofertas y están ligados los términos, pero no significa que es el único punto que en el que se tiene que buscar desarrollar, promoción incluye además del empaque, precio, y el lugar de venta; cómo se comunica el producto, el diálogo de la marca como lo dice y porqué medios se va a desarrollar la conversación del producto, este punto va muy de la mano con el público al que va dirigido, donde se encuentran y porque medios podemos llegar a ellos, aunque cuando es considerado producto masivo tiene a inclinarse a un segmento.

La estrategia principal para el ingreso de productos nuevos en un mercado debe estar enfocada al B2B, el producto debe de estar bien colocado con estrategia de negociación con los supermercados y distribuidores mayoristas, que el proceso de establecer contratos que permitan un buen posicionamiento en el producto, que el lugar de llegada, que contribuya con la imagen que queremos presentar al público, y establecer algunas estrategias mensuales para que con su ayuda crear campañas o estantes creativos para captar la atención del público esto resulta se gran importancia al apostar a largo plazo.

Por otra parte el resultado arrojado por la matriz de ingreso a mercado sugiere la utilización de un agente en el país destino (Panamá) en esta estrategia se realiza un contrato de trabajo con una persona o entidad que se encargue de la colocación del producto en el país, esta puede ser enviada desde la confianza de un colaborador de la empresa o buscar contactar en el país el perfil dispuesto a desarrollar lo que implica el labor de agente de la marca, esta es la opción recomendada por el proyecto debido que se tiene una persona fija que reciba documentación, producto y se encargue de la renta de bodega para resguardar el producto y todo lo que implica la recepción, resguardo y colocación del producto, además de velar por la imagen de la marca.

Estrategias adicionales para aplicar a futuro en la medida que los recursos lo permitan.

- Estrategia digital: “Instagram” además de ser un medio de mucho alcance su costo relativo por el alcance no es muy alto, pero es importante dedicarle el tiempo a la segmentación en la plataforma para optimizar el gasto y obtener el mayor beneficio, en estas plataformas es necesario crear contenido corto y atractivo; como sugerencia debidos a que la mayoría de las personas relacionan las galletas a los mariscos y ceviches, por lo cual es importante tenerlo en consideración como fuente de contenido, opciones para boquear, u otras recetas que podrían resultar apetitosas, pero siempre el foco en el producto .
- En medios más tradicionales con un costo relativamente mayor, pero este puede usarse como la segunda escala para posicionar, la publicidad a los transeúntes y conductores es necesario identificar zonas de mucho flujo de personas para obtener visibilidad, claro también dedicarle tiempo a la elaboración de esa valla publicitaria para dejar un mensaje preciso, atractivo y que se mantenga en la mente del transeúnte hasta que pueda llegar a un punto de posible compra. (opciones o sugerencia para la imagen, posicionar el producto del centro al lado derecho superior de la valla, ayuda en tener expuesto el producto y más aún si este está por ser mordido o visto de forma atractiva, los chocolates como referencia) paradas de autobuses QR, Estrategia de expectativa hacer ruido de su llegada
- La publicidad disruptiva a veces se puede considerar una opción poco atractiva porque podría representar un alto costo, pero pueden considerarse opciones en las que su costo no resulte demasiado. (dispensador: (como coca cola en las cascadas) en centros comerciales colocar estantes de galletas gratis, dentro de este una galleta ganadora que signifique dotación de un mes de galletas, y crear contenido con el evento para redes), realizar eventos especiales en días feriados, sampling en supermercados.

ii. Localización y Selección de Canales de Acceso al Mercado

La matriz de análisis de selección de canales ha conducido a la conclusión de que la opción óptima para ingresar al mercado panameño con nuestro producto es a través de agentes o comisionarios. Esta elección se basa en ventajas clave, como el conocimiento profundo del mercado local por parte de los agentes, su red de contactos establecida para facilitar la entrada del producto y la reducción del riesgo financiero al permitir una inversión más gradual. En resumen, la estrategia de utilizar agentes destaca por su enfoque informado y la capacidad de aprovechar recursos locales para asegurar una entrada exitosa al mercado panameño.

- **Grupo marítimo:** operador logístico que tiene como base ofrecer una excelencia y eficiencia los servicios para el transporte de la carga de sus distintos clientes, de manera aérea, marítima, terrestre, agentes portuarios, despacho de aduanas, agencia de envíos, operaciones marinas, entre otros servicios ofrecidos para los empresarios exportadores nivel de la región centroamericana, de manera que se desarrolle toda la cadena de suministro en excelentes condiciones (MARITIMO, 2023)
 - Correo: info@grupomaritimo.com
 - Teléfono: 2206-0808
- **Smart logística (grupo alonso):** es un grupo empresarial multisectorial de referencia en el mercado nacional e internacional con más de 61 años de experiencia, posee diferentes empresas en áreas como logística, ocio y servicios, energía e infraestructura a nivel nacional e internacional, destaca por su especialización en logística de vinos y licores, además posee un sólido departamento de Project cargo que realiza planes logísticos según los distintos sectores industriales así como las especificaciones de cada mercado (Alonso, 2023)
 - **Teléfono:** +34 96 389 06 47

- **Carga global:** Carga Global: Es una empresa establecida tanto en Guatemala como en El Salvador, empresa dedicada a la gestión logística de transporte de carga terrestre, aérea, marítimo, carga consolidada, logística aduanal, brindando servicios seguimientos de órdenes de compra, descarga y carga de contenedores, manejo de carga de proyectos sobredimensionada y especializada, etiqueta y segregación, servicio de bodega y traslado, inspección de la carga a través de entidades certificadas (GLOBAL, 2021)
 - **Teléfono:** 2556-1300
 - **Correo:** cgcomercialsal@cargaglobal.com
 - **Dirección:** Av. la revolución y calle circunvalación no 101 local no 3 col san Benito san salvador el salvador CA

iii. Documentación de Exportación

La institución principal es CIEX en donde a través de este sitio oficial pueden adquirir los formularios o documentos necesarios para realizar las exportaciones a nivel centroamericano, de igual manera pueden encontrar los diferentes sitios oficiales de las principales instituciones aliadas a la institución.

- **Declaración única centroamericana DUCA F**

Existe una serie de pasos que las empresas o personas naturales deben de seguir para poder obtener los documentos que son legalmente requeridos para exportar sus mercancías. Los interesados pueden consultar dicha información desde cualquier parte del mundo, por medio del sitio oficial del sistema integrado de comercio exterior (SICEX) desde los diferentes programas de navegación por la web.

De manera presencial se pueden acercar a la oficina del centro de tramites de importaciones y exportaciones CIEX el salvador ubicado en el banco central de reserva de el salvador alameda juan pablo II entre 5° y 17° av. norte san salvador.

Los empresarios deben registrarse como exportadores, en donde deben verificar el producto, país destino, de igual manera se debe crear un usuario y clave de acceso para la obtención de Declaración única centroamericana DUCA F y D de igual manera se les emite. En caso de presentar error la exportación autorizada hacia cualquier país centroamericano deberá remitir un correo a ciexportaciones@bcr.gob.sv

- Precio por servicio

Registro de exportador, tramite realizado en el CIEX que no tiene costo para los empresarios, en el caso de la autorización de Declaración única Centroamericana tiene un costo de \$17 más IVA por cada operación, en caso de ser necesario el certificado fitosanitario de exportación y reexportación por vía terrestre o aéreo por cada 10000 kg. o fracción \$5.71 más IVA (CIEX 2023)

- Factura exportación.

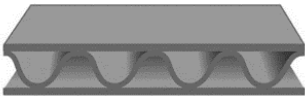
Documento de transporte legal emitido por el exportador al importador durante las transacciones internacional que es utilizada como una prueba legal de venta entre ambas partes, es un documento requerido por el despacho de aduanas para el cálculo de los impuestos y aranceles a pagar, dentro de este documento se detalla precio, valor y la cantidad de las mercancías vendidas, también incluye detalles de las condiciones de la compra y venta de estipuladas entre el vendedor y exportador. Documento emitido por el Ministerio de hacienda, de igual manera asigna un correlativo y autoriza la emisión de los documentos (iContainers, 2023)

En el sitio oficial de Autoridad nacional de Aduanas se puede visualizar el instructivo de llenado y la presentación del documento DUCA F, cabe mencionar que debe ser completado con la información requerida de acuerdo con la naturaleza del régimen aduanero al que sean sometidas las mercancías, se debe dar clic en la opción de Instructivo de llenado de la DUCA a través del enlace, consultar anexo H.

- Recomendaciones de embalaje

Tabla 17

Recomendaciones de embalaje

Tipo	Descripción	Ejemplo
Bolsas	Envases de papel resistente y de material plástico (polietileno especialmente)	
Cajas	Las cajas utilizadas para el transporte de los productos es cartón corrugado a base de pequeñas fibras de celulosa, con doble cara o pared sencilla, con tamaño aproximado de 65x45x20 cm, con una capacidad de 24 paquetes por cada caja.	

Nota: Elaboración propia datos obtenidos de Guía de Envases y Embalaje MINCETUR

La simbología ISO utilizada en el embalaje para el transporte de la mercancía son importantes porque determinan el manejo que se debe brindar durante el transporte de los

productos especialmente en la descarga y carga, son pictogramas utilizados a nivel mundial que pueden ser comprendidos en diferentes regiones.

- Instrucciones de marcación y rotulación ISO

Los pictogramas pueden ir de manera pintada por medio de una plantilla en el balance o etiquetas, en cuanto a su color antes de la marcación/rotulación hay que alisar el fondo o prepararlo para desgrasar en caso de que se trate de un fondo metálico.


Se admiten placas de marcación/rotulaciones metálicas y/o de materia sintética siempre que sean resistentes a la luz, a la intemperie y no sensibles al agua marina y a la radiación ultravioleta.

Normalmente se utiliza el color negro para estos símbolos, pero en caso de que el color del embalaje no permita la correcta identificación de los pictogramas, deberá ponerse un fondo más claro, normalmente blanco, bajo los símbolos. La pintura debe ser lavable y resistente a los anteriores factores externos ya mencionados. (MINCETUR, 2009)

La marcación/rotulación ha debe ejecutarse de forma clara y aguda, abierta y paralela al canto de fondo, así como legible durante el periodo de almacenaje previsto. El tamaño de los símbolos no debe exceder de 10 x 15 x 20 centímetros

Tabla 18.

Signos distintivos del embalaje

Pictogramas	Descripción
	Un paraguas, este icono representa que los productos que estamos transportando no debe de tener humedad.



Una copa de cristal esta ilustración nos indica que el producto es muy frágil y delicado, aunque no necesariamente sea de cristal, pero se debe de cargar y descargar con delicadeza.



Dos flechas hacia arriba desde una base horizontal son utilizadas para indicar que lado debes de colocar hacia arriba el embalaje



Manos Sujetando una caja, Este símbolo nos da a conocer que debemos manipular el embalaje con cuidado porque es un producto frágil.

Nota: Elaboración propia datos obtenidos de Guía de Envases y Embalaje MINCETUR

Pictogramas y su respectiva descripción de las opciones recomendadas para añadirlas a la impresión de las cajas en las que se transportara el producto.

3.2.2 Finanzas

Tabla 19

Promedio: \$20,219

Proyección de exportaciones estimadas mensuales

Año	2024	2025	2026	2027	2028
Cajas mensuales	16	17	18	19	19
Pronóstico de ventas cajas anual	192	202	212	222	233
Pronóstico de ventas paquetes galletas	4.608	4.838	5.080	5.334	5.601
Pronostico Efectivo	\$16.220,16	\$17.031,17	\$17.882,73	\$18.776,86	\$19.715,71

Nota, auditoría propia

Según la Tabla 19 Se realizo la proyección de venta para los próximos 5 años, el promedio resultado de las exportaciones realizadas a Panamá en el periodo 2017-2022 ese dato

ayudo a establecer un porcentaje de participación de mercado del 5% para aproximarnos al número de cajas para realizar la primera exportación, ese dato arrojó un total de cajas a exportar de 18, pero el dato de exportación inicial, son 16 esto debido a las dimensiones de la caja, la cotización de referencia está hecha para un metro cúbico, posteriormente al primer año se tiene proyectado un crecimiento del 5%.

CONCLUSIONES

Tras el análisis de la partida arancelaria 190590, se concluye que uno de los productos que tienen mayor participación en las exportaciones a Panamá es la galleta de soda o salada, eligiendo este producto para la investigación de la internacionalización en Panamá, arrojando información valiosa que plantea que gracias a la relación comercial que se tiene con Panamá facilita la exportación y comercio de este producto.

El proceso de exportación a Panamá no es complejo, pero el desconocimiento y la falta de información es uno de los principales inconvenientes a la hora de querer exportar, pero se cuentan con apoyo de instituciones que brindan asesorías en el proceso de exportación.

La relación comercial entre El Salvador y Panamá facilita el comercio de mercancías y en específico del producto de galletas de soda o saladas, facilitando desde la documentación necesaria para exportar hasta la reducción de aranceles, esto gracias al tratado de libre comercio que tienen ambos países, además de ser miembros del Sistema de la integración Centroamericana, necesitando solamente el formulario DUCA F para el transporte de mercancías.

Para un exportador salvadoreño que desee exportar este producto a Panamá, es relativamente sencillo en materia de tramitología y transporte, sin embargo, la estrategia de adaptación del producto al mercado panameño debe de ser investigada con un estudio de mercado, además de tener los recursos necesarios para invertir en la internacionalización del producto.

En base a lo investigado, se pudo comprobar que el exportar a Panamá resulta relativamente sencillo, en relación a los permisos de ingreso de alimentos, al menos para las galletas de soda o salada no se necesitan, ya que en plataformas como Autoridad Panameña de Alimentos APA, se tiene una interfaz donde se pueden preguntar los permisos necesarios para exportar alimentos, y en específico para las el producto no se necesitan.

RECOMENDACIONES

El producto de galletas de soda o saladas, no tiene ventajas competitivas, sin embargo, esto puede tomarse como oportunidad por el exportador, ya que se conoce que el consumidor panameño es informado y está en crecimiento la tendencia de la comida saludable. Se podrían tomar como estrategia de adaptación de producto y mejorar la fórmula para poder llegar al consumidor de comida saludable, esto aumentaría no solo el valor económico del producto, sino también la imagen de este

Instituciones nacionales como el CIEX, COEXPORT, EMBAJADA DE PANAMA y CONAMYPE incentivan y facilitan la exportación de productos, se recomienda acoplarse o contactarse con este tipo de instituciones para iniciar un proceso de exportación. Panamá también tiene instituciones como el ANA que es una ventana al comercio internacional, APEX asociación que representa los

exportadores e importadores de Panamá, instituciones que facilitan los procesos y documentos para exportar el producto.

En Panamá se realiza una feria anual llamada PROCOMER, esta feria es una ventana al comercio exterior y en específico en Panamá, al empresario exportador se recomienda participar en este tipo de ferias para facilitar la captación de clientes corporativos, que es una forma más fácil de hacer negocio internacional y poder ingresar al mercado.

La información de un solo operador logístico podría desmotivar el proceso, y es necesario investigar el mercado de transporte más a fondo para tener panorama más completo, además de realizar la cotización utilizando distintos métodos de llegada y esto aun cuando no se inicie el proceso de exportación mantenerse informado del rango de costos, así podría identificar a lo largo de un periodo de tiempo las temporadas en las que es más factible iniciar el proceso aunque sean esporádicas para la inserción a un nuevo mercado.

REFERENCIAS

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <https://www.inec.gob.pa/DASHBOARDS/Comercio/Comparativos>

Gobierno de España. (mayo de 2022). *Ministerio de Industria Comercio y Turismo*. Recuperado el 2023, de <https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/PA/documentos-y-estadisticas/estudios-e-informes/visor-de-documentos>. Informe-económico-comercial-panamá- 2022.doc 092202206

Ministerio de Comercio e Industria. (2020). *Informe*. Ficha País: Panamá, Relaciones Comerciales y de Inversión con Panamá, Ciudad de Panamá. Recuperado el 2023, de <https://intelcom.gob.pa/doc/otros/Ficha%20de%20Panama%20al%20III%20T%20rimestre%20de%202019.pdf>

Ministerio de Economía de El Salvador, sistema de integración centroamericana, párrafo 3 [Integración Económica Centroamericana \(minec.gob.sv\)](http://minec.gob.sv)

Embajada de Panamá en Rusia. (2022). Información General sobre Panamá.
Recuperado el 2023,
de
<http://www.embapanamarusia.ru/index.php/es/panama/infopan>

Ley 66 de 1947 que regula asuntos de salubridad e higiene 10 noviembre
1947 (G.O. 10,467 de 6 de diciembre de 1947)

Ley 45 2007 Dicta normas sobre la protección al consumidor de la
competencia y otras disposiciones. 31 de octubre 2007 (Gaceta No 25914)

Decreto ejecutivo 256 de 1962, [Ministerio de trabajo, previsión social y
salud pública]. Por la cual se establecen los parámetros y procedimientos
para el control de alimentos y bebidas (Gaceta 14677)

Decreto 331 de 2008. [Ministerio de salud pública] por la cual se establecen
los parámetros para la inscripción de alimentos procesados. Gaceta 26101

Word bank. (2018). *Logísticas Performance Index*. Obtenido de
<https://lpi.worldbank.org/international/scorecard/line/C/PAN/2018/>

Panamá, O. E. (31 de mayo de 2022). *www.icex.es*. Obtenido de www.icex.es:
<https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/092/documentos/2022/06/documentos-anexos/DOC2022909564.pdf>

Sipán, U. d. (2016). *repositorio.uss.edu.pe*. Obtenido de repositorio.uss.edu.pe:
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/3146>

Universidad, L. s. (noviembre de 2022). <http://repositorio.ulasalle.edu.pe/>.
Obtenido de
<http://repositorio.ulasalle.edu.pe/>
lle.edu.pe/:
<http://repositorio.ulasalle.edu.pe/handle/20.500.12953/161>

Asociados, V. m. (2022). *Vimfa*. Obtenido de <http://www.vimfa.com/seccion-analisisregistro.htm>

CAUCA. (2008). *UNCAP*. Recuperado el mayo de 2023, de
UNCAP: <https://uncap.org.pa/codigo-aduanero-uniforme-centroamericano-cauca/>

Colombina. (2023). Obtenido de Colombina.com:
https://colombina.com/co_es/product/category/galleria

DIRECCION DE INNOVACION Y CALIDAD. (2023). *DICA INVENTA*.
Obtenido

de [http://dica.minec.gob.sv/inventa/unidades/unidad-
alimentos-y- bebidas/9943-asi-](http://dica.minec.gob.sv/inventa/unidades/unidad-alimentos-y-bebidas/9943-asi-)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Instituto Nacional de estadísticas y Censos*. Obtenido de
<https://www.inec.gob.pa/DASHBOARDS/Comercio/Comparativos>

POZUELO. (2023). *Pozuelo*. Obtenido de

<https://pozuelo.com/> SAC electrónico. (2021). *Arancel*

Electrónico. Obtenido de

<https://aduana2.mh.gob.sv/SAC/consulta/capitulo.xhtml>

San Jorge. (2023). *San Jorge*. Obtenido de

<https://sanjorge.com.pe/> SIECA. (s.f.). *DUCA*. Recuperado el mayo de 2023, de

<https://www.sica.int/iniciativas/duca>

Sistema de Información Comercial. (s.f.). *Infotrade*. Obtenido de

<http://infotrade.minec.gob.sv/colombia/>

Ministerio de Estadísticas y Censos MINEC, Monografía, 2010 páj. 13 pp 2)
Monografía. Panamá. Estado Conyugal y estructura familiar, por provincia y comarcaindígena. censo 2010.pdf (inec.gob.pa)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2000) inec.gob.pa. Obtenido de
inec.gob.pa/Aplicaciones/POBLACION_VIVIENDA/volumen1/cuadro1.htm

Llamazares, O. (2008). *como negociar con éxito en 50 países*.

(Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, (2020) promperu.gob.pa. pág. 5 pp. 1)
Obtenido de opan-ficha-mercado-panama-producto-galletas-2020.pdf
(promperu.gob.pe)

Mordor Intelligence, (2023-2028) Tamaño del mercado de galletas, y análisis de las acciones tendencias y pronósticos del crecimiento, pp. 5, obtenido de
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/biscuits-market>

Mordor Intelligence, (2023-2028) Tamaño del mercado de galletas, y análisis de las acciones tendencias y pronósticos del crecimiento, pp. 1, obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/biscuits-market>

Instituto nacional de Estadísticas y censos (2020), cuadro 51, pp.31) inec.gob.pa.
Obtenido de [P5561Cuadro 51.pdf \(inec.gob.pa\)](#)

Ley 29 1996 Dicta normas sobre la protección al consumidor de la competencia y otras disposiciones. 1 de febrero 1996

Banco Mundial base de datos, (2022) PIB Per capital de Panamá, obtenido de [PIB per cápita \(UMN actual\) - Panamá | Data \(bancomundial.org\)](#)

Alonso, G. (2023). *Grupo Alonso*. Obtenido de <https://grupo-alonso.com/areas-de-negocio/>

GLOBAL, C. (2021). *CARGA GLOBAL*. Obtenido de <https://cargaglobal.com/carga-consolidada/>

Jorge, P. s. (2023). *Panaderia San Jorge*. Obtenido de <https://sanjorge.com.pe/canales-de-venta/>

MARITIMO, G. (2023). *GRUPO MARITIMO*. Obtenido de <https://grupomaritimo.com/wp/our-services/>

CIEX. (2023). *CIEX EL SALVADOR*. Obtenido de <https://www.ciexelsalvador.gob.sv/ciexelsalvador/guia-de-tramites-de-exportacion/>

iContainers. (2023). *iContainers*. Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/factura-comercial-que-es/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, base de datos del censo 2022, obtenido de: Sistema de consulta: Censos de Población y Vivienda de Panamá (inec.gob.pa)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Panamá ficha de mercado, (2020), [Intitucional.promperu](#) obtenido de [opan-ficha-mercado-panama-producto-galletas-2020.pdf \(promperu.gob.pe\)](#)

ANEXOS

ANEXO A: entrevista realizada a experta de El Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones

Objetivo: Recolectar información de instituciones relacionadas a la exportación de productos o instituciones soporte y potenciadores de la actividad exportadora del país



Nombre:

Entrevista agente experto en trámites de la Ventanilla Única de Comercio Exterior. G. Guerrero 27/10/2023

¿Introducción de la empresa y a lo que ellos se dedican?

CIEX EL Salvador es el centro de trámites de importaciones y de exportaciones que funciona como una ventanilla única de Comercio Exterior en El Salvador, como Ventanilla Única integramos a los importadores exportadores y transportistas de carga internacional de El Salvador asimismo administramos sistema que son interoperables o instituciones, por ejemplo este nuestro sistema interopera con el sistema de la Dirección General de Aduanas y de Ministerio de salud El ministerio de la Defensa Nacional son instituciones con las que estamos integrados, la única de competición y nuestro sistema interoperar con los sistemas asimismo también interoperamos con los bancos del sistema ya que para todos los procesos de importación y exportación se implementó ya que el pago de estos servicios pudiera hacerse a través de la banca electrónica.

También interoperamos con organismos internacionales con organismos regionales como es la Secretaría de Integración Económica centroamericana conocida como CIECA,

Ministerio de Agricultura y Ganadería Medio Ambiente y Recursos Naturales el Ministerio de Hacienda a través de la Dirección General de Aduanas la Defensa Nacional y la Dirección Nacional de Medicamentos, básicamente todo el actuar de la Ventanilla Única de comercio exterior del Salvador está integrado de esta forma.

El origen del CIEX se basa desde el año 86 esta ventanilla de únicamente atendía los procesos

pasa a ser parte del Banco Central de Reserva esta ventana ya con un modelo de Ventanilla interinstitucional, que ya interoperaba con otras instituciones inicialmente pues con el Ministerio de Hacienda a través de la Dirección General de aduana y luego en el 2011, se constituye como una ventanilla única de comercio exterior que integra a los procesos de exportación que inicialmente ya se va los procesos de importación básicamente el sí ex se posicionó con los Posicionó con los procesos de exportación para que se constituyera la Ventanilla Única de comercio exterior que integrar a los procesos de importación ella como ventanilla que atendíamos los procesos ya hemos conocido el sector privado el sector de gobierno y pues básicamente esa confianza que ya habían depositado en nosotros es la que sentó las bases para constituirnos ya como una ventanilla en la que opera pues bajo esa modalidad en el mundo, verdad, hay diferentes países han implementado este modelo de Ventanilla Única de comercio exterior que son conocidas como herramientas de facilitación del comercio, por qué? Porque son un único punto de adopción de decisiones para los exportadores para los importadores para los transportistas de carga es decir que para que ellos puedan obtener sus permisos tanto para importar y como para exportar pues no tienen que desplazarse.

Institución e institución para obtener verdad todos esos permisos previos y esto cuáles son los beneficios de esto de que de verdad hay ahorro en costos y en tiempos para los exportadores y es decir para todos los usuarios es así que a esta fecha ya llevamos 37 años facilitando la gestión de exportación y 11 años ya facilitando la gestión de importación, cuál ha sido la evolución de clientes del CIEX El Salvador ustedes pueden observar en esta gráfica, verdad que los importadores de transportistas de carga activo que tenemos a la fecha en 2023 básicamente ha crecido que respecto al 2018 y ustedes pueden ver año con año como ha ido creciendo la cantidad de usuarios que se han ido sumando y registrarlos con nosotros tanto para los procesos de exportación como para los procesos de importación

¿cuál es la operatividad del CIEX El Salvador?

Infraestructura tecnológica con altas de disponibilidad y sitios alternos de contingencia, Que administramos 25.500 usuarios accediendo simultáneamente a nuestros sistemas más de 15 interconexiones para transmisiones en tiempo real transmisiones de los procesos de exportación e importación los pagos electrónicos con los bancos son siete bancos del sistema financiero con los que estamos conectados, través de los cuales tanto importadores como exportadores hacen la compra de derechos para autorización de procesos de importación y proceso de exportación diariamente autorizamos entre 996 operaciones de exportación e importaciones autorizamos un promedio de 905 operaciones, también facturamos servicios en nombre de terceros significa que las instituciones que integran la ventanilla y esas este dinero que sé que se recauda acá por esos servicios de las autorizaciones que da por ejemplo el mensaje el Ministerio de Defensa el Ministerio y cultura y se transfieren diariamente a cada una de las instituciones es así como es toda nuestra operativa diaria, a la fecha y como hemos venido creciendo desde el 2001 hasta el 2023 integrando servicios electrónicos para exportaciones ustedes pueden ver que iniciamos en el 2001 con 7 servicios electrónicos los llama servicios eran una forma manual o ser mi manual dado que en el 2023 tenemos ya 29 servicios electrónicos

Que para los procesos de importación de igual forma desde el 2011 que se integró las 2000 hasta el 2015 sus procesos eran prácticamente manual ya en el 2015 comenzamos ya con la modalidad de servicios electrónicos o semi electrónicos y es así como hasta la fecha hasta el 2020 y creen que vamos ya 173 servicios integrados de forma electrónica.

¿desde perspectiva, La evolución en este caso tecnológica les ha ayudado, ¿les ha facilitado a ustedes el proceso o les ha complicado más el proceso facilitado?

Para nada, ustedes saben que nos movemos en un ambiente meramente tecnológico, verdad y básicamente esto es todo lo que ha posibilitado, la evolución del CIEX Crezca a pasos agigantados y todo esto se ha traducido en beneficio, beneficio del sector exportador del sector importador de nuestro país

Los exportadores transformamos todos nuestros procesos de producción en grandes oportunidades de negocio a través de qué del aprovechamiento de en los acuerdos comerciales que el país tiene vigentes a la fecha, nosotros somos, la entidad que brindamos asesoría a los exportadores de cómo puedan aprovechar ellos los acuerdos comerciales que se mantienen origen y de esta forma, pues esto es una ventaja competitiva para las empresas porque pueden ingresar a mercados con sus productos, básicamente con un concepto aranceles y eso ayuda, pues a su competitividad, un acuerdo comercial en este caso en la parte de documentación licenciada cual usted considera que es la mayor dificultad que los empresarios tienen o que documental le cuesta más conseguir si se puede decir así depende mucho del producto, verdad? Porque si es

Que permisos y o documentos son requeridos y si tiene conocimiento los exportadores

desconocimiento de algunos requisitos que dices a los cuales ellos van a exportar tienen para poder ingresar un producto, pueden ser Requisitos fitosanitarios sea que lo exportadores desconocen es decir, por ejemplo, van a exportar café en grano, desconocen que tal vez el país le va a pedir que ese producto ingrese al país o un tratamiento arancelario, por ejemplo que se producto que hace tenga que ir fumigado, por ejemplo no perder ahí con lo cual, pues los países es una restricción que ponen para evitar que ingresen plagas, verdad? ese tipo de requisitos de reglamentaciones de los países a los que desean exportar que se desconocen quizás esa parte es la que

Y hacen todas su investigación de mercados y deciden exportar a un país y dejan de último a toda la parte de requisitos, ven que a dónde tienen que inscribirse como exportadores que si tienen que tener una factura de exportación, verdad que instituciones tienen que ir, Por qué medio de transporte van a mandar ese producto acá y hacer toda esa evaluación de costos si me sale como más caro mandarlo de por el medio de transporte aéreo marítimo terrestre depende la distancia al país al que va a exportar entonces muchas veces este tipo de procesos los dejan de uno moverla o a veces de desconocen que el país al que desean exportar y posee un acuerdo comercial con El Salvador y que se requiere, por ejemplo, un certificado de origen para poder ingresar a ese país, entonces a veces ya nos ha pasado nos que ella tiene listo para despachar el producto y pues desconocen, proceso internos que tienen que cumplir.

¿Entonces serían en específico, esos procesos internos que son de cada producto los que van desmotivando al exportador verdad?

Sí, motivación es reconocimiento, Quizás hacer una primera exportación, hay quizás una pequeña frustración, Siente que los procesos son engorrosos son muy largos, pero media vez ya se les explique ella creo que van tomando experiencia, pues que ya se van como aventurando, incluso exportar a otros países, verdad que sea fuera de Centroamérica porque muchos exportadores comienzan exportando a la región centroamericana, una vez tienen ya esa experiencia de exportar a la región centroamericanas y que ellos comienzan aquí, fuera de la región en este caso con las empresas que llegan a la institución.

¿cuál es el ingreso mínimo que tienen las empresas?

en este caso fíjense que eso es variable porque pues nosotros no tenemos cuáles son las como los ingresos mínimos. Se podría comentarle Tal vez un volumen de venta que manejan y eso depende del tamaño de la empresa del tipo de producto que es abrir

que ya y eso trayectorias que tienen ya exportadora.

Básicamente es lo volúmenes de las ventas que tienen ellos también, Con base a su capacidad instalada, su proceso de producción todo eso, entonces esos pequeños una persona natural, Una pyme, Pues básicamente, pues comienzan carece de esos procesos de producción que tienen las empresas ya este que manejan economía, todo es un proceso, acá á tenemos exportadores como les decía que inician como una MIPYME y ahora son grandes empresas exportados.

¿Evolución que ha tenido a lo largo del tiempo la institución?

Eh, todos los proyectos en los que actualmente éramos trabajando, pues nosotros, Ustedes saben el país es el miembro de la OMC de 1985 somos parte del del acuerdo de facilitación y verdad en esa sintonía de la cuerda de facilitación en el país. Ahí hay un comité de facilitación del comercio. Nosotros trabajamos con proyectos para el sector exportador e importador se trabajamos de la mano con la Secretaría de Comercio e inversión, ustedes saben hay una política de comercio una inversión 2020 2050 en la que se establece que pues verdad las exportaciones de aquí al 2050 representa en el 43% del producto interno bruto, que eso es para para lograr esa meta se han establecido grandes líneas de acción, por ejemplo, se ha establecido aumentar el número de exportadores, verdad ser que Exportadores regulares exporten como más frecuente de hacer también más motivar a las empresas para que utilicen los acuerdos comerciales que el país mantiene vigente y también se tiene previsto pues la celebrar nuevos acuerdos comerciales con otros países e insertar a las MIPYMES en la en las grandes empresas exportadoras entonces tanto están todos esos incentivos que como Secretaría de Comercio invenciones del país está trabajando para pues verdad motivar a los exportadores se motiven, , verdad que continúan exportando que este que se animen a exportar sus productos yo soy con base en eso nosotros trabajamos proyectos, eh?

Incorporando nuevos servicios, verdad nuevos servicios que hoy por hoy tal vez las instituciones lo hacen o lo brindan de forma manual usted semiautomática entonces nosotros los estamos incorporando acá en la ventanilla para que de esa forma los exportadores pues igual vayan viendo el beneficio, el beneficio utilizar servicios electrónicos y de calidad tal cual, pues el presidente Nayib bukele En esa sintonía en esa visión en el presidente no hay bukele, ¿eh? Los servicios públicos sean mejor que los servicios privados.

en el caso como estamos hablando de los sectores en el caso en específico del sector, eh, de panadería y de galletas de soda saladas y

¿usted tiene algún conocimiento de cuáles son los requisitos en este caso certificado de origen si se necesitan para exportarlo a Panamá?

En el Panamá desde el 2011-2012 creo que, eh, ya se integró el sistema de integración Centroamérica ya formaba parte la de los países de Centroamérica anteriormente antes de eso como Panamá no se consideraba parte del Sistema de Integración Centroamericana se tenía un tratado libre comercio con ellos, pero a raíz de que ellos forman parte ya de la Integración Centroamericana ahora la exportación es para Centroamérica ustedes saben se apagan al Tratado General de Integración Centroamérica los países intercambian productos los exportan productos conservarán. Entonces qué necesita para exportar a Panamá como usted necesita una DUCA F porque la importación es en Centroamérica el documento aduanero que se utiliza para las exportaciones a Centroamérica en la Duca es y la declaración única Centroamericano

Picarla donde hay en este caso, pues es una exportación definitiva porque las galletas son hechas acá digamos, Si bien es cierto, no somos productores tal vez de trigo, pero, eh, las empresas lo que hacen es que importan el trigo entero aquí lo

convierten en harina y esos procesos productivos, pues le conviene origen al producto final que se está exportando entonces, Básicamente, El primer requisito que requieren es la Duca F es para una exportación definitiva una factura de exportación.

Todo exportador para qué va a ser un exportador frecuente necesita, Que el Ministerio de Hacienda le autorice para emitir factura de exportación porque es el documento que hoy por hoy, pues el que se ampara una exportación entonces, este año a partir de 15 de agosto el Ministerio de Hacienda implementado el documento atributo tributario electrónico, entonces muchas empresas exportadoras ya están. Ya están facturando de esa forma. Ya están emitiendo pero este es el que hace también las veces de una factura de exportación e igual verdad la DUCA f para Centroamérica hacer las veces de un certificado de origen, digamos, si, eh dice le dicen, mira, yo voy a necesitar un certificado de origen, entonces viene, no consulta es un país de Centroamérica me está pidiendo un certificado no es válido porque en la Duca F y en reglamento único centroamericano el RECAUCA se establece que la DUCA va a ser las veces de un certificado de origen, porque ahí el exportador hay detalle el criterio de origen del producto que está exportado es decir si las materias primas con las que fue elaborada ha sido totalmente obtenido acá en la región centroamericana o en el país parte, o sea parece que no se utiliza certificado de origen porque ya Panamá es parte de los países de Centroamérica.

¿En el caso del sector de panadería hay otra forma como ustedes contribuir para impulsar las exportaciones?

la forma en que contribuimos es quizás facilitando exportación verdad centralizando esos procesos de exportación es decir un exportador, las grandes empresas ellos exportan pan que también tenemos a la empresa Diana tenemos a molinos del Salvador verdad que también fabrican galletas son grandes empresas

exportadoras y pues ellos para poder exportar esos productos no necesitan desplazarse de instituciones y como son productos ya que están elaborados ya van a apto para el consumo no requieren de otros permisos salvo para Estados Unidos por ejemplo que Estados Unidos tiene una reglamentación que todo producto cosmético higiénico lo que va destinado al consumo humano o consumo animal tiene que estar el exportador registrado en la FDA entonces es un requisito previo que tienen que ser los exportadores para que cuando se registran en la FDA les asigna un número de registro y este número de registro tienen que detallarlo en la factura de exportación, Sí, por ejemplo, el cargamento de galletas que va a mandar la empresa vieron a por ejemplo Valerio tiene que ser un aviso previo con una hora de anticipación a la Aduana de Estados Unidos que tal bueno, llega X cantidad al producto de todas las especificaciones de ese producto que va a ingresar.

En el caso de igual forma con medicamentos los brókeres en Estados Unidos porque él es el enlace entre la aduana y entre el exportador.

En el caso de las exportaciones e importaciones ustedes cómo evalúa en este caso la relación que tenemos nosotros este El Salvador con Panamá

sí, tenemos comercio con Panamá sin embargo en nuestro mayor socio comercial en Centroamérica y Guatemala

Él es nuestro principal socio comercial seguido de Honduras luego le sigue Nicaragua Costa Rica y por último Panamá sea el comercio es tiene una importancia relativa, pero pues como le digo pues nuestro principal socio comercial es Guatemala fuera de Centroamérica Estados Unidos.

Cuáles son las áreas que usted considera de oportunidad en este caso del del sector panadería de la exportación.

En los puntos de oportunidad podrían ser la calidad del producto, la calidad del

producto la durabilidad toda la información nutricional que el producto puede tener creo que eso es bastante importante porque países como Estados Unidos por ejemplo tiene una ley de etiquetado donde para poder exportar un producto alimenticio tiene que cumplir con todas las especificaciones que en esa guía de etiquetado establecen, verdad toda la información nutricional los pesos del producto entonces es bien importante la calidad del producto que se fabrica y como este se da a conocer en los mercados, no incursionar en un inicio creo que no es fácil para las empresas pero media vez, comienza a conocerse su producto si se y pues es palpable la calidad con respecto a elaborados creo que ahí es donde viene la oportunidad de negocio para las empresas en este caso.

Para las exportaciones, Como usted considera que entran el mayormente o como adquieren presencia en otros mercados, los productos que van de aquí del Salvador en este caso de del producto del sector de panadería.

Okay, como él quieren presenciar básicamente, bueno, ustedes saben que el Salvador no es productor. Te digo por ejemplo A ver como la principal materia prima para elaborar estos productos, entonces, Vienen las empresas grandes empresas importan el trigo no transforman en harina y esa harina, pues es bebida que, en el mercado local a veces, Creo que en ese campo me atrevería a decir como un monopolio, Entonces es ahí donde las empresas enfrentan sus principales problemas de costo para adquirir esos productos y para poder fabricar entonces, básicamente el vencer nuestra barrera, , las MIPYMES sabemos que atraviesan grandes dificultades como por ejemplo acceso al crédito, verdad, exceso de crédito, También el contar con fondo para tener una capacitación especializada y en la parte también de controles de calidad de costos en la parte financiera todo esos problemas los atraviesan las mitigue entonces para insertarse en un mercado en los primeros, verdad esos primeros intentos de exportación

creo que es un poco frustrante y a veces pues optan mejor por vender sus productos localmente, verdad y no porque también les ahogan esas cosas de transporte, verdad digan que muchas sabemos que hay formas de consolidar cargas, pero aun así todas esos costos los ahogan pues es distinto para la grandes empresas, verdad que se puede ser exportan mayor volumen y ahí en esa en esa producción a grandes escalas, verdad que ellos utilizan la economía de escala entonces es ahí donde se ven reducidos un poco sus costos de producción y esa es una ventaja puesta la comparativa para las grandes empresas versus una sin embargo, pues creo que si se hace un buen plan de negocio un buen plan de exportación una buena investigación se logra.

¿Como institución ustedes, qué información tienen sobre proveedores de transporte internacional de mercancías?

Los servicios autorización de documentos para exportar, pero ya la parte de esa parte de investigación de mercado que les toca hacer a las empresas para ver de empresas por cobrar menos como le sale mejor exportar su producto si pues vía aérea vía marítima o vía terrestre esa ya es parte de la investigación de mercado tiene que hacer todo exportador en un inicio.

En este caso también la parte de del transporte no tienen alguna información de cómo prefieren viajar los exportadores a Panamá ya sea por de forma terrestre de forma aérea o marítimo.

Depende de ahí también este es importante depende del tipo de producto depende de la cercanía, normalmente es de hecho, he visto que la mayor parte de la exportación es a Panamá para terrestre del Salvador

Y de y de forma terrestre en ese proceso no conoce algunas dificultades que ellos tienen o ya teniendo con el formulario el duca f, ya es fácil el acceso por todo la parte de los países para llegar a Panamá o hay dificultades externas, ya sea por

las aduanas, ¿verdad los procesos o cuáles aduanas son las más complicadas de pasar en ese trayecto?

Pues básicamente no tengo conocimiento, pero como le decía al inicio o a veces hay desconocimiento de los requisitos de importación que tiene un país, por ejemplo, si voy a exportar un producto de origen vegetal o un producto de origen animal o un producto Si es de origen vegetal, pero de ambos va congelado que tal vez no requieren un certificado y sanitario, pero el país lo requiere, pero está en el país, cualquier, Ahí en ese momento digamos si el exportador despachó y al ingresar a la aduana destino, le dice mire necesitamos este documento por ahí tiene que se quedan retenidos mientras obtiene ese documento acá con la autoridad sanitaria que es Ministerio de Agricultura y Ganadería pues verdad y a través de nosotros acá como ventanilla, única ya que ese documento se registra en nuestro sistema y está vinculado a la operación de exportación en este caso al lado.

galleta de saladas o tienen y tienen algo? Perdón, perdón.

O cuántas empresas o si ustedes tienen el conocimiento, Cuántas empresas de este sector ustedes están trabajando actualmente o en el año, ¿Cuánto es y cuántas empresas de este sector exportan o si tienen el dato número? Ustedes han realizado algún tipo de investigación de este producto

en este caso como le decía desde el inicio es la emisión la expedición de los documentos necesarios para exportar los documentos aduanero los certificados de origen en el caso que somos porque hay ahí hay acuerdo comerciales para los cuales somos autoridad certificadoras el origen, Es un ejemplo puntual de eso es el acuerdo comercial que se tiene con la Unión Europea Reino Unido un acuerdo de alcance parcial, que tenemos con Ecuador verdad que somos autoridad certificadora de origen, es decir que los certificados para poder exportar a esos países, los amplificados de

origen tienen que llevar una firma de nosotros como autoridades certificador, pues básicamente ese es nuestro rol no hacemos nosotros como este mercado, vean y datos estadísticos los emitimos a solicitud de las mismas empresas que exportan a solicitud de estudiantes con ustedes, verdad que Información para su peso es decir quiero, eh, si yo quiero, eh, en mi trabajo de grabación proponer o hacer un plan de exportación para el producto que ustedes ya identificaron en este caso que son galletas verdad en esos casos es que vienen y nos solicitan estadísticas y esa estadística pues tienen un costo de un dólar más IVA por página

**pues para las estadísticas tenemos que ir de forma presencial a traerlas así
ex o podemos hacer de forma virtual**

fíjense que tenemos publicado en el sitio web [www.CIEX el salvador.com.tv](http://www.CIEXel salvador.com.tv) tenemos publicada, ya está solicitando las tenemos acá en servicios exportadores, no sé, ve la pantalla, Sí, sí se puede ver ajá exportadores entra ahí luego en servicios es exportadores, se va a solicitudes y acá es solicitudes tenemos la de información estadística ustedes la descargan.

de acuerdo a su interés, si lo quiere por países por productos no sé si ya tienen la clasificación arancelaria de la galletas que quieren exportar sí 19 de 0,5 o baja 90 90 0 0 es correcto y es el producto, ya lo tenemos nosotros registrado en el sistema incluso tiene asociado ya que bajo qué acuerdos o a qué países puede exportarlo y ya tiene vinculado sus certificado de origen, por ejemplo si deciden después de Panamá exportarlo a Estados Unidos saben que tenemos el Salvador Centroamérica tiene un tratado libre comercio, verdad con República Dominicana en Estados Unidos Centroamérica entonces de forma automática el sistema cuando ustedes registran la Duca D que en este caso como si estuvieran exportando para Estados Unidos fuera de la región centroamericana el documento aduanero que se utiliza en la Duca

Entonces ya vinculado a esa operación en forma automática se emite el certificado de origen para ese país y esto sí, para para Estados Unidos República Dominicana Chile México Colombia es el certificado de origen que se emite es auto certificable que significa eso que el exportador no requiere venir al sí tramitar una firma parece certificado de origen el exportador es él es el responsable del origen que hay declares y por ejemplo el importó esa galleta las trajo de China por ejemplo y le pone cuando esté registrando su duca d su operación de exportación le pone que el origen es El Salvador y cuando esa galleta y al país destino y dice ahí he hecho en chino y el apuesto que es definitiva y ha elaborado un certificado de origen puede tener problemas, Porque ha declarado un origen que no es en ese caso es el exportador el responsable de una auditoría de origen.

Que el país pueda verdad solicitarse en cambio con la Unión Europea por ejemplo que somos autoridades certificadoras en el momento que han exportador pueda tener una dificultad cuando su producto ingresa ya y una autoridad.

De digamos, por ejemplo, de Holanda de España o de Alemania diga tengo dudas sobre el origen de este producto o de la materia prima, porque yo sé que el Salvador no exportador de trigo por ejemplo y pide una auditoría de origen a posteriori y es que el producto ya está allá y ha sido reclamado la verdad la preferencia arancelaria, entonces en ese caso piden una auditoría y como CIEX acompañamos al exportador en poder responder es auditoría. Entonces esas son las diferencias de cuando es un certificado de origen bajo un TLC auto certificable y cuando es el CIEX funciona como autoridad certificadora.

Entonces hay veces acá en la solicitud.

Acá en la solicitó ustedes detallan, En este caso sería país Panamá productos galletas, salada código arancelario, el que ella tiene información adicional si ustedes

requieren medio de transporte, por ejemplo que se les detalle el medio de transporte o el valor o la cantidad en kilogramos nombres de exportadores no podemos darles con información de cuánto exportan por ejemplo, Pero si la información general de cuantos exporta a Panamá de ese producto porque medio, Qué cantidad en valor en kilogramos en valor y a ustedes la completan la firman la escanean y nos la mandan al correo así exportaciones@bcr.com.cb.

Aparte del del SIECA verdad que es una institución o un acuerdo que tienen en conjunto ustedes han trabajado con algunas otras instituciones panameñas

fíjense que no únicamente con aduanas de Panamá verdad en este momento como eh, Panamá se integró al Sistema de Integración Centroamericana después de que ya con Guatemala por ejemplo que fue el primer país con el que nos interconectamos luego con Honduras luego con Nicaragua y Costa Rica entonces con Panamá no tenemos ahorita una interconexión, es decir, la DUCA F que se registra en el sistema no viajan al sistema de la Aduana de Panamá entonces, Básicamente la relación que tenemos con la con la banda de Panamá es contar cualquier inconveniente que tiene el exportador o que en la elaboración del documento o cuando llega a Panamá por ejemplo, nos consultan algo esas en lo que nosotros hacemos como ventanilla hacer las consultas,

Considera Panamá con un como un país de difícil acceso para el producto nacional.

Hace una buena investigación del mercado, creo yo que no sería difícil puesto que no, no tenemos, que difícil el acceso ni tampoco estamos lejos con Panamá verdad, estamos cerditos, es un país cercano

cuáles consideras que es considera que son las principales discrepancias

entre Panamá y El Salvador aparte de que no se tiene lo que me acaba de comentar, verdad la información automática en línea, sino que tienen que llamarles o contactarlos a ustedes si algún problema pasase, pasa ya en Panamá otra discrepancia que podrían tener ustedes

básicamente ahorita solamente como con el abuse del Salvador no se tiene interconexión, eso significa que la operación no se le despacha y cuál es el beneficio de cuando se le despacha una operación, por ejemplo, que va para Guatemala como está muy interconectado, pero esa operación se registra en los sistemas de encía, viaja al sistema de la dirección.

La Dirección General de aduana del Salvador la despacha se llama nodo regional de la CIECA y la envían a la ventanilla de del país de en este caso de Guatemala que es la busca que es la ventanilla para la exportación de Guatemala entonces de esa forma que estamos interconectado de bienes, eh, la Aduana de Guatemala y devuelve los impuestos a pagar o sea una vez que ha sido aceptada por aduana del Salvador luego la hacía que la tele despacha la ventana y luego a la aduana entonces se obtienen los impuestos a pagar y esa es una ventaja para los exportadores salvadoreños porque desde el inicio saben qué impuestos van a pagar los pagos y pues verdad ya después Despachan sus productos, eh? Con Centroamérica pues lo único que se paga es el IVA verdad no porque tenemos la exportación se amparan a tratados General de Integración Centroamericana entonces es el nivel que se paga en esos países.

Es alguna barrera, no arancelaria que usted pero que usted considere importante que de destacar hacía de la exhortación del producto a Panamá

en ese que respecto a la galleta quizás una barrera, no arancelaria, que ellos pudieran, aunque no lo tiene ahorita y sé que no es, Digamos que de repente Panamá ustedes despachan el producto y ella me dice miren este producto requiere un

certificado fitosanitaria Porque a la galleta se le agregó albahaca, por ejemplo o se le agregó romero, o se le agregó este que podemos decir, pero hay algún alguna, Algún tipo de planta como que un ingrediente, verdad o el horóscopo por ejemplo, pero ese producto ya está procesado cuando ustedes se lo agregaron a la galleta, pues verdad ya va procesado y básicamente el principio de los certificados fitosanitarios para productos de origen vegetales que cuando el producto va fresco, verdad porque es susceptible La plaga entonces esa podría ser una barrera, no arancelaria.

Eh, alguna recomendación que ustedes nos pueda brindar como a nosotros como equipo verdad sobre Panamá como país y sobre la investigación algún otro enfoque que tal vez nosotros no hemos abordado

, básicamente como le digo para indicar los requisitos son menos porque pues no tenemos, un tratado de libre comercio distinto incluso, ¿eh? Cuando se firmó el acuerdo era el Tratado de Libre Comercio de Centroamérica Estados Unidos igual Panamá todavía no era parte o sea, el Sistema de Integración Centroamericana entonces, hay ciertos beneficios que no se obtienen porque hay mucho exportadores, que por ejemplo pueden traer la harina de Estados Unidos elaboran la galleta la exportan en un país de Centroamérica entonces y fácilmente cuando elaboran el documento aduanero la DUCA F pueden también en ese momento decir voy a emitir el certificado de origen capta y con ese certificado puede estar diciendo el producto y ha sido elaborado con una materia prima obtenida en un país parte de este Tratado de Libre Comercio entonces son de los beneficios que actualmente se tienen.

NOMBRE:



ANEXO B: entrevista a la Comisión Nacional de la Micro y Pequeñas Empresas

Entrevista a especialista en exportaciones de CONAMYPE W. Flores 6/11/2023

Muchas gracias, Primeramente, por el tiempo y la disponibilidad yo sé que siempre hay mucho trabajo que hacer cuando CONAMYPE tiene una gran inmensidad de empresas a las que apoya entonces quizás para aprovechar el tiempo, si gusta i

Iniciamos hablando por favor, sobre la institución, un pequeño resumen sobre lo que hace el área de exportaciones para con las empresas.

Bueno, CONAMYPE es la Comisión de la micro y pequeña empresa, ya tiene más de 20 años de existencia y su propósito principal es como bien, lo dice su nombre apoyar al sector MYPE en el ámbito de la unidad de exportaciones apoyen, el fortalecimiento de la pequeña empresa y a promover la oferta exportable a nivel internacional desde la preparación hasta su incursión en el mercado internacional y promover la oferta exportable no sólo a nivel centroamericano o Estado Unidos sino más bien en crear otros instrumentos de promoción como son las casas comercializadoras, eso es nuestra gran apuesta y nuestro principal modelo para promover la oferta transportable MYPE en el mercado internacional hablando sobre las casas maestra, Cómo funciona ese proceso. bueno, las casas comercializadoras son, están siendo representadas por salvadoreños que desde muy corta edad emigraron hacia diferentes partes del mundo, eh Inicialmente son contactadas estas personas por la embajada del Salvador a nivel internacional verdad por los consulados o por los consejeros económicos, inicialmente, hacemos una convocatoria en la cual damos a conocer el modelo, los representantes pueden ser personas naturales o personas jurídicas que posee una empresa legalmente constituida en el país destino es decir en las diferentes lugares internacionales donde estos se encuentren y desean poner al

servicio de la pequeña empresa sus empresas para apoyar en la promoción de la oferta exportable y de los productos y llevarla nostalgia de los salvadoreña en el exterior ok perfecto, pero igualmente este me imagino que también ayudan a un proceso regular de exportación y desde ese punto maestra, cuáles consideran

¿Que son los requisitos más difíciles de lograr para las personas que están buscando hacer exportaciones o internacionalizarse productos?

El adaptar los productos, las exigencias del mercado destino principalmente en lo referente a los a los alimentos, más que en otros sectores económicos los alimentos son los que tienen quizás los requisitos más fuertes más que los demás sectores económicos también recordemos que la MYPE tiene poca capacidad económica para poder realizar estas adaptaciones la pequeña empresa si tiene mucho más enfocada lo que es la inversión en la adaptación de los productos pero no la micro y a través de las casas comercializadoras y hemos podido apoyar a las empresas en la conformación de consorcio de exportación no como tal pero si el apoyarles medianamente agrupaciones de empresas para poder lograr la exportación a través de una empresa por así decirle a una empresa ancla,

¿considera que hay un rango mínimo de ingresos que debe tener una empresa para poder hacer este proceso formal por su parte?

Sí, por lo general si las empresas, quieran logrado exportar siendo micros por lo general tiene un ingreso anual de alrededor, unos 30.000 o como mínimo unos 25 mil dólares al año, pero tampoco es imposible que una de menor o cuantía pueda exportar verdad en menores cantidades, pero si lo hacen y de manera esporádica ok

¿hay algún proceso estipulado un proceso que deba de seguir este como un certificado que deba de cumplir para poder realizar exportaciones con enfoque a Panamá?

Claro, el Reglamento Técnico centroamericano, debe de cumplirlo en la galleta, verdad, galleta, correcto sigue el Reglamento Técnico centroamericano o que se incluya el registro sanitario y el registro importador y todo lo que tiene que ver con el reglamento de los alimentos, verdad que incluimos ahí lo que es el etiquetado nutricional del alimento de la galleta como tal.

¿la institución CONAMYPE este tiene alguna área o está apoyando algunas empresas que van dedicadas a ese rubro?

A la galleta como tal en específico a este producto, No, pero hacía los alimentos en conjunto, sí, nosotros les apoyamos desde la idea de negocio hasta el proceso de exportación, el proceso productivo la industrialización la calidad como etiquetar el producto como alcanzar la normativa ISO el Reglamento Técnico centroamericano que es lo que debe de contener el funcionamiento de planta como debe de obtenerlo la empresa, Cuáles son las instancias donde este debe de acudir para poder obtener los registros respectivos, entonces a todo ese proceso. Nosotros les apoyamos inclusive hasta en el desarrollo de la Duca es importante el tema de

¿con cuáles Duca debería de cumplir la empresa para el ingreso a Panamá en este caso?

la duca f y por supuesto el registro fitosanitario.

¿usted maestra La relación entre importaciones y exportaciones del sector panadería como lo evaluó a usted o cuál es su perspectiva sobre el punto ese punto importación vs exportaciones.?

Definitivamente nosotros importamos más de lo que exportamos nuestra balanza comercial es deficitaria en ese aspecto, por supuesto que nuestro país más que todo es importador antes que exportador y debemos de incentivar a las empresas para este proceso, la verdad no solamente con incentivos a la producción, sino que también

incentivos a nivel económico

¿Áreas de oportunidad que podría tener el sector de panadería usted cuáles cree que podrían ser como esos factores que hay que impulsar para que mejore?

Bueno, recordemos que en la panadería es un sector altamente con una alta oferta sin embargo, no todas las panaderías cumplen con los requisitos para la salida o la exportación de los productos, entonces podíamos podríamos decir que este producto tiene buena posibilidad de tener un potencial de exportación en el área centroamericana más no en cuanto a galletas en el área estadounidense porque en Estados Unidos hay una diversidad de galletas, aunque sí podría tener una alta demanda en el ámbito de la nostalgia de los productos nostálgicos, pero sí, en el ámbito centroamericano podría tener un fuerte potencial de exportación

¿Qué país se consideraba con mayor potencial de aceptación de las galletas de nosotros, verdad la producida aquí en el en el país?

De acuerdo a una investigación que nosotros hemos desarrollado en el ámbito de panadería, es una de las uno de los sectores que tiene un mayor potencial en el ámbito centroamericano y en República Dominicana más no Estados Unidos como le comento hay excepciones de ciertos tipos de pan como la semita y unos tipos específicos de pan dulce más no la galleta como le mencionaba porque la galleta si tiene una variedad enorme en Estados Unidos y unas marcas que ya son altamente reconocidas por este país que difícilmente pueden ser demandadas una nueva marca.

Sobre el transporte ¿cuál considera usted que es el medio más utilizado para que estos productos lleguen a países extranjeros referente primero a Centroamérica con este con énfasis en Panamá?

Centroamérica sería el terrestre

¿Qué tipo de dificultades se pueden encontrar los exportadores al llegar hacia Panamá?

Únicamente el no cumplir con los requisitos estipulados por el país siempre y cuando no se haya no se haya realizado la debida revisión de los requisitos de ingreso al país destino y a eso nos referíamos con el etiquetado nutricional y la adaptación del producto

¿cómo institución maestra ustedes han realizado hablando usted estaba hablando sobre una investigación este, pero que vaya enfocado al sector de panadería, no sé si ese a ese proyecto a ese tema nosotros podríamos tener acceso y cómo podría ser este.?

Fíjense, que eso es algo interno por el momento que no lo hemos todavía no lo hemos lanzado al público y ese proyecto se tiene pensado que salga para el resto del público la investigación o de momento se va a mantener únicamente para la institución en el momento únicamente para la institución ok perfecto.

Y ¿ustedes han realizado como institución este informe respecto sobre país respecto en este caso a Panamá? no sé si tienen alguno de esos al que podamos tener acceso sobre el perfil.

Sobre el perfil de Panamá como tal no porque los principales lugares o países de exportación donde dirigen la pyme sus productos son Guatemala Honduras Nicaragua Estados Unidos y México luego nos concentramos a Unión Europea Panamá es poco es poco exportado, la verdad de los productos internos, en el ámbito MYPE ok, pero si

¿Han trabajado con algunas instituciones del país ustedes??

Sí, claro, en ese caso maestra qué actividades han realizado bueno, nosotros tenemos una coordinación y alianzas con INVEST que antes era PROESA, no sé si

ustedes han escuchado de ellos, sí. también hemos trabajado con COEXPORT hacemos diferentes talleres capacitaciones foros enfocados precisamente a promover la cultura exportadora a nivel de la micro pequeña y mediana empresa así como también investigaciones verdad tanto de carácter interno como externo incluso algunas de nuestras investigaciones ustedes las pueden encontrar en nuestro portal exporta.sv, un fuerte punto s perfecto, ahí podríamos encontrar algunos de estos que vayan encaminados que vayan dirigidos a la República de Panamá por lo menos como tal como le mencionaba de Panamá no, pero sí, a los requisitos necesarios para la exportación de productos alimenticios como ingresar o cómo obtener el registro FDA cuestiones de ese tipo, mucho más generales.

¿Consideraría que panamá es un país de difícil acceso para el producto nacional??

No, es que sea de difícil acceso a la verdad, la cuestión es que habría que identificar cuál es el producto mayormente demandado por ellos.

¿Diferencia entre países este cuáles crees que usted o consideran las principales discrepancias que tiene Panamá respecto al Salvador?

Entre las principales discapacitas que podemos hablar se encuentra las diferentes diferencias culturales es una de las más marcadas sus gustos preferencias que, aunque si bien nosotros hablamos el mismo idioma la cultura no es la misma el tipo de cambio definitivamente, también los factores políticos nos afectan bastante y que tienen fuerte incidencia con América del Sur

¿usted gustaría añadir algo o alguna sugerencia o comentario que nosotros nos puede ayudar durante el proceso de este proyecto?

No, que ustedes únicamente se centren, no sé si su proyecto va desde si realizar el plan de exportaciones como tal, bueno recuerden que ahora no únicamente se tiene

que realizar el pago o no sé si habían visto esto del Duca sino también se tiene que hacer un pago en SIECA, ya lo sabían, ¿verdad? **No**, Eso no vaya también se tiene que hacer un pago en SIECA y este pago por cada Duca es de 3 dólares por cada exportación aparte de los impuestos que tienen que ver con los impuestos de rayos X y todo eso, eso comenzó desde en diciembre del año pasado y todo este año es obligación realizarlo. Esto es por tokens, no como tal se habla de dinero, sino que son tokens y cada transacción, vale un toque un token es equivalente a 3 dólares para que el exportador pueda enviar el DUCA a la Aduana de Centroamérica tiene que haberse registrado en la plataforma de sieca, para que ustedes lo tengan presente en sieca a ustedes de igual manera pueden conocer, sí, el Duca ha sido transferida a la aduana destino como únicamente conociendo el correlativo y el número de referencia del duca

ANEXO C: entrevista realizada en Embajada de Panamá

Objetivo: Recolectar información de la población panameña para evaluar su percepción sobre el producto galleta de soda y tener una evacuación general del potencial de aceptación.

Consejero económico Embajada de Panamá. J. Matal 14/noviembre 2023

solicitábamos es información sobre sobre el país sobre estructuras sobre qué se podría tener entonces para eso hicimos como una serie de preguntas que iniciaban con que

¿cuál es el enfoque principal misión de la institución y en sus principales actividades?

Primero que nada, la embajada y todas las embajadas de cualquier país en el mundo sirven o más bien, su nombre es una misión diplomática acreditada en el país de sector incluso nosotros somos una misión diplomática que tiene primero a la labor de Panamá acreditados en El Salvador por un periodo presidencial normalmente porque

es designado directamente por el presidente entonces este embajador puede ser designado al inicio del período durante y también podría ser promovido antes de el periodo siguiente normalmente cuando viene un presidente nuevo, un embajador nuevo cabe destacar que en este sentido hay embajadores de carrera y hay embajadores por designación presidencial, es decir, hay embajadores que estudian en la Academia de diplomacia de la Cancillería de Panamá y pues llevan todo un proceso de años para poder prepararse para ser destinados o simplemente puede ser designado presidencial y que buscan obviamente como algún tipo de perfil para poder llevar la misión dicho esto, entonces el embajador y el resto de la misión diplomática se encarga de las relaciones bilaterales o multilaterales con el país receptor aquí en El Salvador particularmente ahora tenemos una misión multilateral porque tenemos los países Salvador y tenemos al SICA la gente integración centroamericano y por ende pues lo convierte en una misión multilateral así como en Nueva York donde está la ONU en Bélgica y en cualquier otro país donde haya organismo multilaterales todas las embajadas tienen agregados esto agregados pueden hacer de varios tipos uno de ellos es el heredado comercial que sería el Lic. Enrique Duque, no sé si esta por acá, otros agregados en diferentes tipos según la misión los determine o lo necesita pueden haber agregados militares, agregado culturales etcéteras en mi caso particular yo soy consejero económico, eso no puede ser un poco distinta al agregado comercial porque además de ser el puente comercial entre Panamá y El Salvador también se necesita una asesoría de carácter económico para la firma de acuerdo presentaciones o acuerdos que se den entre partes ya sea privadas o estatales y que tengan que ver con la política económica del país, es decir digamos que el garante de que la política económica. el presidente o el gobierno se lleve a cabo de manera adecuado o correcta y también fungir como apoyo en la gestión comercial y económica entonces, pues nosotros lo que

hacemos es en conjunto con el agregado comercial es facilitar las exportaciones de Panamá hacia El Salvador la inversión extranjera directa El Salvador o cualquier otro organismo que esté aquí hacia Panamá y también como guía para en caso opuesto, es decir, los que quieran exportar hacia Panamá y también inversión panameña que quiera venir al Salvador y pues también con todo lo que tenga relación con organismos multilaterales las SICA que estamos teniendo acuerdos de carácter económico con toda la región. Perfecto entonces y qué bueno, porque, o sea, por ese lado más o menos va nosotros pensamos plantear una guía que ayude a las personas que producen bueno en este en esta ocasión a nosotros se nos asignó el producto que nosotros tenemos que investigar entonces ahorita estamos como trazando un camino que debería de ser el adecuado o el más no sencillo, sino que algo que recoja el resumen de lo que debería de hacer poder llegar nosotros como país con ese producto hacia Panamá entonces algunas preguntas van respecto a cultura o al tema así usted cuando lo recibe allá en qué lugar recibe, o sea, como sea en la capital perfecto. Entonces

¿Me podría hablar un poquito sobre la capital?

La ciudad de Panamá primero que nada es un distrito que es municipio que lleva el mismo nombre de la provincia que a su vez lleva el mismo nombre que el país en el interior de Panamá viven un poco más de 1.3 millones de personas lo que lo hace la ciudad/municipio mayormente poblado en densidad como lo es cualquier capital del mundo en esta ciudad se encuentra la mayor parte de sedes principales de empresas multinacionales emprendimientos o pequeñas empresas, así como también las ciudades principales de las oficinas estatales caso particular de no solo de la ciudad, sino de Panamá como tal el país es multicultural y nosotros le decimos una ciudad cosmopolita porque tenemos con muchos residentes o descendientes de extranjeros viviendo en Panamá tienen mucha una comunidad afrodescendiente y que se acertó el país desde

1903 incluso mucho antes para la construcción del canal también hay la población aborigen u originaria que además de estar asentadas en sus propias comarcas o regímenes especiales también están insertas en la capital o en cualquier otra cualquier otra ciudad tenemos digamos así las personas descendientes de los criollos que eran españoles aceptados en el país antes de tiempo en la conquista y tenemos la comunidad china también con la comunidad de Oriente Medio muchas comunidades estadounidenses también que asentó para y la construcción del mismo entonces una sociedad muy variada, tenemos una economía dolarizada también facilita, por ejemplo la comercialización entre Panamá y del Salvador porque es la de las únicas economías dolarizadas de Latinoamérica tenemos el Canal de Panamá que está justo en la ciudad una parte de él la otra oferta está en la parte norte que es la provincia de Colón estuvo esto está del lado Pacífico lo que hace también que haya mucho comercio alrededor porque hay muchos puertos muchas actividades económicas que van en torno al canal toda una economía que gira en torno al canal el turismo, entonces además de ser una ciudad multicultural también es una ciudad con un comercio bastante diverso, puedes encontrar desde una tienda de abarrotes hasta una tienda especializada de servicios de seguridad por ejemplo en Panamá también está en el centro de la ciudad está el centro financiero que es el centro financiero más grande de Centroamérica donde tenemos más de 60 instituciones financieras prestados servicios entre bancos financieras cooperativas cajas de ahorros Servicios Periféricos etcétera, entonces hace de que haya personas que trabajan desde salario mínimo hasta las personas con un ingreso mensual superior a los 5.000 dólares, entonces es una población bastante diversa también a nivel económico hay muchas oportunidades siempre y cuando se busquen la o se investiguen, pues las condiciones comerciales adecuadas para insertarlo y demás entonces creo que eso podrían ser el resultado la ciudad de Panamá tiene la facilidad de que tiene tres

líneas de metro la última está en construcción nos facilitan mucho el transporte y la movilización tenemos un sistematizado que se llama Metrobús en el cual las personas van a través de tarjetas ya no se paga directamente a los conductores y esta misma tarjeta también sirve para el metro es una especie así de Nueva York a menor escala y también esta misma tarjeta permite hacer el paso de las cómo te digo de algunas estaciones de cobro en la terminal de transporte que permitan ir entonces al interior del país ya para el interés del país y hay que comprar para saber diferente en otros 500 pesos y tenemos zonas francas, dentro de la ciudad zonas especiales que no es lo mismo tenemos regímenes especiales también para seres desprecias multinacionales, tenemos facilidades también municipales es decir entre las cuales los mismos municipios, tienen facilidades o generaciones de impuestos para ciertas actividades económicas es una ciudad que también tiene la particularidad de estar conectada con la zona hotelera más grande de la de la ciudad o del país permite hacer eventos cualquier otro tipo de estos de estas actividades que requieran muchas personas tenemos el centro de comisiones más grandes de Centroamérica recientemente fue inaugurado y digo recientemente porque son dos años en donde se hace ferias internacionales y que son vitrinas comerciales para dar a conocer los productos o también para ofrecer facilidad de cualquier actividad de compra o venta puesto nosotros hace poco estuvimos viendo sobre el Expo comer que también sé que se desarrollaba en ese mismo lugar, así que encima un poquito bastante este luego tenemos una pregunta que

¿cómo describiría, o sea, al panameño promedio.?

El panameño promedio, es una persona muy trabajadora, muy consciente de las bondades que tiene a pesar de que somos una nación somos una nación que obtuvo su completa soberanía de hacer muy poco desde 1977 que se firmaron estaban perdiendo que sacan lo que es la administración estadounidense del canal y ya podríamos decir

que digamos de manera muy popular, se sabe que obviamente somos soberanos de 1903, pero que la verdadera soberanía está desde 1977 el panameño promedio es una persona también muy fiestera, tiene muy arraigado este tema cultural es muy importante de todo lo que son las ferias y festivales del interior del país pero muy arraigado a sus costumbres tienen muy tiene mucha incidencia de países amigos extranjeros como lo es propiamente Estados Unidos y China Israel países también árabigos del Sur también tenemos muchos colombianos dominicanos también de Centroamérica bastante venezolana también con todos los las migraciones que se han dado desde hace mucho tiempo. Entonces creo que tenemos una combinación y creo que es una persona también muy dada a la vida o al apoyo puede que haya alguno que otros panameños que de repente sus costumbres no parezcan estar alineadas con todo esto, pero en su mayoría o en su promedio, si son bastante dispuesta a ayudar y actitud de servicio y

¿cómo consumidores como consumidores?

cómo te digo, hay una, hay un mercado bastante interesante porque ahí desde personas que viven el día a día, pero también hay una incidencia muy grande de Mucho poder adquisitivo en Panamá también está hay un gran una gran incidencia de clase media que son las personas que viven obviamente arriba del salario mínimo y pueden tener un gasto promedio por ahí probablemente de 1500 a los dos mil dólares mensuales también es una persona que le gusta intentar cosas nuevas, eso es creo que interesante para productos nuevos productos que ofrezcan también un valor agregado, pero siempre está muy interesado por el valor agregado. Ok es como que ok sí, listo me vas a vender un carro pero que debe tiene que ya yo no haya visto ok que otra cosa mejor que tecnologías nuevas como esto me va a servir, cuánto tiempo me va a durar según un consumidor muy informado y eso es creo que producto de todos estos toda esta incidencia cultural que hemos tenido por años también hay muchas

regulaciones que hacen que también está informado.

cumplir con una con ciertos requisitos de empaque también hay otros incentivos para para productos que tengan menor digamos menor cantidad de azúcar añadida, menor dieta calórica etcétera entonces en general bastante informado y que al mismo tiempo tiene el poder adquisitivo para adquiriendo, Y hace poco mencionó lo de la diferencia entre las zonas francas y las libres, a qué se refiere con eso, las zonas especiales, por ejemplo la zona del saber, para organizaciones sin fines de lucro, está dentro de la zona canalera de Panamá y fue una iniciativa de carácter privado que sobre todo que se convirtió en una organización y ellos administran gran parte del territorio que está contigo a las esclusas de Miraflores del Canal de Panamá eso es lo que hoy en día se llama Clayton que era una zona residencial militar, ahí vivían los soldados y también gran parte de los estadounidenses que trabajaban dentro del canal o de la construcción o la administración del mismo al hacer la reversión de estas zonas a Panamá luego de los tratados Carter estas son entonces a través de la Ciudad del Saber se convierte en una zona más que nada educativa, ahí hay muchas universidades extranjeras también hay oficinas de organismos multilaterales como la UNESCO la ONU etcétera y qué goza de ciertos beneficios fiscales no pagan impuesto sobre la renta tienen ciertas facilidades ya que los edificios ya están contruidos eran los que ya habían dejado los Estados Unidos y se le ofrece un tratamiento especial para la inserción de esas actividades, entonces, eso es una zona especial porque no fue concebida para comercializar productos es decir, no fue hecha para que llegar y se insertar a una empresa para vender productos, pero si cosa de los mismos beneficios fiscales que una zona una zona franca, se tiene por ejemplo la zona libre de color lugar que se fue concebido para albergar y sí, el almacenaje y distribución de productos que no necesariamente se venden hay personas o hay empresas que adquieren productos de

China simplemente lo almacenan ahí dentro de unos pocos días por semana y automáticamente de allí se venden a otro país, eso evita la nacionalización del producto y también evitando el pago de impuestos y obviamente se venden al mismo precio o algún precio que él empieza considere para exportarlo entonces esto es una gran zona de reexportación porque obviamente tiene sus beneficios fiscales del mundo pago de impuestos sobre la renta, pero fue concebida para la comercialización otra cosa, completamente diferente a lo que es la zona del saber que es una zona más que nada académica, por su parte

¿cómo describiría usted a un salvadoreño promedio como para encontrar las diferencias?

Creo que no tenemos muchas diferencias, porque a pesar de que hemos pasado por procesos sociales, completamente diferentes pertenecemos a una misma región y nos une el hecho de ser centroamericano a pesar de que Panamá siempre ha estado más ligada al sur pertenecemos al Sistema de Integración Centroamericana y eso nos une cada vez más como integración en el aspecto centroamericano y República Dominicana que uno no fue creo que es el salvadoreño una persona muy servicial muy amable, creo que de hecho un poco más amable que en Panamá y que creo que también tiene esa parte cultural muy arraigada de sus raíces originarias, estaba muy apegado a lo que es la comida que está que heredaron de sus antepasados originarios de la región inclusive todavía hace poco me sorprendí que todavía se comen muchos en las zonas rurales o en las zonas del interior muchos productos que venían de la cultura maya para mí eso fue increíble porque eso pasó hace muchísimo tiempo entonces eso y creo que también es una persona muy cuidadosa y también al mismo tiempo creo que parte de los efectos sociales que ha sufrido por años, pero eso no lo hace, digamos una persona temerosa, sino más bien es como ok tengo cuidado, pero al mismo tiempo estoy abierto a confiar

en las personas en ser serviciales en abrirse, creo que tenemos niveles de incidencia económica, totalmente distinto naturalmente tenemos y hemos tenido el efecto del Canal de Panamá y otras zonas especiales El Salvador por su parte depende en gran mayoría de los tributos que se están a través de la empresa privada de la inversión que se hace de manera pública o en relación con la cooperación internacional, pero al mismo tiempo también está muy ligado al a la cultura estadounidense hay muchos han emigrado a Estados Unidos que son los conocidos como hermanos lejanos y ellos también han como que esa incidencia de muchas cosas, por ejemplo aquí en El Salvador hay pizza Hub que es una cadena de Estados Unidos y de hecho en Panamá ya desapareció porque se lo fueron comiendo como decimos en manera muy jocosa, otras ofertas gastronómicas más especializadas, por ejemplo las ofertas italianas Griegas y demás que fueron haciendo que esté restaurantes de comida rápida, si fuera achicando, por ejemplo el Denis, en Panamá no hay Dennis entonces por eso digo que tiene mucha incidencia la parte estadounidense y también de otros países tienen apoyo, campero que es de Guatemala tiene San Martín que también es de Guatemala es como una combinación no hay cosas nacionales, pero también de fuer también perfecto.

¿Cuál considera usted que es el punto de llegada de los productos extranjeros en Panamá, o sea, cuáles sería el punto principal?

Bueno hay 2 están los puertos de pacífico, que son principalmente Cristóbal, y están los puertos de la zona atlántica en la parte del Caribe entonces en la parte del Pacífico llegan todos los productos evidentemente del lado pacífico de la costa oeste de Estados Unidos México Centroamérica precisamente de Guatemala El Salvador una parte de Honduras, pero más que nada de Nicaragua Costa Rica y obviamente la parte sur Chile Perú y tiene la parte atlántica que es de donde vienen todos los productos de Europa y los productos también de la zona asiática a través de este océano llegan al

Canal de Panamá y de ahí se distribuye a todos lados. Esos son los dos principales puertos de entrada porque claro, a nivel marítimo y movimiento de carga es mucho mayor que terrestre o aérea a nivel terrestre el mayor puerto de entrada espacio Canoas que es la frontera de Panamá con Costa Rica entonces por ahí viene todo lo que es el transporte terrestre que viene de Centroamérica también de México una parte y por último la parte aérea la parte aérea también es utilizada menos porque es mucho más costoso, pero creo que también fue interesante el uso de la de la parte aérea cuando tuvimos hace unos años el tema del atasco del canal de Suez que hizo que marítimas atrasadas por mucho tiempo y también cuando ahora estamos viendo el tema del canal de Panamá con menor cantidad de agua sigue funcionando naturalmente o normal sus operaciones solo que se está disminuyendo la cantidad de barcos diarios por el uso de los lagos artificiales el canal de Panamá jamás ha estado en peligro ni crisis de dejarla funcionar solo reducido la cantidad de barcos por día para evitar que el uso del agua sea un problema mayor. Entonces creo que en ese orden y cuál considera usted que

¿cuáles considera que son las mayores dificultades que pueden enfrentar los productos un salvadoreño para el ingreso a Panamá?

La principal barrera que impronta mejor llamada la oportunidad es la culturización del producto la cultura de la cultura gastronómica y la ingesta de ciertos ingredientes en El Salvador es diferente a la de Panamá entonces bajo ese concepto bajo esa premisa habría primero que culturizar a la al consumidor panameño, si es un producto netamente nacional es decir que tenga ingredientes que solamente se consiguen acá para que el panameño se acostumbre primero a esos productos, pues esos ingredientes y combinarlo con una campaña agresivas de mercadeo para dar a conocer el producto, esa es la primera barrera, Por ejemplo, aquí hay cosas que en Panamá no consumimos o que no existen o que también tienen nombres diferentes de la primera te

pongo un ejemplo. el loroco en Panamá no se consume, ni crece ni siquiera pero por ejemplo tienes por ejemplo el alcapate que nosotros le decimos culantro muy bien exactamente la misma hoja, pero evidentemente sí al principio ingresas como productos y dentro de los productos pones que su ingrediente es alcapate, el panameño no va a saber que es entonces creo que habría que hacer esa investigación de qué productos o qué ingredientes Si están y que no están cuáles son sus ya sea beneficios sabores, etcétera y a través de pruebas de sabor, creo que el panameño puede irse acostumbrando para mí y a nivel de bueno usted que se encargado del área había una pregunta que está relacionada con exportaciones e importaciones,

¿que cuál es la labor que realiza la embajada del Panamá en el país para incentivar o cuál es su proceso de intermediario?

la podemos dividir en dos actividades por decir así la primera es a través de misiones comerciales en conjunto con otras instituciones que la principal sería pro Panamá que es la autoridad de promoción de la exportación y la inversión extranjera directa se suelen hacer como mínimo una misión comercial por país al año en donde viene una delegación de propanona En conjunto con otras instituciones si es la coyuntura y se promueve entonces las exportaciones de productos y se promueven también los beneficios de la inversión extranjera directa hacia panana,

ellos también Funes como como fuente de seguimiento para los puestos es decir si hay productos salvadoreños que quieren ingresar a Panamá, las instituciones, los requisitos, se deben seguir para concretar comercialización o que haya inversiones extranjeras de Panamá hacia El Salvador y yo también termina siendo el puente junto con la embajada, la embajada viene siendo el punto inicial de contacto es por ejemplo, si alguien quiere exportar algo Panamá tiene primero buscaré información a la embajada y conectamos con propaama y ellos continúan su proceso nosotros somos el

filtro la primera puerta la primera cara del país, por ejemplo, hay un producto que de repente sea mejor hacerlo a través de un representante o un distribuidor en Panamá o bien que pueda establecer una operación en Panamá y entonces importarlo como el producto propio que también se pueden hacer, son dos modalidades en distintas, pero nosotros aquí en esta Embajada deberíamos brindar esa guía y viceversa no, si viene alguna algún empresario que quiera hacer negocios con El Salvador lo más correcto puede hacerlo de manera directa, no pasa nada de manera directa pueden contactar a otros representantes en El Salvador privado y hacer el negocio directo, pero siempre se recomienda hacerlo a través de la embajada porque tenemos un mayor contacto con las autoridades locales, podemos hacer investigaciones a través del agregado comercial o el Consejo Económico etcétera, etcétera por ahí, va La función entonces diría en forma de resumen sería si alguien quiere hacer ese proceso venir acá comunicarse con me imagino que con su persona y tratar de hacer como el enlace entre la empresa acá con su punto de partida a través de su persona o el agregado comercial Enrique Duque perfecto tenemos y para conocer el país, qué información podría darnos la o sea como que si

¿tienen algún cúmulo de información que sea digamos esto es todo sobre Panamá o las principales cosas de Panamá o investigaciones que hagan la institución que podría brindarnos a nosotros como para conocerlo?

Un poco más específica si me dices por ejemplo conocer el país de manera comercial y económica la principal referencia que tiene que tiene que ser o que le puedo dar es propanamá la vitrina o comercial de Panamá de hecho propanama tiene una plataforma que se llama Panamá Explorer que es un mapa interactivo que te dice en qué zonas está en la mayor cantidad de empresas se divide por rubro por industria por fracción arancelaria con cantidad de empleados ese mismo Panamá Explorer te da

también un análisis de densidad de población de análisis económico por zonas donde está la mayor o menor cantidad de salarios mínimos porque el salario mínimo para más se divide por regiones no es el mismo salario mínimo en provincias centrales, que en la capital, entonces esa plataforma es lo más denso y lo más específico para entrar en materia de conocimiento comercial de Panamá luego está también el intelco que es inteligencia comercial adscrito al Ministerio de Comercio e Industrias Intelco es una plataforma también interactiva que permite ver datos específicos de exportaciones importaciones inclusive puertos de entrada fraccionadas el área crecimiento año con año oportunidades tanto de importación como de exportación requisitos también eso si queremos ir como que punto por punto no, pero propanama siempre va a conectar conectado con todas las demás instituciones con aduana con el Ministerio de Comercio de Industria con el Ministerio de Economía y Finanzas con las zonas especiales con las zonas francas inclusive también con productores directos en caso de que alguien quiera importar a El Salvador algún producto panameño lo hacen por medio de propanama ellos dan los contactos y ellos los canalizan y ya quizás en el tema de galletas y qué marcas así en general es ahí fue una pregunta como para tratar nosotros de conseguir información que por otro lado nos ha costado un poquito este

¿qué marcas de galletas saladas considera que son las que están mayor posicionadas en Panamá?

bueno, es una pregunta bastante subjetiva pero como consumidor podría decir que una de las marcas mayormente profundidad es una nacional, galleta pascual, bueno de hecho es una marca que tiene muchas variedades y esta es la variedad de Galleta de sal, que se llama así galleta de sal, pascual, está también ellos tienen una versión de galleta de soda tienen sorbetos tienen galletas dulces con relleno de diferentes sabores y creo que es una de las marcas mayormente consumidas y luego está las importadas

que son las de, nabisco por ejemplo por ahí está una que se llama club Max es azul con rojo, una que es azul con celeste, de esa no recuerdo el fabricante, esas son las que podría decirte, Y bueno, y como están posicionadas, digamos

¿dónde usted podía adquirirla y más o menos en el aproximado del precio que tienen esa galleta para allá?

deberíamos aproximado porque no tengo mucho tiempo fuera de del país y dos no soy tan consumidor de productos, de galletas en general, de confitería, pero primero las galletas están en todos los puntos, farmacias, supermercados kioscos minisúper tiendas de conveniencias tiendas abarrotes inclusive dentro de los centros comerciales hay en tiendas de ropa un anaquel cerca de la caja con un producto esto que se combina con eh, aguas jugos medianas bebidas energizantes,

isotónicas como Gatorade, Powers etc. y te puedo decir que por un aproximado con mucho tiempo que no los consumo porque un aproximado una galleta de un paquete de galletas de 8 unidades redondas podría estar por ahí como entre los 45 o 60 centavos perfecto y como consumidor no? Bueno no como consumidor, sino que en el ámbito más de complementación de otros productos a qué platos considere usted que es como delegada el tema de la galleta de soda o

¿cómo se consume la galleta de sol en Panamá?

Como consumidor te podría decir que es más mayormente utilizada en acompañamiento para ceviches para dips o aderezos y también para consumo casero por ser un producto suplementario a las tostadas o al pan o a las tortillas no requiere refrigeración tiene un periodo de vencimiento mucho más largo que una tortilla, por ejemplo, el mismo pan puede ser un complemento o un suplemento más bien de esos productos y

¿usted conoce marcas de galletas saladas del país? y aquí sí, no recuerdo los

nombres, pero siempre hay una que pone con los ceviches en los restaurantes, son cuadradas realmente vienen como 8 unidades también creo; es cierto. Mencionó que las galletas allá eran redondas las saladas, no, no está el paquete opción cuadrada como la de acá, en Panamá si hay, pero son más populares las redondas, primero por ser producto panameño te decía el tema del diferenciador a ella le gusta el producto diferente que tenga que ofrezca algo ya sea valor agregado o diferente a lo que ya está acostumbrado a comprar entonces hay muchas galletas saladas o de soda cuadrados, creo que es la unca diferente,

¿Qué percepción tiene de los productos de galleta de acá?

Yo creo que también lo puedo percibir como un producto complementario pero a diferencia de Panamá no lo veo como producto sustituto, muy poco he visto personas desayunando, en Panamá si y creo que más que nada en los renglones económicos por debajo del promedio por decirlo de alguna manera porque son más económicos que el pan más económicos que otros productos que se pueden utilizar como carbohidratos acá creo que también por un tema cultural El Salvador más acostumbrados a la tortilla de las pupusas, a los frijoles muy poco al plátano, pero no nunca lo he visto como un sustituto de pan, creo que allí hay una diferencia si lo veo como un producto complementario para los ceviches para los vips, aunque muy en relación con en digamos que en el mismo nivel que los nachos para aderezos, y

también muchos vendedores ambulantes también tienen productos de galletas y demás calles para ser como un snack una boquita así rápida aquí así lo percibo bueno, aquí hay dos empresas que digamos que son las más fuertes en el área de galletas en general galletas, pero la galleta sabe también que esta Lido y molsa, digamos que son de las empresas que más representativas.

¿no sé si conoce o si las ha visto a nivel de empaque?

De fabricante no me suena si de repente me dices alguna de las marcas que tiene probablemente, o sea, cocktail, si, que es azul, y el casino que es semi transparente, la he visto que la sirven como complemento a los ceviches, perfecto y bueno, es que tendría que mostrarla para que tratar de ver qué opción es como más atractiva ahorita vamos a ver esta es la opción cocktail, esta es la producida por molsa en el país y tenemos la otra que se llama esta presentación cambio, eso en la que es semitransparente en una esquina, entonces le mostré un azul que se llama cocktail, y esta que es la casilla y

cuál sería para ser más atractiva.

Creo que por costumbre la primera

¿El producto nacional de galleta considera que podría tener alguna ventaja competitiva en Panamá?

creo que depende mucho del de las características del producto tanto en contenido como en precio, pero en Panamá hay mucho mercado para todo tipo de productos el detalle sería tener una estrategia adecuada para la introducción del mismo, si por ejemplo van a entrar en un rango de precio que está por debajo de la que tenga la mayor participación del mercado muy probablemente tenga más éxito en los en la zona o en los lugares de venta que tengan ese tipo de atractivo precio si van a introducirlo como como principal característica o beneficio es un tema nutritivo, entonces ya hay que buscar otro tipo de establecimientos para venderlo o cualquier otro tipo de estrategia, por ejemplo, ya se podría ir directamente con los nutricionistas para promocionarlo con los con las instituciones de salud ya sea médico y demás, pero creo que sí tendría oportunidad. Vamos, ok perfecto este la última quizás las últimas preguntas fueron encaminadas, sobre todo a tratar de ver un punto de vista de alguien de Panamá porque estábamos tratando de recopilar algunas encuestas, pero ha sido un

poquito complicado. Entonces no sé si podrían ayudarnos, no sé si ahí es correcto, pero es para solamente para enviarles un enlace de una encuesta y que nos ayuden a llenarla, Ok si me las mandas, sí me dice dónde, o sea, tienes un enlace. Sí, correcto a la chica de recepción ok tal vez al correo.

sería de verdad muy genial porque de las cosas más complicadas ha sido tratar de encontrar panameños en el país o gente que conozca gente de Panamá

Nosotros tenemos un grupo de WhatsApp también de todos los panameños que vive entonces, ay, ese número aproximado sería bueno, dentro del grupo de WhatsApp son solamente 60 y algo, pero perfecto.

En Panamá tenemos perdón en El Salvador ahí aproximadamente 187 panameños registrados perfecto, yo creo que eso sería todo digamos que agrandar algo de lo que necesitábamos y sobre todo también el tema de aceptación del producto, porque esa era el área en la que estamos poquito así, pero no nada más agradecerle por el tiempo y por la disponibilidad

ANEXO D: entrevista a Corporación de Exportadores de El Salvador

Nombre:



Nosotros lo voy a explicar un poco del trabajo, que nosotros estamos haciendo en nuestro trabajo de grados trata sobre exportar en específico un producto en este caso sería galletas de Saladas a Panamá nosotros, como grupo nos hemos acercado a su identidad primeramente para saber un poco del trabajo, que ustedes hacen con los exportadores dentro del país, Ya que tipo de rubros ustedes se dedican en este caso empresas grandes medianas o pequeñas, Otro tema que nosotros quisiéramos es saber es un poco si usted tiene cierta información o sobre el número de exportadores de ese

producto a Panamá pero

sí gusta iniciemos si gusta me puede hablar un poco de trabajo que ustedes hacen como como entidad a las empresas y el apoyo que ustedes les brindan.

COEXPORT Es una organización sin fines de lucro, somos una asociación corporación de exportadores del Salvador eso quiere decir que nosotros aglutinamos como parte de nuestra membresía a todo el sector privado que se dedica a la exportación o que está interesado en internacionalizarse porque hago estas dos categorías porque nosotros dentro de nuestros miembros, no solo tenemos exportadores, sino también tenemos empresas que están en ese camino a exportar y en ese sentido nosotros tenemos tanto pequeñas como medianas como grandes empresas tenemos empresas que venden a nivel nacional, e internacional y empresas que están dedicadas únicamente a la exportación.

En cuanto a los sectores tenemos diversidad, tenemos agroindustria, alimentos y bebidas Químico Farmacéutico plástico calzado, papel y cartón manufactura varias como puede ser microprocesadores que hacen en zonas francas y la gente de ABX exportadores de servicios como Teleperformance incluso empresas que brindan servicios a las empresas exportadoras como pueden ser entidades financieras, empresas logísticas que básicamente no es que den un producto Perseo un servicio persevera a exportación, sino que sirven a las empresas exportadoras entonces le diría que dentro de la membresía de COEXPORT están aglutinadas las empresas que representan más menos el 60% de las exportaciones nacionales.

Y dentro de nuestra membresía, hay alrededor de 300 poquitas más empresas sin embargo tenemos un registro de 2000 empresas que exportan activamente entonces

ahora voy a otro punto que es que usted nos comentaba de cómo apoyamos nosotros esas empresas. Nos basamos en cuatro áreas, La primera es que representamos ante el gobierno Organizaciones Internacionales y Cooperación Internacional e instancias regionales e internacionales a todas las empresas exportadoras del Salvador o sea, COEXPORT es el referente de los exportadores del Salvador para hacia afuera y ante el gobierno, ese es no dos es la promoción comercial En cuanto a esta materia, nosotros desarrollamos diversas actividades como feria ruedas de negocio, tenemos visitas con compradores a los que les organizamos hacer match con empresarios salvadoreños, digamos que esa es como la promoción comercial, además que hacemos un trabajo bien fuerte con los consejeros económicos comerciales, que están delegados en diferentes países, donde tenemos representación diplomática a través de la Cancillería de nuestro país trabajamos bien en de la mano con el Ministerio de Relaciones Exteriores en cuanto a la búsqueda de oportunidades en los países en donde ellos están delegados y poder vincularlos aquí con la oferta exportable nacional eso lo hacemos dentro de la promoción comercial también tenemos asistencia técnica y gestoría que esas son como dos ramas hermanas, pero a la vez no.

Este, por ejemplo COEXPORTs, da el servicio de gestoría en cuanto a temas fiscales legales todo lo que tiene que ver con la tramitología del proceso exportador a nuestro socios y eso está encargada la Gerencia Técnica y entonces cualquier tema DE traba permiso proceso ante las instituciones nacionales lo ve la Gerencia Técnica y luego la otra área, la asistencia técnica es por ejemplo, si hay una empresa que le dice yo estoy exportando la región centroamericana, pero ahora quiero exportar a Estados Unidos y quiero prepararme para eso, a esa empresa se le da una asistencia técnica en el que en la que se le habla de la etiquetado que tiene que tener el producto, cuáles son los cumplimientos que debe tener su proceso de producción para poder exportar el

producto de Estados Unidos cuáles son los requisitos legales es más la asistencia técnica es más un programa especializado según las necesidades que tiene la empresa y por último pero no menos importante tenemos un programa bien fuerte de Formación Profesional la cual hasta la fecha la hemos trabajado bastante con el Instituto de Formación Profesional que es INSAFORP y a través de él capacitamos a los colaboradores de las empresas en diferentes áreas en inocuidad en temas bien técnicos o bien generalizados como costeo de exportación en la promoción internacional como participar en ferias, entonces tenemos todo un programa que desarrollamos a lo largo del año en el tema de la formación profesional.

Ustedes tienen una relación por lo que me menciona en mi caso en el tercer punto ustedes tienen una relación muy estrecha con el centro de trámites, verdad de exportación el CIEX aquí en El Salvador.

corresponde con la Dirección General de Aduanas con la Dirección General de Impuestos Internos con el Ministerio de Economía con la Dirección de Administración de tratados y acuerdos comerciales, tenemos una relación bien estrecha con diferentes áreas del del con la Dirección de Promoción Económica de Cancillería tenemos relaciones con diversas entidades del gobierno de las que trabajamos directamente y de la mano con ellos.

cuáles usted considera que son como los requisitos más difíciles que ven los exportadores o que lo que los desmotiva a la hora de continuar el proceso de exportación o dentro de este de los socios que ustedes tienen se puede decir así y cuáles son las principales desmotivaciones

El tema con el proceso exportadores que las empresas deben de tener clara que

como que como lo dice es un proceso, no es yo quiero vender mi producto mañana en Guatemala y mañana tengo mis productos en Guatemala sino que cuando lo quieres hacer ya de forma formal, o sea, hacerlo ya como todo el proceso legalmente y tal cual tienes que tener que cumplir ciertos requisitos y a veces para cumplir esos requisitos no es que las empresas estén tan distanciadas, pero sí hay que ordenar la casa y en ese ordenar la casa es donde a veces las empresas a veces no tienen el recurso, llámese tiempo o llámese económico o llámese compromiso para llevar a cabo el proceso internacionalización porque si te voy a decir que por ejemplo hacer un proceso de exportación a la región es mucho más fácil que hacer un proceso de exportación a Unión Europea Estados Unidos Canadá otros mercados, que tienen muchísima más reglamentación que cumplir entonces básicamente a veces lo que falta es compromiso porque no es solo decir sí quiero llevar mis productos a tal mercado, sino adquirir el compromiso para hacer todo el proceso para estar listo para llevar mis productos a ese mercado

dentro de todas las empresas, cuál es el mínimo el rango de ingreso mínimo que tienen las empresas que están dentro de ustedes o que exportan

No, no tenemos rango. Te digo por qué porque tenemos empresas incluso que de artículos hechos a mano que nosotros decimos artesanías nacionalmente, pero internacionalmente se conocen como artículos hechos a mano que pueden ser decoración, pueden ser artesanías, pueden ser confección y de prendas de añil, por ejemplo de prendas bordadas esas son empresas pequeñitas, no son grandes empresas cuando la gente piensa en COEX por creer que nuestra membresía sólo son los grandes Diana BOCADELLI hilasal y por eso te mencionaba que representamos el 60% de la exportación, pero además de ellos también tenemos empresas pequeñas que están más

dedicadas a estos rubros o a pequeñas industrias por ejemplo, que no necesariamente son tan grandes y sí, creo que cuando se piensa en COEXPORT nuestras ferias más importantes es New Word Kraft, que es una feria del sector hecho a mano que se hace en Guatemala es una feria que en cada edición nosotros nunca faltamos porque para nosotros es un sector bien importante que aunque no produzca un grandes montos de exportación es un sector que a nosotros nos gusta impulsar y dentro de por ejemplo, las más grandes que son alimentos manufacturas industriales que son como las empresas que más resuenan a nivel nacional, hay de esos mismos rubros empresas que están como más pequeñas o quizás tienen un más perfil nacional que también son buenos exportadores y que también apoyamos incluso nosotros trabajamos bastante con el apoyo de USAID por medio del proyecto de competitividad económica que ellos han estado impulsando que ya este año se termina pero entiendo que vienen con una transformación, pero siempre el mismo del mismo eje de apoyar a las empresas y esta es una institución que normalmente apoya medianas a pequeñas empresas no apoya las grandes empresas y nosotros casi en todos nuestros proyectos tenemos el apoyo de ellos y con eso es lo que le estoy diciendo quizás COEXPORT lo sostiene la gran empresa pero nosotros también llegamos a trabajar con las con las medianas y pequeñas que se dediquen a la exportación y que tengan productos obviamente de valor agregado que puedan que puedan tener ese efecto de exportable hacia el exterior.

en el caso de en este caso el producto que a nosotros nos ha tocado que son galletas saladas ustedes como institución, qué empresas o qué? O qué se puede decir que han hecho para ayudar a ese tipo de sector el sector de la panadería si puedo probar de ese lado la parte de sí

No lo hacemos como en específico de este producto vamos a apoyar o esta

empresa vamos a apoyar o este sector vamos a apoyar, sino por ejemplo, nosotros decimos vamos a desarrollar un diplomado de alimentos y ahí van todas las empresas que exportan alimentos semita bebidas lo que lo que se le ocurra entonces en ese sentido de las empresas que ahorita se me viene a la mente pero de las que de las que se me viene a la mente ahorita el sistema dice galletas pero cuando me dicen galletas sodas son las galletas saladas sí, las que nos comemos con los cócteles ves, sí, sí esas son sí pero usted le dice galletas hoy y yo le digo galletas saladas, pero es lo mismo por ejemplo, ahí tiene el mayor referente de a nivel nacional, que es molsa bolsa produce galletas con crema galletas saladas galletas, cuáles son las galletas waffles Digamos que es como de los mayores, pero dentro de eso yo creo que tenemos una empresa también que se llama sabores, coco, que yo no sé si tiene galletería dentro de sus dentro de sus productos tendría que tendría que verlo tendría que verlo pero en general, nosotros apoyamos a las empresas independientemente cual sea el producto.

y con respecto al total de las exportaciones ustedes, cómo evalúan el sector de la panadería y en este caso el potencial que tiene la galleta de soda en Panamá

Ustedes ya tienen el código arancelario del producto que están queriendo exportar. Sí, ese cuál es 05 90 19 0590 porque para eso yo le iba a proponer que sería interesante le voy a recomendar un par de páginas para que ustedes puedan hacer su investigación también para que ustedes vean cuáles son porque nosotros no actualmente el BCR no, publica base de datos de empresas que exportadoras solo montos solo montos de exportación, volúmenes de exportación, pero yo lo voy a decir en qué plataforma podría encontrar un alcance de la exportación de ese producto, pero creo que está hasta en el 2020 la última actualización de general se llama no sé si conociste la página market access, map, ¿Ahí puede encontrar las estadísticas incluso pueden

encontrar cuáles son los mercados con mayor potencial para determinados productos y puede encontrar también cuáles son los requisitos de exportación a ciertos países esta página además de poder ver las barreras no arancelarias, que son los requisitos de acceso al mercado, que aquí lo puede aquí solo pone en donde dice producto ahí pone el código arancelario del producto y aquí pone país importador exportador y ahí le van a salir cuáles son los requisitos que debe cumplir la galleta de soda para entrar a Panamá.

Hay una opción en esta página para ver estadísticas de país incluso de cuáles son las empresas que exportan en sus productos así puede identificar competidores nacionales.

Aquí podría agregar todo si quieres saber las exportaciones totales de ese producto, pero como queremos ver Panamá detallados por nombre código arancelario código es el 19 05 90 0 0

Esto que vengan a ser más claritos son los montos exportados y estos son los valores en kilogramos y dice que en el 2023, por ejemplo, se llevan 45.717 exportados dentro de esa categoría y si quisiéramos ver otros países a ver cuál es el más aquí puede haber otros países a los que se exportan vamos a ver 2023 mil a Guatemala, un millón a República Dominicana, Tres a Costa Rica; o sea, hay otros mercados, que parece que son más interesantes.

Y de hecho el tema fue dado por qué no había mucha, pero ahí puede ver otro mercado, que igual si están recibiendo ese ese producto, sí.

Con respecto a ese sector, entonces ya cuáles son las áreas que usted considera de oportunidad o de mejora que se podían tomar o puntos fuertes de ese

sector del sector de alimentos el sector galletería.

Bueno, no sé qué decirle porque depende bastante en este tema como, depende oportunidades dependen bastante de la cultura nacional de sabores, porque de país a país hay población que gusta más de los sabores dulces otra que prefiere las galletas saladas, entonces ahí es como el área de oportunidad, que yo podría haber dentro de ese sector, pero así como aspecto de mejora no conozco el sector a profundidad como para poderle decir tendrían que mejorar en tal aspecto y ustedes están trabajando con alguna empresa directamente Mónica hoy es un este es un trabajo de grado en general para el sector. Ah, ok no es que están trabajando con

Directamente nosotros hemos investigado a molsa al Lido que son los que tienen ese producto en este caso galleta salada aquí en el en el país con mayor que son nacionales, nuestra idea es conocer si hay pequeños exportadores, verdad que no son tan grandes como ellos que también lleven ese producto a Panamá o a cualquier país de Centroamérica para ver cuál es la idea que ellos tienen como exportadores y cuáles son las deficiencias,

Quiero ver tal vez en nuestra base de datos. Encontramos alguna empresa que no sean esas tan grandes que tengan esa oferta.

sí, nos ayudaría mucho porque nosotros nos contactaríamos con ellos para saber su idea, verdad porque el trabajo que nosotros estamos haciendo es más que todos es una guía para ellos para ese sector que le sirva y digan llevar este producto Panamá cuáles son los pros cuáles son los contras qué requisitos se necesitan y nosotros dejarlo ese trabajo como en la universidad, También nos acompaña mi compañera de grupo Elizabeth ella también es que estamos haciendo el trabajo

con ella el trabajo de grado y ese también era lo que nosotros queremos en esta reunión.

Mónica que tengo alguna de galletas, pero no dicen específicamente qué tipo de galletas son y como ustedes están, específicamente con galletas saladas tendría que ver y dices ya

sí gustan nos pasa esa base porque como igual nosotras sabemos que en específico es ese tipo de galleta salada no, no está dentro, nos serviría mucho la visión de alguien que no es igual el producto, pero es similar, verdad,

mire me sale por salirme me sale en boca deli, diana pan San Antonio pastelería Anthony Grupo Bimbo La Fabril, Diproex distribuidor Interamericana de alimentos, fasema, inversiones manos son como las que tienen Palacio de los postres solo que ellos dejaron de exportar.

Nos podría enviar ese listado licenciado sí le puedo compartir el listado del nombre de las empresas y nosotros hacemos la investigación de cada una de ellas igual de todas formas,

Porque aquí le salen lo único que no le salen aquí son estas estadísticas, que yo le acabo de mencionar. Creo que las más recientes que le salen serán del 2020 porque tiene creo que uno o dos años de atrás o la plataforma, pero la buena información del mercado.

Y ustedes licenciada como institución tienen alguna información sobre los proveedores de transporte internacional de mercancías que utilizan sí,

nosotros dentro de nuestros socios, tenemos varios, pero hablando para Panamá

es transporte terrestre o ahora menos que se vaya con el Ferrer esta Costa Rica y de Costa Rica sale el viaje terrestre Panamá que algunas empresas lo están haciendo.

Nos podría brindar el nombre de algunas.

grupo marítimo, por ejemplo, que ellos tienen como también esa parte de logística es carga terrestre, compañía de logística y transporte, FAS cargo, PLG El Salvador, Smart logísticas transportes consolidados, Carga global hay un montón, pero eso son como algunos de los que nosotros podemos recomendar, porque son parte de nuestros de nuestra membresía, entonces nosotros podemos confiar en ellos.

Y usted con su experiencia su experiencia perdón cuáles consideran que son las dificultades del proceso de llegada a Panamá

El cruce fronterizo que siempre puede que estén que tengas algún contratiempo en el cruce fronterizo porque de país es país a veces te encontrarás barreras que son no arancelarias, que te pueden dificultar, digamos como el paso y cuando se les mencionó, bueno, se les menciona a las personas a los socios y cada una de las empresas y se les menciona a todos esa esas dificultades que se pueden tener hoy llegar a surgir, verdad a la hora de pasar de frontera en frontera para llegar y lo que hacemos es como como te decía que tenemos un buen trabajo articulado con las autoridades y es que a través de ellos si tuvieran algún problema, nosotros intentamos gestionarles y apoyarles para que puedan pasar obviamente si llevan todos sus papeles en regla, pues no es que pasemos fuera de la fuera de la legalidad, sino siempre cumpliendo con las normas que cada país pone para el paso por pero tratando de que lo que se les pide este dentro del marco acordado entre los países.

Y ustedes como institución también ya han trabajado con instituciones

panameñas de la mano, supongo que sí verdad,

hemos trabajado incluso la semana la semana pasada este año hay inicios, quizá creo en marzo, estuvimos participando en una feria ahí, que se llama EXPOCOMER y es una feria multisectorial y ahí estuvimos como con 10 o 12 empresas salvadoreñas y esa la organiza, la Cámara de Comercio de industrias de Panamá entonces sí hemos trabajado ya con ellos.

Con su experiencia en la cultura, salvadoreña y la panameña y qué diferencias ve usted qué diferencias principales.

el mercado cercano es el más, el que el que tiene una cultura más similar a la a la nuestra.

y de todo de los países en este caso más cercanos Centroamérica cuál es ustedes considera que es el que tiene más difícil acceso del producto nacional.

Es que todo depende de qué producto sea todo depende de qué producto sea porque en Panamá por ejemplo se venden muy bien, nuestras artesanías y algunos productos del sector de alimentos, si yo no me equivoco las empresas que fueron a EXPOCOMER.

Nosotros no desarrollamos Investigaciones quienes sí lo hacen son nuestro homólogo de del sector público del de la Secretaría de PROESA,

Pero en general usted considera ahí de que panamá es un país de difícil acceso o digamos que estamos en situaciones similares

Estamos en situaciones similares, somos capaces de cumplir la normativa y no

está tan lejano como como otro mercado como el europeo.

Productos de panadería pastelería incluso con adicción al cacao hostias de los tipos utilizados para medicamentos obleas para sellar pastas, derecho de aduana derecha de importación 0%, no tener requerimientos arancelarios requerimientos comerciales 0% requisitos reglamentarios 0% o sea que es un producto de fácil acceso que entra fácil el mercado de Panamá y lo único que necesitas es hacer una buena investigación de mercado y de penetración del producto en el mercado plantear cuál es la forma en el que en la que lo vas a mercadear, pero no hay no hay barreras arancelarias, ni no arancelares más que la que te digo a veces que pueden ser más ya del tema logístico pero en el tema logístico siempre y cuando tú estés con un buen proveedor y tú hagas en regla toda la documentación no deberías de tener problema con el paso por frontera.

De hecho, uno de los de los de nuestros principales si se puede decir así en dudas como grupo era sobre el origen del producto, porque como está elaborado de trigo de harina de trigo y nosotros no producimos el trigo, quería saber su opinión sobre eso.

Pues nada, ahí depende de que hagamos una buena alianza y un buen encadenamiento de para tener proveedores ya tanto como en la producción, si ya no nos metemos nosotros.

nuestro homólogo en Panamá se llama Apex solo que ellos se encargan obviamente de la exportación de productos panameños hacia el mundo, pero en la página de ellos podrían encontrar información que pueda ser relevante para ustedes para conocer sobre el mercado O en la página de la Cámara de Comercio de Panamá también pueden encontrar información sobre el mercado de hecho, sobre los requisitos también

nosotros dentro de la página de Panamá hay hasta como un manual de exportadores y de importador de los distintos de 900 productos, sino que en general con la investigación que nosotros hemos hecho el sitio web de Panamá es muy completo respecto a la información que nos brinda para poder llevar un producto o exportable, pero todo el tema de la ventanilla del CIEX. Sí tuvimos uno de la inscripción de cómo como exportador la guía de trámites de exportación es decir si lo vieron.

Si tuvimos dos semanas tuvimos una perdón, si quieres comentarles que hace como dos o tres semanas tuvimos una entrevista con alguien también de del área y también nos comentaba que en la en la página de ellos da un montón de información sobre cómo ser formal como el proceso que tiene que seguir para inscribirse con ellos, entonces también la página nos ayudó un montón y ahorita está mostrando una perspectiva distinta para ver qué cosas nos pueden a nosotros servir en el futuro como para la redacción algún tema que tal vez a nosotros nos haya pasado por ahora en la entrevista anterior tal vez la podríamos conseguir en esta entonces más o menos por ahí iba la razón de esta reunión, muchos datos sobre qué empresas o entonces nos despedimos capas COEX por si puede tener información sobre cuáles son las empresas que exportan entonces al menos el nombre para nosotros no sirve de mucho porque ya sabemos a quién buscar o quién investigar para poder tener una idea de si no van a atender o no, pero sí tener opciones, porque también se planea hacer entrevistas a empresas y como equipo también tenemos a hacer entrevistas a consumidores o personas que viven en Panamá también en cuanto al tema de mercados también por si les interesa hay una página que es del ministerio de Economía y ahí ellos publican estudios también estoy intentando acordarme.

Inteligencia comercial se llama inteligencia comercial sí y ahí le salen

oportunidades comerciales acuerdos comerciales reglamentación de mercados estudios y perfiles porque ellos han desarrollado para productos más específicos no sé si para galletería una ficha de mercado, digamos que te habla eso de cuáles son los países potenciales; aunque hay unas fichas comerciales por países en el 2020 Guatemala Costa Rica bueno esta del 2021 aquí hay una de Panamá te habla de la moneda la distancia, Se habla de los principales cinco productos que importan y de los principales productos que exportan; mirar productos de panadería pastelería galletería y ahí te dice cuánto es la importación esto es 2021, pero este dato lo puedes actualizar en la otra página que yo te mostré. Sí mira es el 1905 90 y está dentro de los principales productos con factibilidad de exportación, pues ver eso si es que para buscar información tienes que buscarla, pero la encontrarás.

En Nicaragua, pero te podría servir, mira si comerciales para galletas, pero para que tengas una idea más o menos la información que puedes encontrar en esta página y aquí tenéis lo que yo te decía, oportunidades comerciales o pueden seleccionar un mercado y te saca la ficha que ya vimos de Panamá, por ejemplo: mira el proveedor, ya que está queriendo buscar quién te puede proveer harina de trigo. Aquí podrías buscar en proveedores mundiales de insumos, ahí podría buscar cuáles son los productos que producen más trigo para ver de cuál te podrías abastecer bases de datos, no están al 2023, pero las tendencias se mantienen bastante.

Sí, y creo que el de nosotros viene de tenemos un rango de cinco años y creo que termine el año pasado, creo que del 2017 al 22 que nosotros es como el espacio temporal en el que estamos realizando del que estamos recopilando información, así que igual nos sirve.

importación en mundiales de ese producto son 25.1 billones al 2022 por ejemplo

esta información me actualizadas exportaciones salvadoreña de ese producto son 7 millones 115.000 en el 2022, los primeros países que los primeros países que lo importaron estados, o sea, entre más grande el cuadrado es mayor la importación y ahí te dice mira

dos millones 759,000 luego Honduras luego Nicaragua luego Costa Rica México aquí está Panamá Alemania República Dominicana que ya lo veíamos también en el otro listado Canadá, pero si ya viste que está como dentro de los primeros 10 importadores.

ANEXO E: entrevista a S&S logística

Entrevista agente experto en tramites logísticos de la empresa “logística sys” F. Sánchez 15/11/2023

¿para iniciar este si nos pudiera ayudarnos un poco sobre la historia de la empresa y los principales logros obtenidos?,

somos una empresa con 26 años de experiencia exactamente este año la empresa nació con el Agente Aduanal Franco Rutilio Sánchez verdad que él se encuentra él se encuentra como agenda banal autorizado del Salvador con firma propia y de esta manera, él vino y logró dar el cómo el paso del poder sacar esa firma y en base a esto él empezó en la empresa con como una agencia de aduanas y posteriormente se fue dando la oportunidad del poder conseguir clientes e ir incorporando gente de manera que se fue incorporando gente y logró ya consolidar tal vez como una empresa como una empresa freight forward como una empresa consolidadora de tal manera, que ya se puede realizar movimientos de mercancía, a nivel internacional verdad transporte terrestre, que procesos de Aduanas permisología transportes internos y demás entonces

de esa manera es como ya se ve y se va creando esa empresa de una manera que se va haciendo un Grupo Logístico ese trabajo servicio Courier, servicios aéreos y demás, entonces es al momento para darte una breve reseña, de cómo es que cómo es que trabajamos nosotros nos basamos sobre todo en la agilidad en la calidad y la experiencia de cada uno de los de cada uno de los de los puntos de la empresa, verdad, la agilidad creo que algo que nos manda por el hecho de que siempre nos gusta estar la vanguardia con cualquier tipo de información y poderla despachar posible en este rubro logístico de esta manera se trabaja creo yo verdad en el caso de la calidad siempre nos hemos permitido de que cada uno de nuestros proyectos, vaya con calidad y que no sea algo que lo dejemos a medias porque no es nuestra y lo que nos han enseñado nosotros los jefes en el caso de la experiencia, verdad por lo mismo que él nos ha transmitido a nosotros desde años atrás, verdad Aparte de eso él ya tenía trabajando mucho tiempo.

¿Algunos de los servicios que ofrecen?

Transportar marítimo, transporte aéreo, transporte Courier, transporte terrestre, procesos de aduana con todo en todo su régimen aduanero, permisos permiso sanitarios, verdad permisos desde no arancelarios, le llamamos nosotros, transporte interno asesorías, verdad custodios etcétera y descarga

¿usted consideraría que hay un nivel mínimo de ingresos que las empresas deben tener para poder optar al tema de exportación ya como medio?

No necesariamente no debería de haber, no debería. porque el exportar, estas hablando de abrir otras puertas, y salir del mercado salvadoreño, el mercado salvadoreño está demasiado saturado, en ocasiones no se valora el producto salvadoreño aquí en el mismo país, hay un buen dicho que dice que nadie es profeta en su tierra, eso así es aquí y en todo el mundo, nadie viene y es bien visto en su tierra, cuando uno saca algo, afuera lo valoran más, puede tener más oportunidades de que les

abran las puertas.

¿Los principales productos que la empresa moviliza?

A grosos modos, desde productos de cocina, muebles, materias primas, medicamentos, ferreterías, cosas industriales, zapatos, ropa, electrónicos, varias cosas, realmente se mueven la mayoría de las cosas.

¿la empresa ha trabajado con el producto galletas?

sí hemos trabajado para importación y exportación,

¿cuáles considera que son los principales riesgos en el trayecto?

De las galletas se pueda se pueda destruir o que se pueda hacer como como polvo o si tal vez no tiene un buen empaque cuando la mercancía se va a transportar a Panamá hay dos vías. Bueno, ahora hay tres vías, son terrestre, marítimo y está bien el día Ferri que ahorita se está poniendo entonces que sea Costa Rica y se puede ir en terrestre para Panamá entonces aquí hay tres puntos aquí en cualquiera perdón en cualquiera de los tres puntos va a haber movimiento brusco a la hora de un de un transporte ya sea terrestre un hoyo toda nuestra calle no creo que sean las que estén mejor condición, verdad, pero de igual manera estamos en Centroamérica entonces eso creo que es un punto tal vez tener un muy buen empaque para ver de evitar de que algo de que la galleta vaya a llegar desecha, entonces eso creería que fuese lo mayor complicación tal vez los permisos los permisos, no arancelarios, por ejemplo, los permisos de salud que van a requerir allá en el país de origen, verdad? Porque en el país de destino perdón, porque nosotros aquí hemos salvado probablemente, no vamos a tener que sacar o presentar mucha permisología para poderla para poderla dar de alta de salida pero la gente que la va a recibir allá por ser un alimento estoy casi seguro que va a tener que pagar un permiso y va a tener que presentar documentación con anticipación a solamente venir y hacer el proceso de aduanas y hay internarla para que

cualquiera se lo pueda comer Pablo regulaciones que le da cada uno de los de los de las entidades en cada país, verdad y

¿se han tomado alguna medida adicional como para el proceso o hasta dónde puede llegar es la empresa en este punto?

Como para resguardarlo porque estábamos hablando de cómo, o sea de los riesgos que puedo enfrentar y si la empresa toma alguna medida o alguna sugerencia con el tema del producto tal vez responde mucho más al importador y exportador verde poder que por ejemplo todo le estén comprando a Daniel y que y que tú le digas a Daniel mirad fíjate que me gustaría que vayan acomodadas y que vengan bien seguras y por parte de Daniel vino y te mandó una caja súper delgada donde la mercancía, va pegando iba pegando iba pegando entonces va a llegar desecha la galleta eso nosotros nos vamos lo que nosotros podemos hacer es asegurar carga verdad. Podemos asegurarte la carga dependiendo de los tipos de rutas dependiendo los montos los montos de mercancías y que de esa manera se pueda ir una carga más segura, podemos andar también el incidente de que de que pueda haber robos hurtos vean entonces son cosas que no podemos controlar no sabemos si alguien va a estar ahí a la vuelta queriendo hacer mal, verdad lo que podemos hacer contra eso venir y poner un custodio, Poner un custodio que vaya acompañando la unidad o como patrulla desde la salida desde la planta aquí en El Salvador hasta donde entrega ahí en Panamá probablemente es un costo adicional y un costo algo caro verdad, pero es alguna es una seguridad adicional que se pueda tomar en cuenta y justo de ese tema iba a la siguiente pregunta que a que si

¿Han tenido algunos inconvenientes y de qué tipo?

Momento de transportar el proceso gracias a Dios por lo menos el tema de robos, eso no se nos ha dado; Creo que tratamos de ser bastante meticulosos con la hora en las cuales transportamos nuestras cargas y lo que sí se ha dado en ocasiones, hay que

tal vez una mercancía, se puede dañar ya sea desde que venga de X país en el tránsito o se puede dañar también en el transcurso dependiendo lo delicado que fuesen la carga, entonces este puede ser tal vez un mal manejo por la gente que despachan los diferentes almacenes fiscales en cepas en alimex, entonces no necesariamente nosotros pues o puede ser que los mismos operadores del de los importadores dañen el producto cuando ya estén descargando su mercancía, entonces y en el sentido de

¿Cuáles serían los principales destinos que aborda la empresa, o sea, qué lugares son los que ustedes llegan con más frecuencia?

De llegar a un lugar podemos llegar a todos eso creo yo que no nos lo impiden, trabajamos mucho la importación la exportación la trabajamos también, pero si me preguntas por servicio frecuentes si te diría yo más importación la importación sería Miami y Panamá Centroamérica Europa Asia y en el tema de exportaciones sería eso en el tema de exportación tal vez se reducen los países que son más eventuales depende qué tipo de países y qué es lo que nos solicita también ok, pero no hay problema, no hay problema, hay con gusto, podemos hacer con movimiento incluso hemos hecho el movimiento hasta países que son bastante remotos entonces en África sobre todo y se ha llevado todo tipo de carga. Gracias a Dios siempre con toda la seguridad correspondiente usted

¿Sabe qué documentos debe de portar para Centroamérica el producto?,

sí, sí debe deportar una carta de deporte un manifiesto de carga una factura de exportación, una duca t y los permisos correspondientes.

¿cuáles pertenecen o son la categoría que debe presentar la empresa como tal de logística y cuáles pertenecen a la empresa que es la dueña?

El proveedor tiene que presentar factura únicamente, la duca f también hace falta el packing list, verdad la duca f es la declaración de exportación, entonces sí

tendría que presentarla quiero ver el proveedor tendría que enviar factura y paking list todo lo demás se encarga la agencia logística, Incluso hasta ya estando allá en país de origen la declaración de importación y pues eso creo yo que es más que todo lo que tendría que presentar.

¿Incluyen el tema de seguros?

Sí también ahí depende de lo que sucede es que el seguro es opcional, ¿verdad? entonces yo te puedo decir a ti, ¿quieres asegurar tu carga? Yo te voy a recomendar siempre que la asegures, porque el día de mañana pasa algo nosotros no te podemos responder por nada, porque así es como funciona este rubro, porque es por eso que se contrata un seguro es por ende asegurar completa, si hay carga con restricción si nos enfocamos directamente tu carga no hay ningún tipo de restricción, Ahora ahí depende también como te mencionaba los tipos de rutas que se toman, verdad, qué tipo de seguro Porque nosotros te podemos asegurar de que la salida hasta la entrega del producto y los impuestos también te podemos asegurar que se van a pagar allá en Panamá por si en dado caso o alguna razón, se clasificó mal el arancel y tocó una multa podemos venir y este mismo seguro responder por parte de ese error que tú tuviste que son errores u omisiones en los en los procesos aduanales en el país de origen y destino.

¿cuáles son los costos adicionales que podría tener en el transcurso del viaje, mencionamos lo del seguro y mencionamos custodio?

Justo aquí puede haber también el tema de las estadías, demoras, este tema funciona como si en dado caso movilizamos el furgón hacia la fábrica donde se va a realizar el proceso en verdad donde se va a comenzar la carga de la galleta y vino la persona de la carga y nos dice mire fíjense que ahorita no tengo tiempo para acabar porque tengo tres más cargando. Entonces le voy a cargar mañana en la noche. Yo ya estoy acá. Yo le di cinco días libres para llegar hasta Panamá si usted viene y se tarda

dos días cargando aquí no hay problema. Yo voy a hacer mi tránsito correspondiente para llevarlo hasta Panamá y que pases el final viene y se llevó 8 días en llegar. Nosotros tenemos que cobrar esos tres días adicionales de los días libres al importador al exportador, verdad por ese tiempo adicional porque los costos son cobrados por los días libres que se brindan; los de fletes falso también, flete falsos también muy importante, cómo funciona un flete falso, la mercancía viene Daniel y nos dice te dice a ti que es la compradora mire Elizabeth sí véngase ya porque ya ahorita le voy a cargar y pasó de que no tiene la mercancía, entonces miren fíjese que no tener la mercancía, todavía el proveedor nos vamos a retirar de aquí hasta cinco días no vamos a pasar con el contenedor de aquí a cinco días lo podemos hacer ahí solo que el pago lo vaya a realizar el cliente entonces así es como funcionan los fletes falsos verdad se cobra el flete que vino se fue y no se hizo y esto puede ser a nivel internacional como que tú vengas y nosotros te salgamos que ir a traer a Panamá y no necesariamente a una bodega aquí en El Salvador nos vamos con el camión para Panamá y si no está nos regresamos y le cobramos al cliente así funciona.

¿El tamaño de los contenedores disponible por la empresa?

Si hay vaya terrestres se manejan desde camiones desde 1.5 bueno 1.5 dos 2.7, 3 toneladas cuatro toneladas cinco toneladas 6 toneladas 8 toneladas 10 toneladas 48 pies y 53 pies que son como los más grandes y también plataformas esos son que no vienen tapadas, sino que solo viene como una muy una plancha una plancha allí todo eso ahí es donde se ponen productos generalmente que son sobredimensionados.

¿las dificultades en frontera más comunes cual podría decir?

Retrasos por aduanas siempre aduana, te puedes dar los retrasos más grandes y fuertes porque claro están saturadas las personas tal vez no tienen la diligencia para hacerlo puede ser que la misma persona en ese día no se hayan levantado bien y que

hicieron retrasar todo y así lo hacen puede ser también de que por parte de la empresa logística, habíamos hecho o hayamos realizado un documento y se ha ido un pequeño error y hay que corregirlo, verdad, puede ser las colas, hay colas a veces que se hacen de camiones hasta de 10 15 20 kilómetros. Entonces son colas gigantescas que en las cuales puede tratarse hasta dos días en llegar a la cola, O al módulo de la Aduana entonces eso más que todo creo yo que tal vez no se tenga listo, el pago de impuestos en destino para poder ingresar rápido esa unidad y que se le brinde un selectivo porque no se tenga lista la declaración de mercancías este y las fronteras

¿las aduanas que consideran que son más complicadas de ingreso?

de ingreso quiero ver pudiese ser la de Costa Rica es complicada, si no me equivoco es peñas blancas, la de Panamá también es complicada que es la el paso Cánovas quiero ver qué más Nicaragua creo que es un poco más tranquila que es el Guasable Honduras que Nicaragua con Honduras es el Guasaule perdón, si el del Salvador el de Honduras como El Salvador es el Amatillo el amativo también es complicado a veces si es complicado a veces se hacen colas y creo que eso más que todas son las que te interesan ya de Guatemala para arriba, no mucho cuáles serían los mayores dificultades en aduana, lo que pasa es que sale muchísima carga de Panamá entonces sale muchísima carga de Panamá siempre hay colas para poder salir entonces de esa manera es que se está de esa manera es que se trabaja esta parte. entonces hay que hacerlos con tiempo, hay que tener las documentaciones con tiempo. Siempre hay que estar bien preparado para ello y en el tema

¿Cómo se manejan los incoterms, o sea que si ustedes interfieren en el proceso dan alguna recomendación o abordan todas las opciones?

Nosotros damos recomendaciones como que mire usted tal vez lo que pasa es que no todos los importadores y exportadores manejan los incoterm, eso debería ser lo

ideal, los incoterm son las la base del comercio internacional y muchos de ellos no lo conocen cuando vienen y ponen un incoterm y no corresponde al que al que ellos han pactado realmente, ahí se tiene un gran problema porque ellos después están miren, no, pero es que eso no me corresponde a mí, esto sí me corresponde a mí entonces de esa manera es que se busca de que recomendarles a ellas esta parte ahora si ellos vienen y han dicho mire yo contrate CIF contraté FOB, por ejemplo, se respeta su parte y así ellos vienen y tienen inconvenientes después con su proveedor ni mucho menos podemos hacernos cargo por qué nosotros no nos corresponde los incoterms se pactan es un términos de compra y venta en los cuales, nosotros no podemos influir en ellos somos un Grupo Logístico que ayudamos a que el incoterm se termine de cumplir verdad, pero en sí, nosotros no tenemos que meternos en ellos son los importadores exportadores, quienes tienen que pactar sus propios ejecutables, pero por ejemplo,

¿Ustedes podrían cubrir un DDP?

Si lo podemos hacer completo, es decir, te voy a poner el ejemplo o el ejemplo que tú me estás diciendo en el caso que si quisiesen llevar las galletas de soda podemos desde el punto cargar acá en El Salvador hasta llevarlo hasta Panamá verdad, se programa los pagos correspondientes, y se entrega ya en la final allá en el en Panamá verdad y ya se deja Directamente porque ya en pocas palabras en la entrega al cliente al final ¿De los ducas que tanta información tiene la institución sobre el Duca y cómo funciona? Es nuestro diario o sea, Duca F educa t y Duca D entonces la Duca F es para mercancías que son fabricadas y manufacturadas a nivel nacional y de cada uno de los países de Centroamérica entonces tenemos un convenio centroamericano en el cual mercancía, que se ha fabricado dentro de Centroamérica la podemos intercambiar con libre arancel, sin pagar un IVA solo hay ciertos productos bajo una resolución que ya salió hace bastante si no me equivoco como en 1960 que son ciertos productos en los

cuales no se puede aplicar una duca f de ahí, la duca D para todo producto que sea fuera de la manufactura centroamericana y tiene que pagar su respectivo impuesto y ya depende si le aplicamos a un tratado libre comercio que pueda claro, una a una rebaja arancelaria y la duca T es para el tránsito internacional de mercancías centroamericanamente, verdad? Entonces sí, eso lo ocupamos todos los días a nosotros. ¿El llenado también lo hacen ustedes? Nosotros lo podemos hacer media vez el cliente nos proporcione cada una de la información, verdad, una información necesaria para que nosotros podamos apoyarles a llenarnos porque te pongo un ejemplo, no pudiéramos venir y llenar uno de esos documentos y nosotros no tenemos una factura o una lista de empaque como bien decía Daniel verdad, entonces no nos vamos a inventar nosotros, cuánto pesa tu mercancía, cuánto bulto viene, En qué tipo de mercancía, entonces, nosotros necesitamos toda esa información que son la única persona que la va a conocer en el productor, verdad o exportador entonces de esa manera ya venimos nosotros llenamos toda la información y ya procedemos a despachar los equipos perfectos y en forma.

¿Cuáles son los principales costos que tiene el proceso de del traslado de la mercancía?

Digamos específicos, no te puedes quedar porque son cosas que no las puedo manejar a la mano, sino cosas por evento. Entonces, pero lo que te repetía nuevamente aquí tendríamos el transporte internacional, la declaración de exportación, los impuestos de exportación, Las ducas D la duca T de tránsito marchamos, La declaración de importación en el lugar de destino, eso tal vez tomando en cuenta que se va a movilizar un contenedor o un furgón completo, si hace bien y dice hace un movimiento en una carga consolidada probablemente va a llevar un poco más de costos tal vez no en monto, sino en descripción, así se manejaría en el caso de la consolidada. ¿Aparte

de las mencionadas cuáles agregaría? Almacenajes manejo colec fit manejos, vea hay varios, hay otros cargos que tal vez acá en la mano ahorita no te los tengo, pero qué más, declaraciones de exportaciones que ya son especiales porque se van para algún recinto fiscal y de ahí hay que sacarlas, recolectas de la mercancía, para poderles llevar a estos almacenes fiscales posteriormente el transporte internacional y así digamos

¿Solicitar una cotización tiene algún valor?

No, no tiene un valor, pero por ejemplo, nosotros no te podemos entregar una cotización con impuestos ya listos para pagar, es decir, que te digamos, mire Elizabeth nosotros usted va a tener que pagar haya en Panamá 500 dólares, porque son pocas palabras, es como que nosotros realizamos todo el proceso, entonces si podemos hacer investigaciones verdad en las cuales venimos te podíamos a tener todo completito ese panorama con costos y demás por un precio y ya tú vienes y tienes una investigación completita de cuánto te pudiese costar todo tu producto en el cual generalmente todo le pegamos al 100% ¿Cuál es el proceso que tendría que seguir que información necesitaríamos en este caso, por ejemplo? Cuántas galletas de son, necesitaríamos el valor de las galletas de soda en su totalidad, te voy a poner un ejemplo no creo que vayas a importar a exportar un paquetito verdad, ya para tener todito, pero te digo incluso hasta la nueva arancelaria, que te digo los permisos que necesitas ahí se te va a detallar, por ejemplo se necesitaría el permiso de salud o del Mac verdad que te estoy hablando aquí a El Salvador este allá en Panamá para poderse presentar porque Panamá bien, solicito permiso sanitario que únicamente lo puede aprobar si se envía ese permiso sanitario desde El Salvador para haya verdad, entonces ahí se te explica todo lo que necesitaríamos nosotros es el valor factura de aquí, vamos a trabajar como que tú ya tuvieras la exportación tu valor factura peso de la mercancía, cantidad de productos que se va a exportar bulto y bultos que se van a mover para venir nosotros y dimensiones

de la mercancía, perder pocas palabras es una factura y un packing list en el cual nosotros vengamos y digamos, ya sé lo que les puedo cotizar a Elizabeth dirección en donde tenemos que ir a recolectar y a cargar y a entregar verdad, eso para venir y ya tener esa esos datos y decirte Elizabeth con todo esto ya nos podemos mover para allá, así dártelo el curso que nosotros cobramos generalmente por esa investigación es de 180 dólares, pero sí, en pocas palabras tienes completo tu panorama el día el para que el día de mañana tú vengas y digas este Francisco mire todo exactamente me salió como es o tú al vendedor o al comprador ahí en Panamá tú le digas mire esto es lo que usted va a estar. Ya sabes, ahí podemos recomendar nosotros también que podemos trabajar perfecto. Este creo que eso sería como lo más esencial de la entrevista y ya solamente me resta agradecerle por el tiempo porque sé que es complicado siempre en la semana hay mucho que hacer.

-ANEXO F: cotización de costos exportación de galletas saladas a Panamá.

11/17/2023



TRANSPORTE INTERNACIONAL LTL - FOB - PTY

Servicio	Detalle	Precio en USD
Tiempo de Transito	5 días aprox.	
Transporte Internacional (1 CBM = 333 Kg)	1. Flete por CBM 2. Carta de Porte, Custodio y DMCE 3. Collect Fee (sobre punto 1 y 2) 4. Manejo de Documento *(Minimo:\$120.00, 2 CBM)	\$60.00 \$75.00 5.8% \$75.00
Permisos de Importación	N/A	
Proceso Aduanal	Aduana: Agdosa, Merliot	\$65.00 + IVA
Impuestos de Importación	PENDIENTE	
Seguro de Carga	\$80.00 Minimo (1% del valor CIF)	\$80.00
Almacenaje	PENDIENTE	
Transporte Local	Minimo (1.5 ton - San Salvador)	\$65.00 + IVA
Custodio	N/A	
Descarga	PENDIENTE	
Otro Servicio	PENDIENTE	

Descripción de carga	
Incoterm	FOB
Lugar de carga	Bodegas Agente ZL Colón
Lugar de descarga	San Salvador
Tipo de producto	Carga general no peligrosa, estibable
Peso	
Dimensiones	

Observaciones
Cut off: Miercoles 9am. Salidas: Viernes en la noche Llegada: Miercoles aprox.

Cotización valida hasta: 30/11/2023

"La perfección es posible cuando logramos controlar el tiempo y la calidad de tu logística" S&S Logística

-ANEXO G: Calculo precio de exportación



Cálculo Precio Exportación

Origen / Destino




Descripción del elemento	IMPORTE	%
Coste Variable Bruto del Producto (CVB)		
	0.90	38.18%
		0.00%
		0.00%
Total Coste Variable Bruto	0.90	
Coste Variable Neto del Producto (CVN)		
		0.00%
Total Coste Variable Neto	0.90	
Margen de Contribución (MC)		
	0.30	12.73%
Total Previo (CVN + MC)	1.20	
Valor Ex Works (VEW)		
Doc fee(cartá de porte, custodio,	0.20	8.29%
Trámite aduanal(proceso aduanal)	0.19	8.09%
Trámite de exportación(manejo de documentos)	0.20	8.29%
Recolección en origen	0.19	8.09%
		0.00%
		0.00%
		0.00%
Total Costes Específicos Ex Works	0.77	
Total Valor ExWorks (CVN + MC + VEW)	1.97	
Valor FAS (Franco al Costado)		
envío		0.00%
		0.00%
		0.00%
Total Valor FAS	0.00	
Valor FOB/FOT/FOR (Franco a bordo Camión/tren)		
manipulación		0.00%

			0.00%
Total Valor FOB	0.00		
Puerto de Origen:			
Valor CIF (Coste, Seguro y Flete)			
Flete	0.16		6.63%
Seguro	0.21		8.84%
Total Precio CIF	2.34		
Puerto/Lugar de Desembarque			
Precio Venta al Importador (DDP)			
Collect fee		0.02	0.87%
			0.00%
			0.00%
Total Precio Venta Importador (DDP)	2.36		
Precio Venta al Minorista			
		Recargo	
Margen Mayorista			
		0.00	0.00%
Total Precio Venta al Minorista	2.36		
PVP Previo			
		Recargo	
Margen Detallista			
		0.00	0.00%
Total PVP Previo	2.36		
Precio de Venta Final Público			
Ajustes de Competencia			0.00%
Margen de Maniobra			0.00%
Total Precio de Venta Final Público	2.36		

Aviso Legal

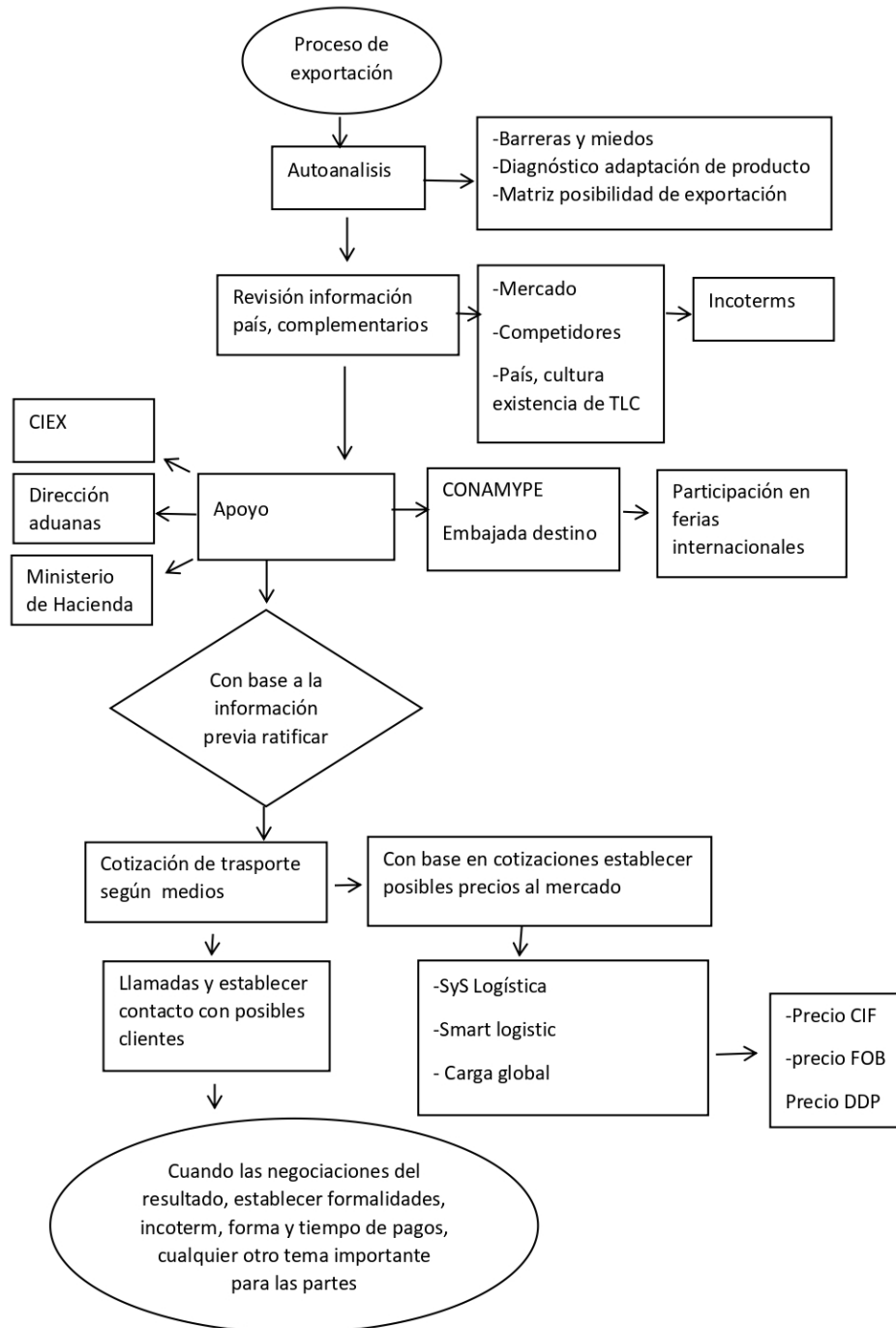
-Anexo H: https://www.ana.gob.pa/w_ana/index.php/organisation/declaracion-unica-centroamericana/duca-formatos/instructivo-de-llenado (ANA, 2023)

-Anexo I: Formato DUCA F

DECLARACIÓN ÚNICA CENTROAMERICANA (DUCA) -IMPRESA-												
Exportador / Proveedor	4.1 No. Identificación		4.2 Tipo identificación		Identificación de la declaración					CÓDIGO DE BARRAS		
	4.4 Nombre o razón social		4.3 País Emisión		1. No. Correlativo o referencia		2. No. de DUCA		3. Fecha de aceptación			
	4.5 Domicilio fiscal		7. Aduana registro/inicio tránsito					8. Aduana salida				
Importador / Destinatario	5.1 No. Identificación		5.2 Tipo identificación		9. Aduana ingreso					10. Aduana destino		
	5.4 Nombre o razón social		5.3 País Emisión		11. Régimen Aduanero		12. Modalidad		13. Clase		14. Fecha vencimiento	
	5.5 Domicilio fiscal											
Declarante	6.1 Código				15. País procedencia					16. País Exportación		
	6.2 No. Identificación				17. País destino					18. Depósito Aduanero/Zona Franca		
	6.3 Nombre o razón social											
	6.4 Domicilio fiscal											
Transportista	19.1 Código		20. Modo de transporte		21. Lugar de embarque					22. Lugar desembarque		
	19.2 Nombre											
Conductor	23.1 No. Identificación		23.2 No. Licencia de conducir		24.1 Identificación de la unidad de transporte		24.2 País de registro		24.3 Marca	24.4 Chasis/VIN		
			23.3 País Expedición		24.5 Identificación del remolque o semirremolque		24.6. Cantidad de unidades de carga (remolques o semirremolques)					
	23.4 Nombres y apellidos				24.7 Número de dispositivo de seguridad (precintos o marchamos)	24.8 Equipamiento	24.9 Tamaño del equipamiento	24.10 Tipo de carga	24.11 Número/Números de identificación del contenedor/es			
Valores Totales	25. Valor de transacción		26. Gastos de transporte		27. Gastos de seguro	28. Otros gastos	32. Peso Bruto total	33. Peso Neto total	Liquidación General			
									34.1 Tipo de tributo	34.2 Total por tributo	34.3 Modalidad pago	
	29. Valor en Aduana total		30. Incoterm		31. Tasa de cambio						34.4 Total General	
Mercancías	35. Cantidad de bultos		36. Clase de bultos	37. Peso neto	38. Peso Bruto	39. Cuota contingente	Liquidación por línea					
	40. Número de línea		41. País	42. Unidad de medida	43. Cantidad	44. Acuerdo	53.1 Tipo	53.2 Alícuota	53.3 Total	53.4 MP		
	45. Clasificación arancelaria		46. Descripción de las mercancías		47.1 Criterio para certificar origen	47.2 Reglas accesorias						
	48 Valor de transacción		49. Gastos de transporte		50. Seguro	51. Otros gastos	52. Valor en aduana		53.5 Total General			
Documentos de soporte	54.1 Código del tipo de documento		54.2 Número de documento		54.3 Fecha de emisión de documento	54.4 Fecha de vencimiento	54.5 País de emisión del documento	54.6 Línea (al que aplica el documento)	54.7 Nombre de la autoridad o entidad que emitió el documento de soporte		54.8 Monto	
Observaciones y firmas	55. Observaciones		Uso de Aduanas				Uso de Ventanilla Única					
			57. Firma, fecha y sello del funcionario autorizado por la Dirección General de Aduanas o de la Aduana de Salida				58. Firma o autorización de ventanilla única		59. Código de Exportador			
												
	56. Válida hasta		Firma				Firma					
Observaciones y firmas	60		61. El suscrito declara bajo fe de juramento que las mercancías arriba detalladas son originarias de _____ y que los valores, gastos de transporte, seguro y demás datos consignados en este formulario son verdaderos.				62. El suscrito certifica bajo fe de juramento que las mercancías arriba detalladas son originarias de _____ y que los valores, gastos de transporte, seguro y demás datos consignados en este formulario son verdaderos.					
			Firma del Declarante									
	Representado por Lugar y Fecha		Nombre	Empresa	Cargo	Firma	Nombre	Empresa	Cargo	Firma		

DUCA-F

- Anexo J



- Anexo K
- Análisis de barreras y miedos

Tabla 20.
Matriz de grado de importancia

	Grado de importancia				
	Nada	Algo	Medi a	Alta	Muy alta
1. Falta de información					X
2. Falta de apoyo		x			
3. Es muy costoso				X	
4. Los precios son malos		x			
5. No se tienen ventajas competitivas			X		
6. No se tienen las homologaciones precisas			X		
7. No se lo ha planteado					X
8. No tiene agentes/representantes					X
9. La documentación es muy compleja			X		
10. Conocer el mercado exterior es caro				X	
11. No son competitivos en el exterior				X	
12. El mercado interior es suficiente			X		
13. Falta organización					x

Nota. Autoría propia con material de clase Lic. Darío Alfaro.

Tabla 21.
Matriz de barrera indicada

Barrera indicada	Origen de barrera					Momento	
	Interna					Moment	Permanen
	Mercad	empres	Financier	Product	Entorn	o Inicial	te
	o	a	a	o	o		

1. Falta de información	X			X
2. Falta de apoyo		X		X
3. Es muy costoso	X			X
4. Los precios son malos	X		X	X
5. No se tienen ventajas competitivas	X			X
6. No se tienen las homologaciones precisas			X	X
7. No se ha planteado	X			X
8. No tiene agentes/representante	X			X
9. La documentación es muy compleja			X	X
10. Conocer el mercado exterior es caro		X		X
11. No son competitivos en el exterior	X		X	X
12. El mercado interior es suficiente	X			X
13. Falta organización	X			X

Nota. Autoría propia con material de clase Lic. Darío Alfaro.

-Anexo M

Tabla 22.

Resumen diagnóstico de adaptación de producto

Características	Elementos trabajados a nivel local	Importancia para el mercado	Total
	Oferta Básica		
1. Producto Básico	2	3	6

Tamaño, Forma, Dimensiones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	
Presentaciones											1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	
Requeridas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5		
Promedio total:	9.83																										

Añadidos																											
Envase	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5		
Empaque	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5		
Embalaje	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5		
Diseño	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5		
Marcas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5		
Promedio total:	15.8																										

Soporte																											
Distribución	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5		
Post venta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5		
Promedio total:	8																										

Fuente, elaboración propia con material de clase Lic. Darío Alfaro.

- Anexo N

Factores de potencial de exportación

Tabla 24

Factores de potencial de exportación

Matriz potencial exportación producto					
Potencial de rentabilidad	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
¿Tiene una buena rentabilidad en el mercado nacional?				X	

¿Considera que puede tener una buena rentabilidad en el mercado exterior?				X	
¿la rentabilidad puede ser menor o mayor al mercado nacional?				X	
Capacidad productiva (volumen y permanencia)	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
¿Tiene capacidad productiva ociosa para nuevas demandas?		X			
¿Podría amplificar su capacidad subcontratando sin perder la calidad?			X		
¿Tiene la calidad de la demanda en el mercado local?				X	
¿Los mercados compran de forma constante?				X	
Capacidad de movilidad	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
¿Es un producto fácil de transportar y almacenar?			X		
¿Es un producto frágil y de rápida caducidad?				X	
¿Tiene dimensiones complejas exuberantes?	X				
Adaptabilidad técnica	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
¿Cumple con el nivel de exigencias de gustos y preferencias del mercado Internacional?				X	
Las presentaciones actuales cumplen los requisitos mínimos de entrada				X	
¿Necesita mucho tiempo de adaptación?		X			
¿Las adaptaciones requeridas serán costosas?		X			
Capacidad de comercialización	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
¿Existe demanda clara del producto en otros mercados?				X	
¿La demanda es creciente?				X	
¿Posee canales de distribución fáciles para el producto?			X		
¿Considera que la competencia es dura?				X	
¿El producto es conocido en el mercado destino?					

Nota. Autoría propia con material de clase Lic. Darío Alfaro.

ANEXO N.

Criterios		Exportación indirecta	Agentes (o comisionista)	Distribuidores importadores	sucursales	Licencias/franquicias	Joint Venture	filial
Riesgo asumible por la empresa	Alta	0	0	0	2	1	2	3
	Baja	X	3	2	1	0	0	0
Disponibilidad económica para la inversión	Alta	0	0	1	2	1	2	3

	Baja	X	3	2	1	0	0	0	0
Necesidad del control operativo del mercado	Alta		0	1	0	2	1	2	3
	Baja	X	2	2	3	0	0	0	0
Grado de familiaridad con el mercado objetivo	Alta	x	0	0	0	2	2	3	3
	Baja		0	1	3	2	0	2	0
Necesidad de continuidad a largo plazo en el mercado	Alta	x	0	0	1	2	2	2	3
	Baja		2	3	2	0	1	0	0
Número de clientes potenciales en el mercado	Alta	x	0	0	3	1	0	2	2
	Baja		0	3	1	3	0	0	0
Concentración del poder de compra	Alta	x	0	2	0	3	0	0	2
	Baja		1	0	3	0	2	2	1
Concentración geográfica de los compradores	Alta	x	0	2	0	3	0	0	2
	Baja		1	1	3	0	0	2	1
Estacionalidad de los mercados	Alta	X	2	2	1	0	0	0	0
	Baja		0	0	1	1	1	1	1
Complejidad técnica del sector	Alta		0	0	1	2	3	2	3
	Baja	x	2	3	2	0	0	0	0
Grado de innovación y cambio en el sector	Alta		0	0	1	2	2	2	3
	Baja	x	1	2	2	1	2	1	0
Margen de rentabilidad disponible	Alta	X	0	1	2	3	2	2	3
	Baja		2	2	1	0	0	0	0
Resultados			13	18	16	16	8	10	15

Nota. Autoría propia con material de clase Lic. Darío Alf

