

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE ESPECIALIZACIÓN EN
INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTOS

**“PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA BOTELLAS PLÁSTICAS
HACIA SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA”**

PRESENTADO POR:

JARQUIN MARTINEZ, DAVID EDGARDO
MORALES ESPINOZA, ERIKA ELIZABETH
ZAVALETA ZEPEDA, PAMELA MERCEDES

CÓDIGO
L10804
L10804
L10804

MARZO 2026

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR: MSC. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA
SECRETARIO GENERAL: LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LIC. JUAN PABLO MARIN
COORDINADOR GENERAL DE MAF, RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA
PROCESOS DE GRADO:

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO DE LA ESCUELA: MSC. JULIO ALBERTO GARCÍA HERNÁNDEZ
DOCENTE ASESOR: LICDA. JESSICA LISSETE QUIJANO HERRERA
TRIBUNAL EVALUADOR: LICDA. JESSICA LISSETE QUIJANO HERRERA
MSC. JULIO ALBERTO GARCÍA HERNÁNDEZ
LIC. NORBERTO CALEB CANALES AGUIRRE

MARZO 2026

CIUDAD UNIVERSITARIA DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

Agradecimientos

Agradezco profundamente a mis padres, Noe Alberto Jarquin y Zulma Janeth Martínez, quienes han sido un pilar fundamental en mi formación personal y académica. Gracias a su esfuerzo, sacrificio y apoyo, he podido culminar satisfactoriamente mis estudios. Asimismo, expreso mi sincero agradecimiento a mi abuela y a mis hermanos, quienes han sido un gran apoyo y fortaleza a lo largo de este camino, contribuyendo de manera significativa a este logro.

David Edgardo Jarquín Martínez

Le doy gracias en primer lugar a Dios, por permitirme culminar esta carrera con mucho esfuerzo y dedicación. A mis padres, ya que han sido un apoyo invaluable, a los catedráticos que comparten su conocimiento y experiencia con nosotros y a mis compañeros ya que con la ayuda de ellos hemos podido completar esta investigación. Este logro también pertenece a cada uno de ellos.

Erika Elizabeth Morales Espinoza

"Deseo agradecer a todas las personas que hicieron posible este proyecto. Primeramente, a Dios por permitirme culminar esta meta; a mis maestros, por compartir sus conocimientos; a mi madre, por su gran amor y apoyo constante a lo largo de este camino; a Hugo, por ayudarme a encontrar motivación en los momentos de desespero y a todas las personas que en algún momento me brindaron su apoyo y palabras de aliento. Gracias a todos por formar parte de este logro."

Pamela Mercedes Zavaleta Zepeda

ÍNDICE	
INTRODUCCIÓN	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 DESCRIPCIÓN	3
1.3 FORMULACIÓN	4
1.4 ENUNCIADO DE LA PROBLEMÁTICA	5
1.5 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	5
<i>1.5.1 Geográfica y Temporal</i>	5
<i>1.5.2 Teórica</i>	5
1.6 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	6
<i>1.6.1 Novedad</i>	6
<i>1.6.2 Utilidad social</i>	7
<i>1.6.3 Factibilidad</i>	8
1.7 OBJETIVOS	9
<i>1.7.1 General</i>	9
<i>1.7.2 Específicos</i>	9
1.8 MARCO TEÓRICO	10
<i>1.8.1 Histórico.</i>	10
<i>1.8.2 Conceptual</i>	15
<i>1.8.3 Legal</i>	20
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	22

2.1 MÉTODO	22
2.2 ENFOQUE	23
2.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	24
<i>2.3.1 Técnicas Cuantitativas</i>	24
<i>2.3.2 Técnicas Cualitativas</i>	24
2.4 FUENTES	25
<i>2.4.1 Fuentes Primarias</i>	25
<i>2.4.2 Fuentes Secundarias</i>	26
<i>2.4.3 Fuentes Terciarias</i>	26
2.5 UNIDAD DE INVESTIGACIÓN	27
2.6 DETERMINACIÓN DE POBLACIÓN Y MUESTRAS.	28
2.7. DIAGNÓSTICOS DE INTERNACIONALIZACIÓN	28
<i>2.7.1 Análisis de barreras y miedos</i>	29
2.7.2 DIAGNÓSTICO DE ADAPTACIÓN DE PRODUCTO	33
<i>2.7.3 Factores de potencial de exportación</i>	37
2.8. CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	39
3. PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN	41
3.1 DECISIONES DE MERCADO	41
<i>3.1.1 Estudio de mercado</i>	41
3.1.2 PERFIL PAÍS	58
3.2 OPERACIONES Y CLIENTES	62
<i>3.2.1 Plan de acción.</i>	62
3.2.2 FINANZAS	84

CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES	93
REFERENCIAS	95
ANEXOS	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Categorías de los incoterms	53
Figura 2: Características de los incoterms según su clasificación	54
Figura 3: Descripción del inicio y el final de cada una de las funciones de los incoterms.	55
Figura 4: Datos de la partida arancelaria del producto: Botellas plásticas dentro del Sistema Arancelario Centroamericano	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: leyes, reglamentos y normas de república dominicana	20
Tabla 2: análisis de barreras y miedos	30
Tabla 3: análisis de barreras indicadas	32
Tabla 4: principales usos del plástico en República Dominicana	33
Tabla 5: Matriz de diagnóstico de adaptación de producto	34

Tabla 6: Evaluación de producto	36
Tabla 7: Potencial de exportación de botellas de plástico desde el salvador hacia República Dominicana.	37
Tabla 8: Factores de potencial de exportación	38
Tabla 9: Perfil comercial elaborado con datos de: (comisión interamericana de los derechos humanos - oea, 1999), (oficina nacional de estadísticas de república dominicana, 2018-2020), (banco central de república dominicana, 2020).	44
Tabla 10: Oferta del producto	64
Tabla 11: Comparación de precios de botellas plásticas tipo PET y HDPE en sus diferentes presentaciones.	67
Tabla 12: Escalada de precios	69
Tabla 13: Desglose de actividades de promoción según trimestres	74
Tabla 14: Costos de la promoción para el proceso de internacionalización	76
Tabla 15: Plan de localización de Agentes / Distribuidores para la exportación de botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana.	77
Tabla 16: Potenciales clientes de botellas plásticas en República Dominicana.	80
Tabla 17: Documentación necesaria para exportar botellas plásticas hacia República Dominicana	82
Tabla 18: Costos de producción.	85
Tabla 19: Presupuesto de comercialización.	86
Tabla 20: Costos de exportación.	87
Tabla 21: Producto de exportación: Botellas plásticas tipo PET de 500 ml	88
Tabla 22: tabla de congruencia.	89

Introducción

El presente trabajo definido “Plan de internacionalización para botellas plásticas hacia Santo Domingo, República Dominicana” define antecedentes que permiten conocer a fondo la industria del plástico en El Salvador y en República Dominicana, y de esta manera encontrar la viabilidad del proyecto para que pueda desarrollarse por parte de las empresas dedicadas a este rubro en El Salvador, de igual manera se justifica la importancia de esta investigación para diferentes rubros, entre ellos instituciones gubernamentales, profesionales y universidades.

El desarrollo de este trabajo de investigación pretende finalizar siendo un documento que sirva para que los empresarios de las fábricas dedicadas al rubro del plástico en El Salvador puedan iniciar el proceso de exportación de sus productos y generar beneficios económicos para ellos y para la economía salvadoreña en general, por medio de la activación de las Exportaciones del producto y la generación de empleos.

Para analizar este caso, es importante conocer las causas de las bajas exportaciones de botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana. Con la finalidad de encontrar soluciones que muestren al sector y al gobierno que este proceso de exportación no solo es factible; sino también, es un mercado potencial sin explotar y un producto con un porcentaje de exportación alto debido a que se encuentra dentro de los principales 50 productos con mayor potencial de exportación, además de presentar datos del comportamiento del consumidor.

Las exportaciones en El Salvador mantienen una leve tendencia al alza y la industria del plástico es una de las más fuertes en nuestro país, debido a que dentro del territorio nacional se cuenta con la presencia de grandes empresas manufactureras de diversos productos plásticos. Estos son factores que nos invitan a creer en la factibilidad del proyecto en cuestión.

Resumen ejecutivo

El presente proyecto expone el proceso de internacionalización de botellas plásticas desde el salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana, como un destino con potencial para la expansión de mercado de los productores salvadoreños, se ha tomado en cuenta la competencia a la cual los empresarios salvadoreños se pueden enfrentar y recomendaciones de canal de distribución, así como la política de promoción.

La metodología aplicada a la presente investigación es de método concurrente, esta nos permite obtener datos cualitativos y cuantitativos con la finalidad de obtener una mayor objetividad, se realizó una entrevista a la empresa INCUSA para recopilar datos cualitativos y un cuestionario a consumidores de botellas plásticas para poder obtener datos cuantitativos, de igual forma se utilizaron fuentes de información secundaria como investigaciones anteriormente realizadas.

El plan de internacionalización incorpora un estudio de mercado que contiene datos de comportamiento del consumidor, un perfil comercial, una estrategia de producto, precio, plaza y promoción.

En último lugar se concluye que la exportación de botellas plásticas hacia Santo Domingo, República Dominicana es viable ya que tiene un mercado potencial aun no explotado y de igual manera se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación

1. Planteamiento del problema.

1.1 Antecedentes

La industria del plástico a nivel mundial ha experimentado un proceso de evolución en cuanto a procesos de elaboración y formas. De igual manera es importante reconocer que la industria del plástico dentro de su evolución ha encontrado la forma de elaborar un tipo de plástico especial para cada uso. Por ejemplo, el PET (tereftalato de polietileno) este tiene un alto nivel de transparencia e impide la entrada de oxígeno, esta es la razón por la cual es el tipo de plástico preferido para botellas de agua y refrescos.

La industria del plástico a lo largo de los años y en vistas de su acelerado desarrollo y expansión ha sido objeto de estudio de múltiples investigaciones, las cuales se tomarán como antecedentes de esta investigación sobre la internacionalización de botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana. A continuación, se desglosan algunas de las referencias y su importancia dentro de la presente investigación:

El documento titulado Potencial de exportación y diversificación de las exportaciones de El Salvador realizado por el economista Luis Adalberto Aquino en el año 2021 respaldado por los informes estadísticos brindados por el Banco Central de Reserva de El Salvador, menciona las diferentes áreas que poseen un visible potencial de exportación en el país de El Salvador, entre las cuales se encuentra la industria del plástico (Aquino Cardona, 2021).

Dentro del documento se encuentra que las botellas, frascos y similares, para transporte/envasado de plástico son de las principales propuestas de exportación con potencial demanda desde El Salvador hacia C.A y América Latina. Algunos de los factores que permiten que las botellas, frascos y similares, para transporte/envasado de plástico se encuentren dentro de este listado de productos con potencial de exportación pueden ser el gran crecimiento que ha tenido la

industria del plástico en El Salvador durante las últimas décadas, debido a que dentro del territorio nacional encontramos un aproximado de 15 grandes empresas de productos de plásticos para diversos usos. De igual manera, una gran parte de las exportaciones de El Salvador es hacia destinos como Estados Unidos y Centroamérica por lo que los países restantes son un mercado potencial para poder crecer internacionalmente y generar beneficios económicos al país.

Hernández & Polanco (2008), En el documento de tesis Reclutamiento y selección de personal por competencias para puestos gerenciales de la industria del plástico del área metropolitana de San Salvador se encuentra una extensa y exhaustiva investigación sobre la industria del plástico desde sus principios, toda su historia desde como surgen los diferentes tipos de plásticos y los usos especializados que se le dan a cada uno.

De igual manera se encuentran las ventajas que brinda la industria con los productos que elabora, como estos productos benefician a la sociedad junto a sus pros y sus contras. También, se define la representatividad económica que tiene la industria con datos basados en la revista trimestral del Banco Central de Reserva desde el año 2006 al 2008.

En El Salvador existe una Asociación que se encarga de promover el desarrollo de la industria, esta Asociación es ASIPLASTIC (Asociación Salvadoreña de la Industria del Plástico) cuenta con alrededor de 36 empresas productoras de productos plásticos asociadas a nivel nacional (Asiiplastic , 2024).

La Ficha Oportunidades de Exportación República Dominicana , la cual fue desarrollada por un conjunto de economista del Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, tiene la finalidad de dar a conocer el potencial de exportación que tiene El Salvador para enviar sus diferentes mercancías a República Dominicana (Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, 2022).

La presente ficha incluye información relevante sobre los diferentes tratados que posee El Salvador con República Dominicana, en especial el CAFTA-DR, el cual es un instrumento para facilitar y beneficiar el intercambio comercial entre República Dominicana y toda la región Centroamericana aplicando entre estos países un trato preferencial bajo las mercancías que cumplan con las condiciones y restricciones mencionadas dentro del capítulo 4 del mismo CAFTA-DR.

Poder conocer a profundidad este tipo de tratados que benefician los intercambios comerciales entre países nos permiten explotar el potencial de exportación que pueda tener un producto en diferentes regiones por medio de la internacionalización de los productos, generando un mutuo beneficio al realizar un intercambio económico.

1.2 Descripción

Posibles retrasos en la entrega de productos a los clientes en República Dominicana son parte de los síntomas que se deben evaluar para la exportación de botellas plásticas a dicho país, ya que estos retrasos pueden ser provocados por problemas logísticos, demoras en el transporte de carga marítimo o terrestre y diferentes tipos de regulaciones aduaneras y comerciales que se puedan presentar durante el desarrollo del proceso de exportación.

El desconocimiento de los acuerdos comerciales entre El Salvador y República Dominicana representa una problemática significativa para el sector plástico salvadoreño. A pesar de los beneficios potenciales, como la reducción de aranceles y el acceso preferencial al mercado dominicano, muchas empresas carecen de información adecuada sobre las disposiciones específicas, los requisitos técnicos y las ventajas que estos acuerdos ofrecen

También se puede mencionar a la competencia del país destino, los problemas que se pueden presentar para adaptar el producto al nuevo mercado y la dificultad de ingreso del producto a un

mercado destino como parte de los factores que generan dificultades en el proceso de exportación, todos los anteriormente mencionados se deben a causas como el desconocimiento de la competencia y su producto, falta o fallas dentro del proceso de penetración de mercados y distribución de productos y falta de alianzas estratégicas. El problema es que los productores salvadoreños de botellas de plástico no ven a República Dominicana como un mercado potencial para internacionalizar sus productos.

1.3 Formulación

La exportación de botellas plásticas representa una oportunidad significativa en el comercio internacional, dada su alta demanda en sectores como bebidas, alimentos y productos industriales ya que de los países miembros del CAFTA República Dominicana es el destino con menos exportaciones desde El Salvador por los últimos 10 años según datos estadísticos presentes en el sitio web del BCR que recopila datos de las exportaciones anuales del país (Banco Central de Reseva, 2024). Entre sus principales beneficios se destacan la versatilidad y la economía de producción, así como la capacidad de atender mercados globales con productos estándar y personalizados (**Ver Anexo 1**). No obstante, este sector enfrenta varios retos. Los requisitos regulatorios y normativos, especialmente en relación con la sostenibilidad y el reciclaje, pueden variar considerablemente entre países y regiones, complicando el cumplimiento. Además, las fluctuaciones en los costos de materias primas y la competencia intensiva en mercados saturados pueden afectar la rentabilidad. La logística también juega un papel crucial, ya que la gestión eficiente del transporte y almacenamiento es esencial para mantener la calidad del producto y controlar los costos. A pesar de estos desafíos, la exportación de botellas plásticas ofrece oportunidades para expandir mercados y aprovechar economías de escala, siempre que las

empresas estén preparadas para abordar los obstáculos regulatorios y competitivos de manera efectiva.

1.4 Enunciado de la problemática

¿Cuál es el motivo por el cual los productores salvadoreños de botellas de plástico no ven como un mercado potencial República Dominicana para la internacionalización de sus productos?

1.5 Delimitación del problema

1.5.1 Geográfica y Temporal

Esta investigación se llevará a cabo en el periodo comprendido entre marzo y diciembre del 2024 con la finalidad de internacionalizar las botellas de plástico desde El Salvador a la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana.

Export Potential Map (2024), República Dominicana es un país que presenta un potencial de exportación sin explotar de \$3.7 millones de dólares, esto basado en datos recabados en el sitio web de Export Potential Map el cual es una herramienta para poder investigar productos, mercados y países exportadores con potencial para incrementar las exportaciones.

1.5.2 Teórica

“ El modelo Upsala se centra en entender y utilizar el conocimiento sobre mercados extranjeros, además de comprometerse gradualmente y asignar recursos a estos mercados. Este proceso se caracteriza como evolutivo, dinámico y repetitivo, según Johanson, quienes identifican el tipo de compromiso y la distancia psíquica como los principales patrones del proceso. Al integrar teorías reconocidas como el Modelo de Uppsala, podemos abordar de manera sistemática aspectos clave como la adquisición de conocimiento del mercado extranjero, la asignación eficiente de recursos y la adaptación estratégica a las diferencias culturales y de mercado” (Merubia, 2019, págs. 23-24).

Este modelo se puede aplicar en la exportación de botellas de plástico hacia República Dominicana ya que se puede iniciar con exportaciones esporádicas haciendo ventas limitadas a República Dominicana para probar el mercado, evitando compromisos financieros importantes hasta adquirir un mejor conocimiento del mercado local y a medida que se incrementa la experiencia, las empresas aprenderán sobre las regulaciones, la competencia y las preferencias de los consumidores en República Dominicana, lo que le permitirá optimizar sus productos y estrategias y después de obtener un mejor conocimiento del mercado, la empresa podría aumentar su inversión estableciendo acuerdos con distribuidores locales o creando una filial de ventas aumentando gradualmente el compromiso. Es decir que el Modelo proporciona una estructura gradual para la internacionalización de una empresa de plásticos, permitiendo que esta se adapte de manera incremental según su experiencia en el mercado dominicano. Desde las primeras exportaciones hasta el establecimiento de una presencia más formal, este enfoque minimiza los riesgos y asegura un crecimiento sostenido.

1.6 Justificación del problema

1.6.1 Novedad

Este trabajo se distingue por ser un documento dedicado exclusivamente a la exportación de botellas de plástico desde El Salvador hacia la República Dominicana. Dentro de la investigación sobre antecedentes realizada se encontró muy poca información relacionada a la exportación de botellas de plástico de El Salvador hacia República Dominicana específicamente. Es por este motivo, el presente trabajo será un apoyo para los posibles exportadores de botellas de plástico hacia República Dominicana. Además, es importante destacar que la botella de plástico es un producto que ha sido poco explorado en comparación con otros productos más comunes, como el café, la miel o los productos nostálgicos. Por lo tanto, este trabajo ofrece un valor agregado al llenar

este vacío en el conocimiento y proporcionar orientación para los exportadores interesados en explotar el potencial de esta industria en El Salvador.

El Salvador, cuenta con diversidad de empresas que se encuentran exportando productos plásticos a otros países, lo cual indica que la industria del plástico posee potencial para cubrir el mercado local y buscar oportunidad de crecer en otros mercados (Asi plastic , 2024). Algunas de las empresas que ya se encuentran realizando exportaciones son: TYP SA, TACOPLAST, TALLERES MONDINI SA DE CV (TAMOSA), SALVAPLASTIC, ROBERTONI, PROPLASTIC, MEZSA, KMART EL SALVADOR, Entre otras.

1.6.2 Utilidad social

El siguiente plan de internacionalización de botellas de plástico desde El Salvador hacia República Dominicana es un documento que será de utilidad para distintos grupos sociales u organizaciones entre los cuales están:

- Empresas productoras de plástico: Las empresas que se dedican a la fabricación y distribución de botellas de plástico pueden tomar este documento como un apoyo para expandir su mercado;
- Instituciones gubernamentales y privadas: Instituciones tales como COEXPORT (Corporación de Exportadores de El Salvador) CONAMYPE (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa) y ASIPLASTIC (Asociación Salvadoreña de la Industria del Plástico) pueden utilizar el presente documento para integrarlo en capacitaciones y consultorías en áreas relacionadas con el comercio exterior;
- Colegios y Universidades: Este trabajo puede ser una fuente de aprendizaje para estudiantes, profesores y profesionales que están interesados en el comercio internacional de la industria del plástico.

- Mercado laboral: El presente plan de internacionalización de botellas de plástico de El Salvador hacia República Dominicana puede llegar a generar un incremento en el mercado laboral y la generación de empleos debido a que, si la industria del plástico en El Salvador se expande, generaría un incremento significativo en empleos desde el área de producción del producto hasta para el proceso logístico para la exportación. El Ministerio de Economía (MINEC, 2024) reveló que el sector de plásticos desempeña un papel fundamental en la economía de El Salvador, generando más de 8,000 empleos a través de la operación de alrededor de 100 empresas en el país.

1.6.3 Factibilidad

La factibilidad de exportar botellas de plástico de El Salvador hacia República Dominicana depende de diferentes factores, algunos de estos son: la demanda del mercado dominicano, los costos de producción y transporte, los aranceles y regulaciones comerciales, entre otros. Para analizar la factibilidad de la exportación de botellas de plástico desde El Salvador hacia República Dominicana se consideran los siguientes factores:

- Acuerdos comerciales (TLC): Existe un acuerdo comercial entre ambos países, lo que facilita el comercio bilateral y reduce los aranceles. El Salvador y República Dominicana son países que forman parte del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana (CAFTA-DR), que también incluye a Estados Unidos y a otras naciones de América Central. Este acuerdo establece un marco para el comercio y la cooperación económica entre los países participantes, por lo que influye en las condiciones comerciales entre El Salvador y República Dominicana;
- Demanda del mercado: Existe un potencial de mercado en República Dominicana de alrededor de 3.7 millones de dólares sin explotar, los productores salvadoreños de botellas

- de plástico pueden aprovechar esta oportunidad para satisfacerla con su oferta del producto;
- Calidad y competitividad: Las botellas de plástico de elaboradas en El Salvador cumplen con estándares de calidad en comparación con otras opciones en el mercado dominicano.

1.7 Objetivos

1.7.1 General

Desarrollar un plan de la internacionalización de botellas de plástico desde El Salvador hacia República Dominicana durante el periodo comprendido entre marzo - diciembre del 2024

1.7.2 Específicos

- Enumerar las regulaciones aduaneras, comerciales y logísticas que intervienen en la internacionalización de botellas de plástico desde El Salvador hacia República Dominicana.
- Sondear la demanda de botellas de plástico en República Dominicana a través de una herramienta que permita conocer las tendencias de consumo y crecimiento de sectores demandantes de botellas plásticas.
- Analizar las oportunidades y restricciones del Tratado CAFTA-DR en la exportación de productos plásticos desde El Salvador hacia República Dominicana.
- Generar una propuesta de Marketing Mix para facilitar la entrada de las empresas salvadoreñas productoras de plástico al mercado dominicano.

1.8 Marco teórico

1.8.1 Histórico.

Historia del plástico.

El plástico es un material sintético el cual fue creado mediante la polimerización de monómeros, que son moléculas pequeñas que se enlazan con la finalidad de formar cadenas largas llamadas polímeros. Estas cadenas tienen propiedades únicas que hacen que el plástico sea versátil y útil para el desarrollo de diversos objetos de uso cotidiano (Hernández & Polanco, 2008).

Según Silvia (2002), el desarrollo de la industria del plástico a lo largo de la historia ha contado con diferentes etapas, entre las cuales se pueden mencionar

I. Primeros desarrollos de la industria (siglo XIX)

- **1856:** El químico inglés Alexander Parkes presentó el Parksin, uno de los primeros plásticos sintéticos. Este material se utilizó principalmente para fabricar objetos decorativos y utensilios;
- **1869:** John Wesley Hyatt, un inventor estadounidense, desarrolló el celuloide como una alternativa al marfil en la fabricación de billar. El celuloide, hecho a partir de nitrato de celulosa y un plastificante, fue uno de los primeros plásticos verdaderamente comerciales.

II. Primeras innovaciones del plástico (principios del siglo XX)

- **1907:** Leo Baekeland inventó el Baquelita, el primer plástico completamente sintético. Este material, derivado de la condensación de fenol y formaldehído, se utilizó ampliamente en productos eléctricos y utensilios domésticos;
- **1920s:** Se desarrollaron otros plásticos, como el polietileno (en 1929 por el químico inglés Reginald Gibson y Eric Fawcett) y el polipropileno (en 1954 por el químico italiano Giulio Natta).

III. Expansión y crecimiento de la industria (mediados del siglo XX)

- **1940s:** Durante la Segunda Guerra Mundial, el uso de plásticos se expandió rápidamente debido a su aplicabilidad en materiales de guerra y suministros. El nylon, desarrollado por Wallace

Carothers en 1935, y otros plásticos como el polietileno y el PVC, se convirtieron en materiales clave;

- **1950s:** La introducción de polietileno de alta densidad (HDPE) y polietileno de baja densidad (LDPE) llevó a una proliferación de productos de consumo. Se establecieron muchas empresas dedicadas a la producción de plásticos.

IV. Diversificación y problemas ambientales (finales del siglo XX y principios del XXI)

- **1960s-1970s:** La industria del plástico experimentó un crecimiento nunca antes visto, con la aparición de una amplia gama de productos, desde envases hasta componentes industriales. Sin embargo, también comenzaron a surgir preocupaciones sobre los efectos ambientales de los plásticos;
- **1980s-1990s:** La conciencia ambiental comenzó a aumentar, y surgieron debates sobre la durabilidad de los plásticos y su impacto en la naturaleza. Se introdujeron esfuerzos para el reciclaje y el desarrollo de plásticos biodegradables.

V. Tendencias recientes y futuro de la industria (siglo XXI)

- **2000s:** El reciclaje de plásticos se convirtió en una prioridad importante. Los avances en la tecnología de reciclaje y la innovación en materiales biodegradables intentan mitigar el impacto ambiental;
- **2020s:** La industria del plástico continúa evolucionando con la adopción de materiales más sostenibles y la mejora de las prácticas de reciclaje. Se están desarrollando plásticos a partir de recursos renovables y se promueve la economía circular para reducir los residuos plásticos;

La industria del plástico ha tenido un impacto profundo en la vida cotidiana y en la economía global, ya que esta ofrece soluciones versátiles y económicas para una amplia variedad de aplicaciones. Sin embargo, el desafío actual es equilibrar los beneficios del plástico con la necesidad de proteger el medio ambiente y gestionar sus residuos de manera efectiva. La

innovación continua y el compromiso con prácticas sostenibles son clave para el futuro de esta industria.

Tipos de plásticos.

Según Silva (2002), durante el proceso de evolución del plástico se crearon diferentes tipos de plásticos, a los cuales se les pueden dar diferentes usos. Algunos de ellos son:

- **Poliétileno (PE):** es un plástico termoplástico que se forma a partir del etileno, un hidrocarburo gaseoso derivado principalmente del petróleo o del gas natural. El etileno es un compuesto de dos átomos de carbono y cuatro átomos de hidrógeno. Durante el proceso de polimerización, las moléculas de etileno se unen para formar largas cadenas de polímeros, creando así el polietileno. Se utiliza en bolsas de plástico, botellas y tuberías. Es uno de los plásticos más comunes y versátiles.
- **Polipropileno (PP):** es un polímero termoplástico fabricado a partir del monómero propileno, que se obtiene principalmente del petróleo. El propileno es un gas que, cuando se polimeriza, forma largas cadenas de moléculas, resultando en el polímero conocido como polipropileno. Este plástico se encuentra en envases, componentes automotrices y textiles. Es conocido por su resistencia y durabilidad.
- **Policloroetileno (PVC):** es un polímero termoplástico que se fabrica a partir del monómero cloruro de vinilo. El cloruro de vinilo es un compuesto orgánico que se polimeriza para formar largas cadenas de polímeros, dando lugar al PVC. Es usado en tuberías, revestimientos de cables y productos de construcción. Puede ser rígido o flexible dependiendo de cómo se formule.
- **Poliestireno (PS):** es un polímero termoplástico que se obtiene a partir del monómero estireno. El estireno es un líquido aromático que se polimeriza para formar largas cadenas de polímeros, dando lugar al poliestireno. Este tipo de plástico se usa en embalajes, vasos

desechables y aislamiento. Puede ser rígido o espumoso (como el poliestireno expandido o "Styrofoam").

- **Poliéster (PET):** es un polímero termoplástico que se obtiene mediante la polimerización del monómero tereftalato de etileno (ET). El PET es un miembro de la familia de los poliésteres y se forma a partir de la reacción química entre el ácido tereftálico y el etilenglicol. El uso de este plástico es común en botellas de refrescos y ropa. Es conocido por su resistencia a la tracción y durabilidad.

La industria del plástico en El Salvador

La Asociación Salvadoreña de Industriales del Plástico, es una organización en la industria del plástico en El Salvador. ASIPLASTIC fue fundada en 1988 con el objetivo de representar y promover los intereses de los fabricantes y distribuidores de productos plásticos en El Salvador. Uno de los principales objetivos de ASIPLASTIC es representar a las empresas del sector plástico ante el gobierno y otras instituciones, abogando por políticas que favorezcan el crecimiento y desarrollo de la industria (Asi plastic, 2024).

La Asociación trabaja en la promoción del uso de plásticos y la educación sobre sus beneficios y aplicaciones. También se enfoca en mejorar la imagen del sector y aumentar su visibilidad. ASIPLASTIC organiza eventos, seminarios y capacitaciones para mejorar las habilidades y conocimientos de los profesionales en la industria del plástico.

Los objetivos de ASIPLASTIC son (Asi plastic, 2024):

- Buscar el fortalecimiento de la asociación, participando en organizaciones afines a la Asociación a nivel Centroamericano e Internacional;
- Promover nuevas oportunidades de negocios para los miembros de la Asociación, tanto a nivel nacional como internacional;
- Colaborar con instituciones privadas y gubernamentales nacionales o extranjeras;

- Fomentar, conservar y defender la Industria del plástico en nuestro país siguiendo los principios de la libre empresa extranjera en el desarrollo de proyectos ambientales y de reciclaje del plástico

Exportación de botellas de plástico.

La exportación de botellas plásticas es una actividad comercial significativa en la industria del plástico, involucrando una serie de consideraciones relacionadas con el mercado, la producción, la logística y la regulación. Los mercados internacionales para botellas plásticas están en crecimiento debido al aumento en el consumo de bebidas envasadas y productos alimenticios. Los países en desarrollo y las economías emergentes suelen ser mercados clave.

En El Salvador la industria del plástico cuenta con un gran potencial y esta se expande cada vez más, las empresas de la industria han notado el potencial de los productos plásticos y este se puede reflejar en los datos sobre exportaciones brindados por ASIPLASTIC.

En el sector de plástico, se registró un monto exportado de US\$ 521 millones en el 2021, representando 7.9% de las exportaciones totales de bienes (Asi plastic , 2024).

Principales productos de exportación:

- Preformas de envases para bebidas
- Bolsas plásticas
- Películas de polipropileno
- Artículos plásticos
- Artículos plásticos desechables
- Cajas de plástico
- Películas de polietileno
- Compuestos de PVC
- Láminas plásticas impresas

- Envases y otros artículos de plástico

Principales destinos de exportación:

- Guatemala
- Honduras
- Nicaragua
- Costa Rica
- México
- Estados Unidos
- República Dominicana
- Jamaica
- Panamá
- Puerto Rico

En el sector de plástico, se registró un monto exportado de US\$ 521 millones en el 2021, representando 7.9% de las exportaciones totales de bienes (Asi plastic , 2024).

1.8.2 Conceptual

Plan de internacionalización.

En materia de marketing Philip Kotler y Kevin Lane Keller definen la internacionalización como el proceso mediante el cual una empresa extiende sus operaciones más allá de su mercado doméstico para aprovechar oportunidades en mercados internacionales. En su libro, explican que este proceso implica la adaptación de estrategias de marketing a las realidades locales de los mercados extranjeros, considerando factores como la cultura, las regulaciones, y las condiciones económicas (Keller, 2012).

Un plan de internacionalización debe incluir la evaluación exhaustiva de oportunidades y riesgos en mercados extranjeros, la formulación de estrategias específicas para cada mercado, y la

implementación de un enfoque sistemático para la entrada y expansión internacional (Root, 2008). Se enfatiza la importancia de un análisis detallado de mercado, la adaptación de productos y estrategias de marketing, y la consideración de aspectos logísticos y regulatorios.

Para la creación de un plan de internacionalización que tenga mayores probabilidades de obtener buenos resultados, es de suma importancia realizar una profunda investigación del mercado y, además, la utilización de estrategias de marketing apegadas a la realidad del mercado potencial

Estudio de mercado.

Malhotra (2019), enfatiza que el estudio de mercado basado en la investigación cuantitativa se centra en la recolección de datos numéricos que permiten medir y analizar patrones y tendencias de manera estadística. Este enfoque utiliza encuestas y cuestionarios estructurados para recolectar datos de una muestra representativa, facilitando el análisis de variables y la generalización de resultados a una población más amplia. La investigación cuantitativa proporciona una base sólida para tomar decisiones informadas y cuantificar el potencial de mercado y el comportamiento del consumidor.

Segal y Heffernan (2018), Aborda el estudio de mercado desde una perspectiva cualitativa, que se enfoca en comprender los comportamientos, actitudes y motivaciones del consumidor a través de métodos como entrevistas en profundidad, grupos focales y observación. Este enfoque busca obtener una visión profunda y detallada de las percepciones y experiencias de los consumidores, proporcionando una comprensión rica y contextual que puede revelar insights que no se capturan a través de métodos cuantitativos.

El estudio de mercado se puede abordar con 2 diferentes enfoques: cuantitativo y cualitativo. El enfoque cuantitativo utiliza herramientas como encuestas y cuestionarios estructurados para medir patrones y tendencias de manera estadística, como también métodos cualitativos, como entrevistas en profundidad y grupos focales, para comprender las motivaciones y experiencias de

los consumidores. De este modo, mediante el abordaje de ambos enfoques dentro de la investigación se obtendrán resultados certeros.

Mediante el enfoque cualitativo, la herramienta a utilizar será la entrevista a empresarios de la industria del plástico y el cuestionario con los consumidores finales del producto, esto con la finalidad de conocer por medio diferentes preguntas las características necesarias del producto, las preferencias y los hábitos de compra de los consumidores.

La entrevista con las diferentes empresas de la industria del plástico en El Salvador buscará conocer datos importantes como: el tiempo que tiene la empresa de estar en el mercado, si son una empresa importadora, los beneficios que ellos encuentran en países firmantes de tratados comerciales con El Salvador y si esto es una motivación para la industria.

Mientras que, en la entrevista a realizar, se harán interrogantes dirigidas a conocer los hábitos de consumo y preferencias del consumidor final, para entender las preferencias del mismo y enfocar los productos propuestos a satisfacer las necesidades del consumidor final como las del exportador.

Así mismo, para el enfoque cuantitativo, se analizarán las cantidades de consumo de la población que utiliza productos que se encuentran envasados en botellas plásticas y sus preferencias. Esto con la finalidad de conocer la rentabilidad de la elaboración y exportación del producto a República Dominicana.

Obtener datos tanto, cualitativos como cuantitativos permitirá que la investigación sea objetiva y que se puedan brindar propuestas y conclusiones enfocadas en cantidad y calidad del producto a ofertar.

Perfil país.

Se define el perfil país como: un análisis detallado de la situación económica de un país, que incluye indicadores clave como el PIB, la inflación, el tipo de cambio y la balanza comercial (R. Krugman, Obstfeld, & J. Melitz, 2001). Este perfil ayuda a las empresas y a los inversionistas a evaluar la estabilidad económica y las oportunidades de inversión en un país específico. El perfil país proporciona una visión comprensiva del entorno macroeconómico que puede influir en las decisiones estratégicas relacionadas con la expansión internacional y la inversión.

Philip R. Cateora (2015), Abordan el perfil país desde una perspectiva de análisis de mercado, destacando la importancia de evaluar aspectos como el entorno político, las leyes y regulaciones, el comportamiento del consumidor y la infraestructura del país. Según estos autores, un perfil país detallado permite a las empresas entender mejor el contexto en el que operan, identificar oportunidades de mercado y anticipar desafíos que podrían afectar sus operaciones internacionales. Este análisis integral es crucial para desarrollar estrategias de entrada al mercado y adaptar las ofertas a las condiciones locales.

El perfil país contempla el análisis económico y el análisis del entorno de mercado. Este incluye la evaluación de indicadores económicos clave como el PIB, inflación y balanza comercial, junto con un estudio del entorno político, leyes, regulaciones y comportamiento del consumidor. Al unir estos aspectos, permite a las empresas no solo evaluar la estabilidad macroeconómica, sino también comprender las dinámicas del mercado y las condiciones locales, facilitando decisiones estratégicas de inversión, expansión y adaptación a mercados internacionales

Producción de botellas de plástico.

Prada Ospina & Acosta Prado (2017), Explican que la producción de botellas de plástico mediante moldeo por soplado es un proceso común que utiliza una preforma de plástico, generalmente hecha de PET (tereftalato de polietileno). La preforma se calienta y se sopla dentro

de un molde para formar la botella deseada. Este método es eficiente para producir botellas con una alta uniformidad y precisión en el grosor de las paredes, y es ampliamente utilizado para envases de bebidas y productos de consumo debido a su capacidad para formar botellas de diversas formas y tamaños.

Prada Ospina & Acosta Prado (2017), Describen la producción de botellas de plástico utilizando la tecnología de extrusión-soplado como un método en el que un tubo de plástico fundido, conocido como "parison", es extruido y luego soplado dentro de un molde para formar la botella. Este proceso permite una gran flexibilidad en el diseño y la fabricación de botellas, y es especialmente útil para la producción de botellas de gran tamaño o con características especiales, como formas complejas y diferentes colores. La tecnología de extrusión-soplado es conocida por su capacidad para producir botellas con propiedades mecánicas y estéticas específicas.

Teorías de internacionalización.

La teoría del Uppsala, desarrollada por Johanson y Vahlne sugiere que la internacionalización de una empresa es un proceso incremental y gradual. Según esta teoría, las empresas tienden a entrar en mercados internacionales de manera progresiva, comenzando por aquellos que presentan menos riesgos y posteriormente expandiéndose hacia mercados más lejanos (Vahlne, 1997). El proceso se basa en el aprendizaje y la acumulación de experiencia, y la internacionalización avanza a medida que la empresa adquiere conocimientos sobre los mercados extranjeros y disminuye la incertidumbre.

Merubia (2019), Presenta la teoría del efecto de red en el contexto de la internacionalización. Esta teoría argumenta que las empresas que están presentes en redes internacionales de negocios tienen mayores oportunidades de expansión global debido a las conexiones y relaciones que forman parte de estas redes. Según Merubia, las empresas aprovechan estas redes para acceder a nuevos

mercados, obtener información valiosa y establecer relaciones con socios internacionales, lo que facilita su entrada y éxito en mercados extranjeros.

Las teorías de internacionalización se pueden dividir en 2 corrientes, Merubia propone que la internacionalización de una empresa es un proceso tanto incremental como basado en redes. Comienza con una entrada gradual en mercados internacionales menos riesgosos, similar a la teoría del Uppsala, mientras se apoya en las redes internacionales de negocios para facilitar y acelerar la expansión (Merubia, 2019). Las empresas utilizan sus conexiones y relaciones en estas redes para adquirir conocimientos y reducir la incertidumbre sobre mercados extranjeros, al tiempo que avanzan progresivamente hacia mercados más complejos y lejanos. Esta combinación permite una expansión más estratégica y eficiente a nivel global.

1.8.3 Legal

Tabla 1 *Leyes, reglamentos y normas de República Dominicana*

Nombre del documento	Tipo de documento	Descripción	Ámbito de aplicación
Norma ISO 9001	Norma	Asegura que los envases plásticos cumplan con los estándares de calidad y especificaciones del cliente. Mejorando la eficiencia y consistencia en la producción de envases plásticos.	Mundial
CAFTA – DR	Acuerdo Comercial	Tanto El Salvador como República Dominicana son signatarios de este tratado, que reduce o elimina aranceles y barreras comerciales entre los países miembros. Las botellas de plástico pueden beneficiarse de estas disposiciones.	Regional

El Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana – Centroamérica (TLC RD/CA)	Acuerdo Comercial	Regula las prácticas comerciales y ambientales dentro de la región del Caribe, buscando promover el comercio sostenible y la protección del medio ambiente.	Regional
Norma Técnica NORDOM 83: Envases plásticos. Símbolos.	Norma	Proporcionar los símbolos unificados para los componentes de términos relativos a los plastificantes para formar los términos abreviados, sólo se incluyen abreviaturas que se utilizan habitualmente.	Regional
Ley de Medio Ambiente (Decreto Legislativo No. 233)	Ley	Regula la protección del medio ambiente en El Salvador, incluyendo la producción y exportación de plásticos. Exige que las empresas cumplan con normas ambientales para reducir el impacto ecológico.	Nacional
Ley de Gestión Integral de Residuos y Fomento al Reciclaje. (Decreto No. 527)	Ley	Esta ley influye en la regulación de productos plásticos, promoviendo prácticas sostenibles. Los productos destinados a la exportación deben cumplir con los estándares de reciclaje y gestión de residuos, lo que puede ser relevante si el mercado dominicano tiene exigencias similares.	Nacional
Decreto Ejecutivo N°: 42 - REGLAMENTO ESPECIAL SOBRE EL MANEJO INTEGRAL DE LOS DESECHOS SOLIDOS	Reglamento	Implica seguir una serie de pasos para asegurar que la gestión de los residuos generados durante la producción cumpla con las normativas ambientales y	Nacional

Fuente: Elaboración propia con datos

2. Metodología de la investigación

La metodología de la investigación se define como el conjunto de métodos y técnicas que un investigador utiliza para llevar a cabo una investigación. Su principal objetivo es garantizar que el proceso de obtención de datos y análisis sea riguroso, válido y fiable para finalmente brindar una conclusión acertada de la investigación. La metodología de la investigación busca identificar claramente el problema o la pregunta de investigación que se quiere resolver o responder (De Barbosa Moreno, 2020).

Durante el desarrollo de la investigación es de suma importancia que la metodología de investigación sea cuidadosamente planificada y ejecutada para asegurar la calidad y la credibilidad de los resultados obtenidos al finalizar.

2.1 Método

El método a utilizar durante la presente investigación será el método concurrente, debido a que este permitirá obtener datos cualitativos y cuantitativos con la finalidad de obtener mayor objetividad y abarcar ambos escenarios (De Barbosa Moreno, 2020). Este diseño de investigación implica la realización de varias investigaciones al mismo tiempo con el fin de utilizar una para reforzar la otra. En un enfoque de métodos mixtos, el diseño concurrente coloca una investigación dentro de otra (por ejemplo, un estudio cuantitativo dentro de un estudio cualitativo).

- **Datos cuantitativos:** Se recolectarán datos sobre la cantidad de población que consume o utiliza productos que se encuentran envasados en botellas plásticas y sus preferencias.
- **Datos cualitativos:** Al mismo tiempo, se entrevistará a exportadores para entender los factores que influyen en el comercio de estas botellas, las barreras percibidas, las

percepciones del mercado y las políticas gubernamentales que afectan la importación.

2.2 Enfoque

Con la finalidad de obtener una mejor comprensión de los diferentes aspectos que abarca la investigación en curso, la misma se realizara bajo un enfoque mixto, obteniendo datos tanto cualitativos como cuantitativos que permitan conocer la problemática desde diferentes puntos de vista. El enfoque mixto se desarrolla tomando en su primer fase datos cualitativos que permitan conocer las cualidades de la problemática en cuestión para posteriormente incluir aspectos importantes en las herramientas de investigación. De igual forma, en la segunda fase se busca conocer la problemática desde una perspectiva cuantitativa por medio de indicadores y estadísticas que nos permitan conocer otro tipo de información relevante para la investigación.

El enfoque mixto es una metodología investigación que emplea técnicas cualitativas como cuantitativas con el objetivo de brindar una perspectiva más amplia de la investigación. Este enfoque busca obtener una visión integral de la realidad al explorar el problema desde diferentes perspectivas y niveles de análisis (Sampieri, 2014). En lugar de elegir entre métodos cualitativos (que exploran en profundidad experiencias y significados) y cuantitativos (que miden y analizan datos numéricos), el enfoque mixto utiliza ambos para abordar la investigación de manera más robusta y detallada.

Dentro de las ventajas de la implementación de este enfoque encontramos que permite que los hallazgos de un tipo de método complementen y enriquezcan los hallazgos del otro, ayudando a aumentar la credibilidad de los hallazgos, ya que se puede verificar la consistencia de los resultados a través de diferentes métodos utilizados.

2.3 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación son herramientas y métodos utilizados para recolectar y analizar datos en un estudio de investigación. Estas técnicas pueden variar según el enfoque metodológico (cuantitativo, cualitativo, o mixto) y el tipo de datos que se desean obtener dentro de la investigación (Sampieri, 2014).

Dentro del proceso de la presente investigación, se utilizarán diferentes técnicas de investigación, con la finalidad de abarcar aspectos tanto cuantitativos como cualitativos que sean relevantes para conocer aspectos a tomar en cuenta al momento de buscar internacionalizar el producto: botellas plásticas hacia República Dominicana desde El Salvador.

2.3.1 Técnicas Cuantitativas

Estas técnicas se centran en la recolección y el análisis de datos numéricos y se utilizan para identificar patrones, hacer generalizaciones y establecer relaciones causales. Como parte del uso de técnicas de investigación cuantitativas en la presente investigación utilizaremos Información documental ya existente, como los datos brindados por el BCR de El Salvador en diferentes años sobre las exportaciones de plásticos hacia República Dominicana, entre otros.

2.3.2 Técnicas Cualitativas

Las técnicas cualitativas se enfocan en la comprensión profunda de fenómenos y experiencias a través de datos no numéricos, como textos y entrevistas. Dentro de la investigación utilizaremos la técnica de la entrevista a empresas de la industria del plástico para conocer la perspectiva del sector de frente a la idea de exportar sus productos a República Dominicana. De igual manera, para realizar la entrevista y que esta nos brinde datos relevantes y funcionales dentro de la investigación haremos uso de un cuestionario que nos permita realizar preguntas claras y objetivas.

2.4 Fuentes

Las fuentes dentro de la metodología de la investigación son los recursos o referencias que el o los investigadores utilizan para obtener información relevante para su estudio. Estas fuentes pueden variar según el tipo de investigación (cuantitativa, cualitativa, mixta), el área del conocimiento y el enfoque de la investigación (De Barbosa Moreno, 2020).

Dentro de la presente investigación sobre la internacionalización de botellas de plástico desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana se utilizarán las siguientes fuentes de información:

2.4.1 Fuentes Primarias

Las fuentes primarias son aquellas que contienen datos o información original, directamente obtenida dentro del proceso de estudio. Dentro de las fuentes de investigación primaria que se utilizarán dentro de la presente investigación se encuentran:

La entrevista y la encuesta: Como parte del proceso de recolección de datos, se utilizará la técnica de entrevista y encuesta, esto con la finalidad de obtener datos relevantes para la investigación. Para el proceso de obtención de datos por medio de entrevista, se realizarán tres entrevistas semiestructuradas con empresarios de la industria del plástico, dentro de la entrevista se realiza una serie de preguntas que nos permitan conocer datos relevantes y la perspectiva de los empresarios de dicho rubro sobre la posibilidad de exportar sus productos a República Dominicana. De igual manera, se obtendrán datos de investigación por medio de una encuesta, la cual está dirigida al público consumidor final, esto con el objetivo de conocer la perspectiva de la población en general sobre el uso de las botellas plásticas, sus preferencias y los factores que podrían afectar los patrones de compras de productos que vienen embotellados en estas.

2.4.2 Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias son aquellas que contienen información que ya fue procesada, interpretada o analizada por otros investigadores en el pasado. Las fuentes secundarias comprenden desde tesis, artículos, libros, bases de datos académicas u otros que hayan marcado un antecedente que sea de utilidad para la presente investigación. Las fuentes secundarias a consultar durante el desarrollo de la presente investigación son:

- **Artículos científicos:** Se hará uso de artículos científicos que nos permitan conocer más sobre el tema del plástico, sus tipos y formas, sus diferentes usos y su evolución a lo largo de la historia;
- **Bases de datos académicas:** La investigación sobre la internacionalización de botellas de plástico de El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana tendrá como fuentes secundarias algunas investigaciones desarrolladas anteriormente, las cuales serán un antecedente para este informe.

2.4.3 Fuentes Terciarias

Son aquellos recursos que organizan y presentan información de fuentes primarias y secundarias de manera resumida y accesible. Las fuentes terciarias no aportan datos originales, estas solamente sintetizan y organizan información de otros tipos de fuentes. Las fuentes terciarias son de gran apoyo para conocer sobre conceptos puntuales que son relevantes para el desarrollo de la investigación.

- **Enciclopedias y diccionarios:** Para obtener mayor conocimiento sobre los diferentes tipos de plásticos y sobre conceptos especializados que se utilizan dentro de la industria, se hará uso de diccionarios y enciclopedias virtuales que nos apoyen en la comprensión del proceso de creación de las botellas y las diferencias que existen entre los materiales con los que se crean y los usos permitidos para los mismos.

- **Fuentes Documentales**

Dentro de la metodología de la investigación, las fuentes documentales son aquellas que son generadas por reportes de investigación o archivos compartidos de manera oficial por instituciones gubernamentales en base a los datos obtenidos en diferentes aspectos de interés para la población. La investigación utilizara como fuente documental de respaldo el siguiente tipo:

- **Archivos oficiales o gubernamentales:** Dentro de la parte cuantitativa de la investigación se hará uso de diferentes documentos elaborados por instituciones gubernamentales, donde se encuentren datos sobre la exportación de botellas plásticas hacia diferentes países y al país en estudio (República Dominicana).

2.5 Unidad de investigación

La unidad de medida dentro de la presente investigación sobre la internacionalización de botellas plásticas hacia la República Dominicana es un conjunto de aspectos cualitativos y cuantitativos. Las unidades cuantitativas estarán relacionadas con los volúmenes y valores de exportación, mientras que las unidades cualitativas estarán relacionadas con las entrevistas, casos, percepciones y análisis de políticas. La combinación de ambas perspectivas permitirá obtener una visión más completa sobre los factores que influyen en la internacionalización de las botellas plásticas en ese contexto específico.

Cuantitativos:

- Volumen de plásticos exportados desde El Salvador hacia República Dominicana.

Cualitativas:

- Entrevistas con exportadores de plásticos sobre sus experiencias y desafíos (**Ver Anexo 2**).
- Análisis de políticas gubernamentales que afectan la exportación de productos plásticos.

2.6 Determinación de población y muestras.

La determinación de la población y la muestra a analizar, será dada mediante un método de muestreo por conveniencia, el cual consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo.

Dentro del muestreo por conveniencia se obtendrán y analizarán datos haciendo uso de las diferentes herramientas antes mencionadas, para obtener datos cualitativos y cuantitativos. Para el muestreo cuantitativo se desarrollarán 25 encuestas con la finalidad de conocer la percepción del consumidor final de las botellas plásticas y para los datos a recolectar de manera cualitativa se realizará por medio de dos entrevistas a profundidad con empresarios de la industria del plástico en El Salvador, con los cuales se abarcarán diversas preguntas que permitirán conocer su perspectiva ante la posibilidad de exportar sus productos hacia Santo Domingo, República Dominicana.

2.7. Diagnósticos de internacionalización

Dentro del apartado diagnósticos de internacionalización se analizarán diversos puntos esenciales en la investigación, como los análisis de barreras y miedos, los cuales son de gran importancia para que los empresarios interesados en internacionalizar sus productos puedan tener un panorama de las dificultades con las que puede encontrarse durante el proceso y la importancia que tienen las mismas. El diagnóstico de adaptación del producto nos permite analizar el producto dentro del mercado destino y conocer que tan complicado podría ser penetrar el mercado con el mismo, por lo cual también se desarrollará un diagnóstico de este tipo con la finalidad de dar a

conocer todos los aspectos que es necesario tomar en cuenta antes de tomar la decisión de internacionalizar un producto.

El conocimiento de los diferentes diagnósticos de internacionalización es relevante dentro de la investigación debido a que permitirá que las empresas interesadas en internacionalizar botellas plásticas hacia Santo Domingo, República Dominicana desde El Salvador tengan un escenario de los aspectos necesarios a cubrir antes de decidir expandirse a dicho mercado.

2.7.1 Análisis de barreras y miedos

Para obtener un análisis más completo de la posición en la que se encuentra una empresa para tomar la decisión de internacionalizar sus productos, es necesario hacer una evaluación de diferentes factores que pueden ser clave en el éxito o el fracaso de los esfuerzos realizados para expandirse. Para conocer la realidad de la empresa frente al mercado internacional existen herramientas que permiten conocer las debilidades y las fortalezas de la empresa.

La tabla 2 de análisis de barreras y miedos permite considerar los factores más destacables para una empresa que busca la internacionalización de sus productos, permitiéndole al futuro exportador que haga una evaluación de la relevancia de ciertos aspectos dentro del proceso, tomando en cuenta la posibilidad que el mismo tendría para solventarlos y la importancia que como empresa consideran tiene cada factor.

La herramienta de análisis de barreras y miedos clasifica los factores a evaluar por niveles de importancia, es decir: nada, algo, media, alta y muy alta. Algunos ejemplos de los factores que esta herramienta nos permite evaluar son: La empresa no tiene ventajas competitivas, la empresa no tiene departamento de exportación, los representantes de la empresa no hablan el idioma correctamente o la documentación necesaria es muy compleja. Dentro de la herramienta el exportador debe indicar el grado de importancia de los factores supuestos, indicando al final en que grado se encuentran la mayoría de factores supuestos.

Para una empresa con intenciones de internacionalizar sus productos, tener una mayoría de factores supuestos en el grado de importancia nada, algo y media, supondría un escenario positivo en el cual el exportador tiene cubiertas la mayoría de las áreas necesarias para llevar a cabo la internacionalización. En cambio, si se plantea el escenario de una empresa que dentro del desarrollo de la herramienta de barreras y miedos encuentra la mayoría de los factores supuestos clasificados con grado de importancia alto y muy alto, deben de replantearse la posibilidad de internacionalizar sus productos y trabajar en tener un panorama de exportación estable que brinde mayor seguridad a la empresa y a su inversión al internacionalizarse.

Es importante tomar en cuenta los aspectos planteados en la herramienta al momento de internacionalizar un producto y considerar la realidad en la que se encuentra la empresa al momento de querer expandirse, esto debido a que el proceso de internacionalización podría llegar a tener mayores dificultades para una empresa que nunca ha exportado sus productos.

Tabla 2 *Análisis de barreras y miedos*

		Grado de importancia				
		Nada	Algo	Media	Alta	Muy alta
1.	Falta de información			x		
2.	Falta de apoyos		x			
3.	Es muy costoso			x		
4 .	Los precios son malos			x		
5.	Falta de tamaño de empresa			x		
6.	No tenemos ventajas competitivas				x	
7.	No hay departamento exportación		x			

8. No tenemos las homologaciones precisas	x	
9. Nuestro enfoque es local / estatal	x	
10. No hablamos idiomas correctamente	x	
11. No nos lo hemos planteado	x	
12. Nuestro producto no soporta el "transporte"	x	
13. No tenemos agentes/representantes	x	
14. La documentación es muy compleja	x	
15. Conocer el mercado exterior es caro		x
16. No somos competitivos en el exterior		x
17. El mercado interior es suficiente	x	
18. Nos falta financiación	x	
19. No tenemos tiempo para hacerlo	x	
20. Nos falta organización	x	

Fuente: Elaboración propia, formato provisto en especialización de internacionalización de productos

Al analizar el cuadro anterior y clasificando el origen de las barreras el no tener ventajas competitivas Indica que la empresa no ha desarrollado una diferenciación frente a sus competidores, lo que limita su capacidad de competir en mercados externos. La falta de competitividad en mercados exteriores suele deberse a factores como costos elevados, calidad del producto, falta de innovación o adaptación a las demandas locales. Esto refleja que en el mercado

extranjero la empresa no está en condiciones de competir de manera efectiva frente a los actores locales o internacionales. El coste asociado a realizar estudios de mercado, obtener información y análisis detallados sobre el mercado extranjero representa una limitación económica para la empresa por lo cual es una barrera financiera.

En la tabla 3 se representa el Origen y Momento en el cual las barreras pueden suceder que permite a la empresa identificar y clasificar las barreras que enfrenta en su proceso de internacionalización

Tabla 3 *Análisis de barreras indicadas*

Barreras Indicadas	Origen Barreras					Momento	
	Mercado	Interna Empresa	Financiera	Producto	Entorno	Solo momento inicial	Permanente
1. No tenemos ventaja competitiva		X				X	
2. Conocer el mercado exterior es caro			X			X	
3. No somos competitivos en el exterior	X					X	

Fuente: Elaboración propia formato provisto en especialización de internacionalización de productos

Es importante tomar en cuenta estos aspectos al momento de internacionalizar un producto considerando la realidad en la que se encuentra la empresa al momento de querer expandirse, esto debido a que el proceso de internacionalización podría llegar a tener mayores dificultades para una empresa que nunca ha exportado sus productos. Por medio del análisis de barreras y miedo podemos estudiar la importancia de cada uno de los 20 aspectos que considera la matriz, considerando si cada uno de los factores que están dentro de esta

2.7.2 Diagnóstico de adaptación de producto

El plástico es utilizado en una amplia variedad de sectores económicos en la República Dominicana, especialmente los envases plásticos que representan una parte clave de del comercio interno y esto se debe mucho a sus características las cuales vienen dadas en empaques flexibles y duros. Son muy utilizados debido a los beneficios que presentan como su empaque más ligero, conservación, seguro e higiénico, conveniente e innovador, reciclable y a su uso en distintas industrias de país. En la atabla 4 se observan los principales usos del plástico en República Dominicana.

Tabla 4 Principales usos del plástico en República Dominicana.

Principales usos del plástico en República Dominicana	
1	Envases
2	Construcción
3	Automotriz
4	Eléctrico y Electrónico
5	Hogar, Ocio y Deportes

Fuente: Elaboración propia con datos de Contribución del Sector Plásticos a la Economía Dominicana, Despradel y asociados- DASA, 2022

El mercado de botellas de plástico en República Dominicana juega un rol crucial en sectores como el alimentario y de bebidas, donde se utilizan ampliamente, representando el 73% de los productos en góndolas de supermercados, con exigencias estrictas en términos de calidad deben cumplir con especificaciones técnicas rigurosas como la impermeabilidad, resistencia a la presión interna y la capacidad de proteger los productos sin comprometer su calidad o seguridad. En términos de seguridad y regulación, las botellas deben cumplir con normativas que aseguren la protección contra la contaminación y permitan una inspección visual clara de los contenidos, especialmente en la industria alimentaria. La calidad es un factor fundamental, ya que las botellas

deben ser lo suficientemente duraderas para resistir la manipulación durante la producción y distribución, y garantizar que los productos lleguen a los consumidores en óptimas condiciones. Además, la preocupación por el impacto ambiental ha llevado a un énfasis en el reciclaje y la sostenibilidad. La capacidad de cumplir con estas demandas asegura que las botellas de plástico sigan siendo una opción dominante en el sector de envases del país ya que está altamente regulado y exige altos estándares de calidad, seguridad, sostenibilidad e impacto ambiental, lo que obliga a los fabricantes a cumplir con estas demandas para mantenerse competitivos en un entorno donde la logística eficiente y la responsabilidad medioambiental son cada vez más relevantes.

En la Tabla 5 se puede observar la matriz de adaptación del producto, esta es una herramienta que permite al exportador considerar aspectos relevantes en cuanto a la elaboración de su producto y puntuar del 1 al 5 (siendo 1. muy trabajado, no me preocupa a 5 nada trabajado, me preocupa mucho) según el nivel de desarrollo que tenga cada una de las características del producto mencionadas dentro de la matriz.

Tabla 5 *Matriz de diagnóstico de adaptación de producto*

Características		Elementos trabajados a nivel local (de 1 muy trabajado, no me preocupa a 5 nada trabajado me preocupa mucho)	Importancia para el mercado (de 1 poco importante para el mercado a 5 muy importante para el mercado)	Total
Oferta Básica	1 Producto Básico	2	5	10
	2 Especificaciones Técnicas del Producto	3	4	12
	3 Exigencias Seguridad/Reglamento	2	4	8
	4 Calidad/Prestaciones Requeridas	2	5	10
	5 Tamaño, Forma, Dimensiones	3	4	12
	6 Gama de Producto	4	4	16

Añadidos	1 Empaque	2	5	10
	2 Embalajes	2	5	10
	3 Diseño	3	4	12
	4 Marcas	2	2	4
	5 Impacto Ambiental	3	5	15
Soporte	1 Entrega	2	2	4
	2 Instalación	1	1	1
	3 Seguimiento	1	2	2
	4 Garantía	2	4	8

Fuente: Elaboración propia formato provisto en especialización de internacionalización de productos

La matriz de adaptación del producto permite analizar las cualidades del producto en su oferta básica, sus añadidos y las actividades de soporte que se puedan brindar al adquirir el producto. Dentro de la herramienta se encuentra un análisis del nivel de desarrollo de las cualidades del producto pero también se analiza el nivel de importancia del desarrollo de las cualidades del producto para los consumidores y que tan perceptible es el desarrollo integral del producto, tomando en cuenta el producto base, es decir calidad, presentaciones, especificaciones técnicas, etc; la oferta añadida que brinda la empresa junto a sus productos, por ejemplo el empaque y embalaje y finalmente, las actividades de soporte que la empresa brinda al adquirir sus producto, como la entrega, instalación y garantía.

Para el análisis de las botellas plásticas, el producto básico es la botella terminada junto a su rosca, donde se puede analizar el diseño y la practicidad que brinda el envase para la manipulación de los líquidos contenidos dentro de la misma; De igual manera, es necesario considerar las exigencias a cumplir en el caso de ser botellas plásticas destinadas a envasar alimentos o bebida, debido a que el tipo de plástico a utilizar es especial para productos de ingesta humana.

Es importante considerar dentro de los valores añadidos el empaque de las botellas, el diseño innovador y practico y el embalaje a utilizar para mover las botellas plásticas en grandes cantidades de un lugar a otro sin que estas se dañen. Finalmente, la herramienta contempla actividades de soporte que se le puedan brindar al comprador, en el caso de las botellas plásticas se pueden mencionar actividades como la entrega, el seguimiento a la calidad del producto y a la funcionalidad de la misma.

La Tabla 6 se evalúa y analiza el producto en función de sus características básicas, elementos añadidos y servicios de soporte

Tabla 6 *Evaluación de producto*

		Platilla con evaluación por nivel de producto																									
Oferta básica	1	Producto Básico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
												0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5
	2	Especificaciones Técnicas del Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	
												0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5
	3	Exigencias Seguridad/ Reglamento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	
												0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5
4	Calidad/Prestaciones Requeridas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
											0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	
5	Tamaño, Forma, Dimensiones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
											0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	
6	Gama de Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
											0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	
Añadidos	1	Empaque	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
												0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5
	2	Embalajes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
												0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5
	3	Diseño	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
												0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5
4	Marcas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2			
											0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	
5	Impacto ambiental	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
											0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	
Soporte	1	Entrega	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
												0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5
	2	Instalación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2		
												0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5
3	Seguimiento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2			
											0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	
4	Garantía	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2			
											0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	

Fuente: Elaboración propia formato provisto en especialización de internacionalización de productos

2.7.3 Factores de potencial de exportación

Es importante conocer cuál es el potencial de exportación de los productos hacia el país seleccionado antes de iniciar el proceso de internacionalización de productos. Export Potential Map es una herramienta que puede apoyar a los futuros exportadores a conocer el potencial de exportación de un producto de un país X hacia un país Y. En el caso de las botellas plásticas desde El Salvador hacia República Dominicana la herramienta brinda los siguientes datos:

Export Potential Map (2024), La oportunidad de exportación de botellas de plástico hacia República Dominicana es de \$9.2 m y exportaciones reales de \$5.8 m por lo cual hay un potencial sin explotar restante de \$3.4 m, es decir que existe un potencial de rentabilidad medio del potencial sin explotar (\$3.4 millones) en relación con las exportaciones actuales (\$5.8 millones) sugiere una oportunidad significativa de crecimiento, aunque no es excesivamente grande. La Capacidad productiva (volumen y permanencia) es alto dado que El Salvador ya exporta \$5.8 millones, la capacidad productiva parece ser sólida y sostenida. El hecho de que exista un potencial sin explotar de \$3.4 millones indica que el país tiene margen para aumentar su producción de manera continua sin sobrecargar su capacidad.

Tabla 7 *Potencial de Exportación de botellas de plástico desde el Salvador hacia República Dominicana.*

Exportación de (392330) Botellas y similares, para transporte/ envasado, de plástico desde el Salvador hacia República Dominicana	
Potencial de Exportación	\$9.2 M
Exportaciones Reales	\$5.8 M
Potencial sin explotar restante	\$3.4 M

Fuente: Elaboración propia con datos de Export Potential Map. Potencial de exportación de botellas de plástico de El Salvador hacia República Dominicana

La capacidad de movilidad es media ya que el transporte de productos plásticos es relativamente eficiente y rentable, pero puede estar limitado por factores logísticos, como la infraestructura, rutas comerciales y costos de transporte hacia República Dominicana y la adaptabilidad técnica es Alta debido a que los productos plásticos, como las botellas, pueden adaptarse fácilmente a las normativas y especificaciones del mercado importador. La capacidad de comercialización es media dado que El Salvador ya tiene una presencia en el mercado de República Dominicana, el hecho de que exista un potencial sin explotar considerable indica que hay oportunidades para mejorar la comercialización.

La Tabla 8 muestra diferentes aspectos a considerar para llevar a cabo la exportación de productos, brindando grados de importancia que el futuro exportador debe considerar para conocer posibilidad de exportar sus productos.

Tabla 8 Factores de potencial de exportación.

	Matriz posibilidad exportación de producto				
	Muy Baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Potencial de rentabilidad			x		
Capacidad Productiva (Volumen y Permanencia)				x	
Capacidad de Movilidad			x		
Adaptabilidad Tecnica				x	
Capacidad de comercialización			x		

Fuente: Elaboración propia Desarrollada en clases de especialización en comercio internacional.

Dentro de los factores a considerar dentro de la matriz de exportación de productos se encuentran: el potencial de rentabilidad de un producto, es decir, que tan rentable es la comercialización del producto tanto en el país de origen como en el país destino; la capacidad productiva (volumen y permanencia) de la empresa de cubrir la demanda nacional e internacional con el volumen de fabricación de sus productos; Capacidad de movilidad, considerando las

posibilidades de transporte de las mercancías, método de transporte, formas de embalaje, rutas alternas, etc.; La adaptabilidad técnica, considerando los productos que oferta la competencia y los que la empresa puede ofrecer y la capacidad de comercialización, es decir, la capacidad de realizar esfuerzos que le permitan a la empresa crear relaciones comerciales con su mercado meta.

Para el caso de las botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana, la capacidad de movilidad es media ya que el transporte de productos plásticos es relativamente eficiente y rentable, pero puede estar limitado por factores logísticos, como la infraestructura, rutas comerciales y costos de transporte hacia República Dominicana y la adaptabilidad técnica es Alta debido a que los productos plásticos, como las botellas, pueden adaptarse fácilmente a las normativas y especificaciones del mercado importador. La capacidad de comercialización es media, dado que El Salvador ya tiene una presencia en el mercado de República Dominicana, el hecho de que exista un potencial considerable sin explotar indica que existen oportunidades para mejorar la comercialización del producto.

2.8. Conclusiones del diagnóstico de la situación

Previo a iniciar un proceso de internacionalización de productos, es importante que el futuro exportador haga uso de las diferentes herramientas que le permiten evaluar cuales son los aspectos que podrían en algún momento ser una dificultad dentro del proceso, esto con la finalidad de minimizar riesgos y esfuerzos que no generen las utilidades esperadas. Las herramientas de análisis de barreras y miedos, análisis de posibilidad de exportación, análisis de adaptación del producto y Export Potential Map, permiten al exportador conocer las fortalezas de su empresa de cara a la internacionalización y le permiten tomar decisiones acertadas basadas en un análisis cualitativo (análisis de barreras y miedos, análisis de posibilidad de exportación y análisis de adaptación del producto) y cuantitativo (Export Potential Map, 2024)

En relación al estudio de la exportación de botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana, el diagnóstico sobre la situación revela varias áreas clave que las empresas exportadoras deben considerar para aprovechar las oportunidades y superar los desafíos. En primer lugar, las barreras y miedos relacionados con la falta de información no son significativos, ya que hay recursos disponibles para obtener datos sobre el comercio de plásticos entre ambos países. El apoyo del Ministerio de Economía e Industria de El Salvador también facilita el acceso a proyectos de desarrollo del sector plástico. Sin embargo, la falta de una ventaja competitiva clara es una preocupación importante. Las empresas exportadoras deben encontrar maneras de diferenciarse de la competencia, ya que competir en un mercado regulado y exigente como el de República Dominicana requiere productos innovadores y de alta calidad. Afortunadamente, ambos países comparten el idioma español, lo que elimina barreras de comunicación. Aunque la documentación y los trámites de exportación pueden parecer complejos al inicio, con la preparación adecuada se pueden superar sin mayores problemas.

Respecto a la adaptación del producto, las botellas de plástico son esenciales para diversos sectores en República Dominicana, especialmente el alimentario y de bebidas, que utiliza envases plásticos en el más del 70% de los productos en góndolas. Esto obliga a los exportadores a cumplir con estrictos estándares de calidad, tales como la resistencia, impermeabilidad y capacidad de mantener la seguridad alimentaria. Asimismo, la sostenibilidad es un factor crucial en este mercado, por lo que los exportadores deben adaptar sus productos a la creciente demanda de envases reciclables y sostenibles. El cumplimiento con las regulaciones locales sobre impacto ambiental es también una exigencia prioritaria.

En conclusión, aunque existen desafíos como la falta de una ventaja competitiva clara, el potencial de exportación de botellas de plástico desde El Salvador hacia República Dominicana es considerable. Con una adecuada estrategia de diferenciación, cumplimiento de las normativas

ambientales y mejoras en la comercialización, El Salvador puede aumentar su presencia en este mercado y aprovechar el potencial sin explotar, mejorando sus exportaciones en un sector con alta demanda.

3. Plan de Internacionalización

3.1 Decisiones de mercado

3.1.1 Estudio de mercado

Export Potential Map (2024), República Dominicana es un mercado elegible como objetivo para la internacionalización de botellas de plástico debido a su potencial no explotado de exportaciones, estimado en 3.4 millones de dólares, lo que representa una oportunidad clara para incrementar la participación en un mercado en crecimiento. Además, el país cuenta con condiciones comerciales favorables bajo el tratado CAFTA-DR, que reduce barreras y aranceles, facilitando el intercambio de mercancías entre ambos países.

La alta demanda de productos plásticos, especialmente en sectores como el alimentario y de bebidas, donde los envases plásticos representan el 73% de los productos en supermercados, refuerza su atractivo como mercado. La sólida capacidad productiva de la industria plástica en El Salvador, que exporta más de 500 millones de dólares anualmente, garantiza la posibilidad de cubrir esta demanda cumpliendo con los estándares de calidad y sostenibilidad del mercado dominicano. A esto se suma la proximidad cultural y lingüística, que elimina barreras de comunicación, generando un entorno ideal para expandir el comercio y aprovechar esta oportunidad estratégica.

Según el estudio realizado con el objetivo de conocer el mercado destino para realizar el plan de internacionalización de botellas plásticas desde El Salvador hacia República Dominicana, se han identificado datos clave que permiten comprender mejor el comportamiento del consumidor. Este análisis proporciona información valiosa sobre las preferencias, hábitos de compra y factores

que influyen en las decisiones de consumo, lo cual resulta fundamental para diseñar estrategias que respondan eficazmente a las necesidades del mercado.

Comportamiento del consumidor

Dentro del desarrollo de la investigación se realizó una encuesta con el objetivo de recopilar datos relevantes para analizar las tendencias y hábitos de consumo relacionadas con productos envasados en botellas de plástico. Este estudio permitió identificar los hábitos de compra de los consumidores, los tipos de productos más demandados y la frecuencia con la que adquieren estos productos (**Ver anexo 3**). La información obtenida es fundamental para comprender mejor el comportamiento del mercado y explorar oportunidades de mejora e innovación.

Dentro de la encuesta realizada haciendo uso de la Escala de Likert para obtener las respuestas de los consumidores finales del producto y con la finalidad de poder medir la frecuencia de los hábitos de compra y preferencias de los consumidores, se colocaron como posibles respuestas: Siempre, A menudo, Ocasionalmente y Nunca.

Más del 60% de los encuestados tienen un consumo regular de botellas de plástico, indicando que estos productos son indispensables o de alta disponibilidad en el mercado. Solo un pequeño porcentaje (4%) reporta evitar estos productos, lo que puede estar influido por factores como preferencia ambiental, acceso a alternativas o conciencia ecológica. Lo cual indica que existe una fuerte dependencia del plástico en los hábitos de compra de los consumidores. También se muestra que el 73% del consumo de botellas plásticas se concentra en bebidas, seguido de alimentos con un 15% y un 12% utilizado por los productos de limpieza. Esto refleja una alta demanda de las botellas plásticas en la industria de bebidas, probablemente por su practicidad y frecuencia de compra, probablemente influenciado por la alta demanda diaria de bebidas y la facilidad de acceso

a botellas plásticas, que son útiles y prácticas. También se confirma que estos productos envasados en botellas plásticas tienen una alta presencia en la vida de los consumidores lo que confirma la relevancia de estos productos en la vida cotidiana. El 65% de los consumidores expresa que desecha las botellas plásticas en la basura común, mientras que solo el 19% las recicla, y un 12% las reutiliza para otros fines, como llevar líquidos o brindarle un nuevo uso a la botella. Esto refleja una falta de hábitos de reciclaje y reutilización por parte de los consumidores finales del producto. Los resultados confirman la fuerte dependencia del plástico en los hábitos de compra, especialmente en productos de alta rotación como bebidas. Sin embargo, el manejo inadecuado de las botellas al final de su uso plantea retos ambientales significativos para la sociedad y para las empresas dentro de la industria del plástico.

El consumidor promedio de productos envasados en botellas plásticas, tiene un patrón de consumo marcado por la preferencia del producto (marca) y la frecuencia y funcionalidad del envase. El mercado de alimentos y bebidas es un área con gran demanda de envases plásticos debido a los hábitos de compra de los consumidores, los cuales buscan facilidad de uso y funcionalidad de los mismos. La industria alimenticia, envasadora de bebidas y de productos de higiene personal son según los datos obtenidos dentro de la encuesta un área de oportunidad para los empresarios del sector de plásticos. En general, los consumidores integran los productos envasados en botellas plásticas como parte esencial de su rutina diaria, especialmente por su utilidad en satisfacer necesidades básicas como la hidratación, la alimentación y la limpieza.

Según datos obtenidos dentro de la encuesta, se definen como puntos de interés específico para el exportador de envases plásticos los siguientes:

- **Lugar de compra:** Supermercado
- **Número de veces que compra:** Regularmente, más del 60% de los encuestados adquieren productos envasados en botellas plásticas con frecuencia ("Siempre" o "Frecuentemente").

- **Tendencias:**

1. Alta dependencia del plástico en los hábitos de compra.
2. Mayor consumo en la categoría de bebidas (73%), seguido de alimentos (15%) y productos de limpieza (12%).
3. Baja práctica de reciclaje (19%) y reutilización (12%).
4. La mayoría (65%) desecha las botellas en la basura común.

- **Productos que más compra:**

1. Bebidas (agua, refrescos, jugos).
2. Alimentos (aceites, salsas, etc.).
3. Productos de limpieza (detergentes, limpiadores).

Perfil comercial

El perfil comercial de la República Dominicana puede centrarse en resaltar sus oportunidades, principales fortalezas económicas y sectores estratégicos, posicionándose como un mercado clave en el Caribe y América Latina.

La Tabla 9 muestra y proporciona un análisis completo del mercado de botellas plásticas en República Dominicana, destacando las oportunidades y desafíos para los exportadores de El Salvador.

Tabla 9 *Perfil Comercial elaborado con datos de: (Comisión Interamericana de los Derechos Humanos - OEA, 1999), (Oficina Nacional de Estadísticas de República Dominicana, 2018-2020), (Banco Central de República Dominicana, 2020).*

Perfil comercial	
Tendencia	La tendencia de compra de productos envasados en botellas plásticas en República Dominicana demuestra un fuerte consumo de bebidas, especialmente agua, refrescos y jugos. La conveniencia, el bajo costo y la disponibilidad en puntos de venta son factores importantes para la demanda.

Clientes	Dentro de los consumidores se encuentran todas las empresas que fabrican alimentos, bebidas y productos de limpieza que sean envasados en botellas plásticas y comercializados al consumidor final posteriormente.
Precios	Los precios de venta de las botellas plásticas en oscilan entre los \$0.22 a los \$0.33 centavos dependiendo de la medida de la misma, por lo que el precio de las botellas plásticas en El Salvador es competitivo con el del mismo producto en República Dominicana.
Productos	Los productos a ofertar en República Dominicana son botellas PET de 350 ml, 500 ml, 1000 ml, 1 galón y 5 galones. De igual manera, tomando en consideración la practicidad y el nivel de fabricación de productos de limpieza e higiene envasados en botellas plásticas, se sugiere considerar la exportación de botellas de plástico HDPE de 500 ml., 1 litro y un galón.
Medios de publicidad	(ONE , 2020) Las empresas del sector comercio utilizaron en un 81.9% la plataforma de Instagram, seguido de un 72.2% Facebook, un 37.5% página web y en cuarto lugar Radio/Televisión con un 14.4%.
Principales competidores	Induspal S.A., Envases del Caribe (EDC), Petroquímica, Plásticos del Caribe, PetroPlast.
Ventajas competitivas	El mercado de consumo de productos envasados en botellas plásticas dominicano es similar al salvadoreño en cuanto a costumbres y hábitos de consumo y presentaciones son muy similares a las que se encuentran en el mercado salvadoreño y que los precios son más competitivos entre ambos países, esto puede convertirse en una ventaja competitiva.

Fuente: Elaboración propia.

Localización y selección de canales de acceso al mercado

Este apartado permitirá identificar las mejores opciones para que la empresa acceda al mercado objetivo de manera eficiente, asegurando un control adecuado de las operaciones y alineándose con sus recursos, capacidades y objetivos comerciales. La selección del canal de exportación indirecta será clave para optimizar la presencia en el mercado internacional y garantizar la sostenibilidad del proceso de internacionalización.

La exportación indirecta consiste en que la empresa gestiona de manera indirecta el proceso de exportación hacia mercados internacionales, es decir, trabajando de la mano con distribuidores o mayoristas que se encuentren establecidos en el país destino. Se ha seleccionado este tipo de canal de distribución debido a que la empresa ofertara sus productos directamente a empresas mayoristas fabricantes de bebidas, alimentos y productos de higiene que sean envasados en botellas plásticas.

La exportación indirecta utiliza intermediarios externos para gestionar el proceso, lo que reduce el compromiso de recursos, pero también limita el control directo de la empresa sobre sus operaciones internacionales.

Para conocer la evaluación de criterios para el acceso al mercado se utilizó la herramienta de Análisis de selección de canal de internacionalización, la cual permite considerar criterios con diferentes niveles de relevancia e identificar cual es el escenario más conveniente para la empresa. Algunos de los elementos a considerar dentro del llenado de la herramienta son el potencial del mercado, la localización geográfica de los compradores y el poder de compra. La herramienta dio como resultado más conveniente el canal a elegir los Distribuidores / Importadores y como segunda opción Agentes o Comisionistas, por lo cual el canal de acceso al mercado a elegir son los Distribuidores / Importadores. **(Ver Anexo 4).**

Al seleccionar como canal de distribución a los distribuidores/ importadores, la empresa exportadora debe de enfocar sus esfuerzos en crear alianzas comerciales con empresas dedicadas a

la elaboración de alimentos y bebidas envasadas en botellas plásticas. Hacer uso de este tipo de canal indirecto para la internacionalización del producto permite que la empresa tenga responsabilidades limitadas, comprometiendo un menor número de recursos y esfuerzos en el proceso de internacionalización, en el cual posteriormente según las necesidades y los beneficios obtenidos la empresa exportadora puede definir un canal de exportación diferente que cubra sus necesidades.

Cadena de precios de exportación

En la cadena de precios de exportación para el producto de botellas plásticas, es muy importante considerar el precio que ya posee el producto en el mercado destino. Esto se debe a que, al ser un producto presente en el mercado de Santo Domingo, República Dominicana, es fundamental analizar el comportamiento del precio en dicho mercado para poder asignar un precio competitivo.

Para poder determinar el precio de exportación se tendrán en cuenta las siguientes variables: costo del producto, costo de comercialización, costo de exportación.

En costeo se tomará en cuenta algunas variables para poder conformar el costo del producto, la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, realizando un análisis del costo el producto, es importante mencionar que las botellas plásticas son un producto que al fabricarlas por millar tienen un costo unitario de aproximadamente \$0.008 centavos de dólar. Por lo que, la fabricación y venta de botellas plásticas es un negocio que genera mayores beneficios al fabricarlo por miles.

El costo de exportación son todos los gastos en los que incurre el productor o el empresario para llevar su producto al mercado de destino, tales como el pago de servicios logísticos, trámites de documentación, seguros, manipulación, flete, entre otros (**Ver anexo 5**). El costo de exportación del producto será definido en el apartado de política de precio, donde se desglosan los costos a cubrir para la exportación del producto.

Promoción Internacional

La promoción internacional es el conjunto de actividades y estrategias implementadas para posicionar y dar a conocer el producto en los mercados extranjeros, con el fin de aumentar el interés de los clientes aumentando así las ventas de las botellas de plástico en República Dominicana.

- **Publicidad en redes sociales:** Usar plataformas como Facebook, Instagram y LinkedIn para promover las botellas de plástico. Adaptando el mensaje a empresas locales de alimentos, bebidas y cosméticos.
- **Página web:** Diseñar una página web optimizada en español, mostrando los productos, tamaños, precios y certificaciones.
- **Ferias comerciales virtuales regionales:** Asistir a ferias locales o regionales, como Expo Provisiones o eventos específicos de la industria de envases y embalajes.
- **Distribuidores locales:** Trabajar con distribuidores establecidos que ya tienen acceso a clientes clave en el mercado dominicano.
- **Catálogos y muestras:** Realizar catálogos detallados con imágenes y descripciones claras de tus productos.

Estas actividades permiten adaptar la oferta a las necesidades locales, destacando aspectos clave como sostenibilidad, calidad y personalización, que son cada vez más valorados por los consumidores y las empresas.

Transporte y logística

El transporte y la logística son aspectos importantes que el exportador debe definir con claridad al momento de internacionalizar sus productos, es necesario conocer las diferentes opciones con las que se cuenta para transportar la mercancía de un país a otro. Las opciones de transporte

dependen del país al que se va exportar, de la distancia, de las rutas de conexión entre ambos países y de las cantidades y tipo de producto a exportar.

Para la movilización del transporte de carga, usualmente se cuenta con las siguientes opciones (Silvera Escudero, 2020):

Transporte terrestre: Este tipo de transporte es conveniente para el transporte de mercancías a países cercanos, con carreteras en buenas condiciones y con rutas que permitan la movilización en tiempos no tan extensos, Este tipo de transporte se realiza por medio vehículos que transportan contenedores, sin embargo, depende mucho del tipo de mercaderías a transportar.

Transporte aéreo: Generalmente es utilizado para transportar mercancías con alto valor o para mercancía que es necesario llegue en un tiempo corto a su país destino. El transporte aéreo suele ser más costoso con la ventaja de que su tiempo de llegada es mucho más rápido.

Transporte marítimo: El transporte marítimo usualmente es utilizado para el transporte de mercancías con poco riesgo de caducidad y para cantidades grandes, esto debido a que el transporte marítimo es caracterizado por tardar más en llegar a su país destino.

Para la selección del tipo de transporte a utilizar se deben considerar aspectos como: la naturaleza del producto, los tiempos definidos de entrega, la distancia a recorrer y las posibles rutas para el transporte.

Para definir una modalidad de transporte de mercancías es necesario conocer los diferentes puntos de ingreso de mercancías al país destino, para el caso de República Dominicana son los siguientes:

Transporte Marítimo

En República Dominicana según la Autoridad Portuaria Dominicana existen 15 puertos comerciales dominicanos entre los cuales están: (APORDOM, 2023)

Puerto Libertador (Manzanillo) Pepillo Salcedo, Provincia Montecristi (Administración Estatal)

1. Puerto Plata, Provincia Puerto Plata, (Administración Estatal)
2. Arroyo Barril, Provincia Samaná, (Administración Estatal)
3. Romana, Provincia de la Romana, (Privado y Fiscalizado por el Estado)
4. Puerto La Cana, Provincia San Pedro de Macorís, (Privado y Fiscalizado por el Estado)
5. Puerto de San Pedro, Provincia San Pedro de Macorís, (Administración Estatal)
6. Puerto de Boca Chica, Provincia Santo Domingo, (Administración Estatal)
7. Puerto de Caucedo, Provincia Santo Domingo, (Privado y Fiscalizado por el Estado)
8. Puerto AES Andrés, Provincia Santo Domingo, (Privado y Fiscalizado por el Estado).
9. Puerto de Santo Domingo, Distrito Nacional y Provincia Santo Domingo, (Del Estado, Concesionado al Sector Privado)
10. Puerto de Rio Haina (Márgenes Oriental y Occidental), Provincia Santo Domingo y San Cristóbal, (Del Estado, Concesionado al Sector Privado)
11. Puerto de ITABO, Provincia San Cristóbal, (Privado y Fiscalizado por el Estado).
12. Puerto Punta Catalina, Provincia Peravia, (Administración Estatal No Definida)
13. Puerto de Azua, Provincia de Azua de Compostela, (Administración Estatal)
14. Puerto de Barahona, Provincia de Barahona, (Administración Estatal)
15. Puerto de Cabo Rojo, Provincia de Pedernales, (Del Estado, Concesionado al Sector Privado).

Dentro de los cuales hay 3 puertos principales y más importantes en dicho país los cuales son:

- Santo Domingo: El Puerto de Santo Domingo, ubicado en la capital junto al río Ozama y el Mar Caribe, cuenta con tres terminales (Sans Souci, Don Diego y Santo Domingo), 10 muelles y 180,000 m² de almacenamiento. Maneja más de 40,000 TEUS y 500,000

toneladas de carga no contenerizada al año, destacando en sectores como perecederos, automotriz y energía.

- **El Puerto Caucedo:** En Punta Caucedo, provincia de Santo Domingo, opera con 14 líneas navieras y dispone de un muelle de 922 metros, 80 hectáreas de patio, 1,050 conexiones para contenedores refrigerados y más de 30 grúas. Su capacidad es de 1.68 millones de TEUs, permitiendo manejar carga contenerizada, refrigerada, general, a granel, proyectos y vehículos, con tecnología de escaneo por rayos X.
- **Puerto Río Haina:** El Puerto Río Haina, en Santo Domingo, cerca de zonas industriales, tiene 16 muelles, 11.5 metros de profundidad y dos terminales: Haina Oriental y Occidental. Maneja más de 470,000 TEUs al año con carga como granos, aceite, cemento, combustibles y productos químicos.

Transporte aéreo

Los aeropuertos son infraestructuras clave que facilitan el transporte de pasajeros y mercancías a nivel nacional e internacional. En República Dominicana, los principales aeropuertos desempeñan un papel fundamental en el comercio, el turismo y la conectividad global del país.

Entre los más destacados se encuentran: (DSV, 2023)

- **Aeropuerto Internacional de las Américas (Santo Domingo):** Es el segundo aeropuerto más importante en tráfico de pasajeros. Dispone de dos terminales, una pista de 3,354 metros, y 13 posiciones para carga aérea. Maneja miles de toneladas de carga mensualmente, siendo el sector perecedero el principal usuario con un 70% del total.
- **Aeropuerto Internacional del Cibao (Santiago):** Es el tercer aeropuerto en relevancia. Opera con tres terminales: dos para pasajeros (internacional y doméstica) y una para carga. Procesa más de 900 toneladas mensuales de mercancías, destacando sectores

como el perecedero, tabacalero, alimentos y bebidas, e industrial.

- **Aeropuerto Internacional Joaquín Balaguer (La Isabela, Santo Domingo):** Actúa como un aeropuerto secundario en Santo Domingo. Maneja más de 40,000 toneladas de carga aérea al año, incluyendo productos farmacéuticos y perecederos, gracias a su equipo especializado y áreas de almacenamiento.

Estos aeropuertos no solo conectan a República Dominicana con el resto del mundo, sino que también impulsan su economía al facilitar la exportación de productos clave, especialmente perecederos, tabaco, y productos industriales, fortaleciendo sectores como el comercio y la industria.

Para el comercio internacional de mercancías, dentro del factor de transporte y logística también es importante considerar el uso de los incoterms, los cuales permiten definir las responsabilidades entre el vendedor y el comprador durante el proceso de exportación de las mercancías.

Luevano (2013), Se le denomina Términos Internacionales de Comercio (INCOTERM) a todas aquellas normas que regulan la entrega de las mercancías, que se utilizan para aclarar los costos de las transacciones comerciales internacionales que establecen las obligaciones/responsabilidades entre el comprador y el vendedor. El objetivo de los incoterms es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo que permita acordar los derechos y obligaciones del vendedor y comprador en las transacciones comerciales internacionales por lo que se puede utilizar en contratos de compra-venta efectuados con el extranjero.

Los incoterms son aplicables según su clasificación, la cual está dada por la cantidad de responsabilidades del comprador y vendedor dentro del proceso, estas responsabilidades definidas según lo acordado por ambas partes. La clasificación de los incoterms es (Hernández Luévano, 2013):

1. E: Único termino por el que el vendedor pone las mercancías a disposición del comprador en el local del vendedor.

2. F: El vendedor se encarga de entregar la mercancía a un medio de transporte escogido por el comprador.

3. C: El vendedor contrata el transporte sin asumir riesgos de pérdida o daño de la mercancía o costos adicionales después de la carga y despacho.

4. D: El vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino.

En la Figura 1 se muestran los diferentes incoterms, sus categorías, sus siglas y su significado tanto en inglés como en español, aportando a la comprensibilidad de los términos.

Figura 1 *Categorías de los Incoterms*

CATEGORIAS	SIGLAS	INGLES	ESPAÑOL
MULTIMODALES	EXW	1. EX WORKS (NAMED PLACE)	1. EN FABRICA (LUGAR ACORDADO)
	FCA	2. FREE CARRIER (NAMED PLACE)	2. LIBRE DE PORTE (LUGAR ACORDADO)
	CPT	3. CARRIAGE PAID TO (NAMED PLACE OR DESTINATION)	3. FLETE PAGADO HASTA (LUGAR DE DESTINO)
	CIP	4. CARRIAGE AN INSURANCE PAID TO (NAMED PLACE OF DESTINATION)	4. FLETE Y SEGURO HASTA (LUGAR DE DESTINO ACORDADO)
	DAP	5. DELIVERED AT PLACE	5. ENTREGADO EN LUGAR
	DAT	6. DELIVERD AT TERMINAL	6. ENTREGADO EN TERMINAL
	DDP	7.DELIVERED DUTY PAID (NAMED PLACE OF DESTINATION)	7. ENTREGADO CON ARANCELES PAGADOS (LUGAR DE DESTINO ACORDADO)
SOLO MARITIMOS	FAS	8. FREE ALOGSIDE SHIP (NAMED PORT OF SHIPMENT)	8. LIBRE AL COSTADO DE BUQUE (PUERTO DE EMBARQUE ACORDADO)
	FOB	9. FREE ON BOARD (NAMED PORT OF SHIPMENT)	9. LIBRE A BORDO(PUERTO DE EMBARQUE ACORDADO)
	CFR	10. COST AND FREIGHT (NAMED PORT OF DESTINATION)	10. COSTO Y FLETE (PUERTO DE DESTINO ACORDADO)
	CIF	11. COST INSURANCE AND FREIGHT (NAME OF PORT OF DESTINATION)	11. COSTO, SEGURO Y FLETE (PUERTO DE DESTINO ACORDADO)

Fuente: INCOTERMS Y SU IMPORTANCIA EN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES (Hernández Luévano, 2013, pág. 5).

De igual forma, antes de iniciar un proceso de internacionalización de un producto es necesario conocer el riesgo/ responsabilidad y las características de cada incoterm, esto con la finalidad de seleccionar el más conveniente para ambas partes durante la exportación de los productos. La Figura 2 muestra las características de cada uno de los incoterms de acuerdo a su clasificación.

Figura 2 Características de los incoterms según su clasificación

GRUPO	SIGLAS INCOTERMS	RIESGO O RESPONSABILIDAD	CARACTERISTICAS
E	EXW	Punto de entrada	Venta en punto de entrada, el vendedor se desliga de toda responsabilidad.
F	FAS	Punto de exportación	Mercancía despacha en punto de exportación / El vendedor no paga flete internacional
	FOB		
	FCA		
C	precio	Punto de exportación	Flete internacional pagado por el vendedor / en caso de siniestro el comprador reclama el seguro de la mercancía
	CPT		
	CIP		
D	DAT	Punto de llegada	La mercancía es responsabilidad del vendedor hasta el punto de llegada al país En caso de siniestro el vendedor paga la mercancía Este incoterm incluye tanto gastos de exportación como de transporte hasta el punto acordado
	DAP		
	DDP		

Fuente: INCOTERMS Y SU IMPORTANCIA EN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES (Hernández Luévano, 2013, pág. 5).

Y finalmente, como parte del análisis a realizar para saber que incoterm es más conveniente para ambas partes durante la exportación, la figura 3 muestra los cargos que cubre cada incoterm para el vendedor.

Figura 3 Descripción del inicio y el final de cada una de las funciones de los incoterms.

Nombre	Carga a camión	Pago de tasas de exportación	Transporte al puerto de exportación	Descarga del camión en el puerto de exportación	Cargos por embarque en el puerto de exportación	Transporte al puerto de importación	Cargos por desembarque en el puerto de importación	Carga en camiones desde el puerto de importación	Transporte al destino	Seguros	Paso de aduanas	Impuesto de importación
EXW	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
FCA	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
FAS	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
FOB	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
CFR	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
CIF	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✗ No	✗ No	✗ No	✓ Si	✗ No	✗ No
CPT	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
CIP	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✗ No	✗ No	✗ No	✓ Si	✗ No	✗ No
DAT	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✗ No	✗ No	✗ No	✗ No
DAP	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✗ No	✗ No	✗ No
DDP	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si	✓ Si

Fuente: INCOTERMS Y SU IMPORTANCIA EN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES (Hernández Luévano, 2013, pág. 5).

Localización de barreras

Uno de los factores a considerar al momento de iniciar un proceso de la internacionalización, es conocer las barreras arancelarias y no arancelarias que puede implicar la exportación. Las barreras tanto arancelarias como no arancelarias dependen en su totalidad del país de origen y del país destino, esto debido a que muchas veces cuando los países tanto de origen como de destino tienen relaciones comerciales por medio de tratados internacionales que benefician el comercio entre ellos, los aranceles suelen ser menor o incluso en algunas ocasiones es posible tener cero aranceles.

En el caso de las barreras no arancelarias estas están compuestas por cualquier medida distinta a un arancel que pueda afectar el comercio de las mercancías importadas; así dentro de esta categoría se pueden destacar las medidas sanitarias y fitosanitarias injustificadas (Baena Rojas, 2023).

Las botellas plásticas, dentro del Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) se encuentran bajo el inciso arancelario número 39233099000, siendo el nombre de la partida arancelaria: ARTICULOS PARA EL TRANSPORTE O ENVASADO, DE PLASTICO; TAPONES, TAPAS,

CAPSULAS Y DEMAS DISPOSITIVOS DE CIERRE, DE PLASTICO (Aduana El Salvador, 2025).

La figura 4 muestra los datos generales de la partida arancelaria de las botellas plásticas según el Sistema Arancelario Centroamericano (SAC)

Figura 4 Datos de la partida arancelaria del producto: Botellas plásticas dentro del Sistema Arancelario Centroamericano.

Datos Generales	
Inciso Arancelario	39233099000
Capitulo	PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS
Partida	ARTICULOS PARA EL TRANSPORTE O ENVASADO, DE PLASTICO; TAPONES, TAPAS, CAPSULAS Y DEMAS DISPOSITIVOS DE CIERRE, DE PLASTICO
Sub Partida	- Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y articulos similares:
Arancel	- - - Los demás
Vigencia	NA

Fuente: Sistema Arancelario Centroamericano (SAC electrónico)

Las botellas plásticas para su ingreso en República Dominicana deben cancelar ciertas barreras arancelarias, entre estas se encuentran:

- El impuesto al IVA el cual en el país destino es de un 18% sobre el valor CIF de la mercancía, este impuesto es una carga fiscal interna que se aplica sobre el consumo de bienes y servicios dentro del país (Dominicana, 2025).
- El DAI (Derecho Arancelario de Importación), el cual si bien es un impuesto por la importación de productos a República Dominicana, el cual no aplica para todos los productos que ingresan al país, sin embargo, en el caso de los plásticos no se encuentran exentos y el arancel a cancelar podría rondar desde el 5% al 20% del valor CIF de la mercadería, esto depende de factores como: la cantidad de mercadería exportada, el porcentaje de producto reciclado que contenga el plástico utilizado y la recurrencia de la

exportación. Sin embargo, es importante mencionar que la tasa exacta dependerá de la clasificación final que haga la aduana durante el proceso de exportación del producto (Dominicana, 2025).

Para la exportación de botellas plásticas desde El Salvador hacia República Dominicana, es necesario considerar los diferentes procedimientos aduaneros y barreras no arancelarias.

- **Clasificación arancelaria y reglas de origen:** Las manufacturas de plástico, incluyendo botellas, se clasifican en partidas arancelarias específicas que determinan los aranceles aplicables en el caso de las botellas de plástico tanto El Salvador como en República Dominicana cuentan con el tratado de libre comercio que indica que para este producto el arancel es cero.
- **Procedimientos aduaneros y documentación:** Es fundamental que los exportadores salvadoreños estén familiarizados con los procedimientos aduaneros de la República Dominicana y cuenten con toda la documentación requerida para la exportación, estos documentos son: Factura de exportación, Lista de empaque, DUCA D, Documentación de transporte internacional, Declaración de Mercancías, Certificados de origen y Factura de Exportación.
- **Barreras no arancelarias:** Dentro de las barreras no arancelarias que son aplicables para la exportación de botellas plásticas entre El Salvador y República Dominicana, es necesario considerar que dependiendo del uso que se les dará a las botellas plásticas existe la posibilidad de que se soliciten permisos fitosanitarios que comprueben la calidad del plástico tipo PET debido a que el mismo estará en contacto con alimentos y bebidas. Este tipo de pruebas que verifican la calidad del plástico utilizado para el envasado de productos alimenticios dentro de la región, se suelen realizar con el Instituto tecnológico del plástico de Colombia (AIMPLAS).

3.1.2 Perfil país

República Dominicana

Nombre oficial: República Dominicana

Capital: Santo Domingo

Ubicación: El país se encuentra en el Caribe, en la isla Hispaniola, compartida con Haití.

Superficie: 48,671 km² (es el segundo país más grande del Caribe)

Población: Aproximadamente 11 millones de habitantes (2023).

Idioma oficial: español.

Moneda: Peso dominicano (DOP)

Gobierno: República democrática, representativa y unitaria.

Presidente: Luis Abinader (desde agosto de 2020).

Fuso horario: UTC-4

Historia:

República Dominicana es un país rico en historia, dentro de los aspectos más relevantes se encuentran los siguientes:

- **Descubrimiento:** La isla fue descubierta por Cristóbal Colón el 5 de diciembre de 1492.
- **Colonización:** Fue la primera colonia española en América. Su capital, Santo Domingo, fue la primera ciudad europea fundada en el continente.
- **Independencia:** El 27 de febrero de 1844, la República Dominicana proclamó su independencia de Haití, luego de ser ocupada por este país durante 22 años.
- **Dictadura:** En el siglo XX, fue gobernada por una dictadura encabezada por Rafael Trujillo (1930-1961), quien controló el país con mano dura. Su muerte marcó el comienzo de una transición hacia la democracia (Pons, 2006).

Geografía:

- **Relieve:** La República Dominicana posee una geografía diversa con montañas, valles y costas. Su punto más alto es el Pico Duarte (3,098 metros sobre el nivel del mar).
- **Clima:** Tiene un clima tropical, con temperaturas promedio de 25-30°C, y con una temporada de lluvias entre mayo y noviembre.
- **Islas y costas:** Además de la isla principal, el país tiene diversas islas menores como Saona y Catalina. El país cuenta con más de 1,500 km de costas, tanto en el océano Atlántico como en el mar Caribe.

Economía:

Los aspectos más relevantes dentro de la actual economía de República Dominicana son:

- **PIB (Producto Interno Bruto):** En 2023, la República Dominicana experimentó uno de los crecimientos económicos más altos de la región. (Banco Central de la República Dominicana, s.f.)

Sectores clave:

Dentro de los sectores clave de la economía de República Dominicana se encuentran:

- **Turismo:** Uno de los principales motores de la economía, especialmente en zonas como Punta Cana, Puerto Plata y la capital Santo Domingo.
- **Agricultura:** La producción de azúcar, café, cacao, tabaco y frutas tropicales son importantes.
- **Manufactura:** La producción de textiles, calzados y productos electrónicos es significativa.
- **Minería:** El país tiene importantes reservas de oro y plata, lo que también es una fuente de ingresos.

- **Comercio:** Importante socio comercial de Estados Unidos, China y varios países del Caribe. (Camara de comercio y producción Santo Domingo, s.f.)

Cultura:

- **Música:** La música es una parte fundamental de la cultura dominicana, siendo el merengue y la bachata los géneros más representativos.
- **Gastronomía:** Entre los platos típicos se encuentran el "mangú" (puré de plátano), "sancocho" (guiso de carne y vegetales), "moro de guandules" (arroz con guandules) y "tostones" (plátanos fritos).
- **Deportes:** El béisbol es el deporte nacional, y la República Dominicana ha producido una gran cantidad de jugadores que han destacado en las Grandes Ligas de béisbol en los EE.UU.
- **Fiestas:** La cultura de fiestas es muy rica, destacándose el carnaval de la República Dominicana, que se celebra en febrero con desfiles y música en todo el país (Ministerio de Cultura República Dominicana, s.f.).

Turismo:

La República Dominicana es uno de los destinos turísticos más populares del Caribe. Entre sus principales atractivos turísticos están (Ministerio de Cultura República Dominicana, s.f.):

- **Playas:** Algunas de las mejores playas del Caribe están aquí, como Punta Cana, Bávaro, Samaná, y Puerto Plata.
- **Santo Domingo:** La Zona Colonial de la capital, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, destaca por su arquitectura histórica y monumentos como la Catedral Primada de América.
- **Parques nacionales:** El país cuenta con varios parques nacionales, reservas y zonas

protegidas, como el Parque Nacional del Este y el Parque Nacional Jaragua.

- **Ecoturismo:** Ofrece una gran variedad de opciones para el ecoturismo, como excursiones a montañas, cascadas y senderismo.

Educación y Salud:

- **Sistema educativo:** La educación básica es gratuita y obligatoria en el país. Sin embargo, existen desigualdades en el acceso y calidad de la educación, especialmente en zonas rurales.
- **Salud:** El sistema de salud es mixto, con una combinación de servicios públicos y privados. En los últimos años, ha habido esfuerzos para mejorar la cobertura médica y el acceso a los servicios de salud (Ministerio de educación República Dominicana, s.f.).

Relaciones Internacionales:

La República Dominicana es miembro de diversas organizaciones internacionales, como la ONU, la OEA (Organización de Estados Americanos), el CARICOM (Comunidad del Caribe), y el Sistema de la Integración Centroamericana (SICA). En cuanto a relaciones bilaterales, ha mantenido fuertes vínculos con Estados Unidos, su principal socio comercial, así como con países de América Latina y el Caribe.

Desafíos:

- **Desigualdad:** A pesar del crecimiento económico, persisten desigualdades sociales y económicas, especialmente en las zonas rurales.
- **Corrupción:** La corrupción sigue siendo un problema importante en el sector público.
- **Medio ambiente:** La deforestación y la contaminación son desafíos significativos para la sostenibilidad ambiental.

3.2 Operaciones y clientes

3.2.1 Plan de acción.

i. Políticas de adaptación al mercado internacional.

- Política de producto

Las botellas plásticas brindan a los consumidores beneficios al momento de manipular líquidos, este producto facilita el resguardo de los mismos si no son consumidos en un mismo momento y permiten almacenar otro tipo de líquidos o darle un nuevo uso a la botella plástica. La diversidad de usos que se le pueden dar a una botella plástica y la practicidad en cuanto a la manipulación de los líquidos por medio de las mismas hacen que los consumidores prefieran comprar sus productos con este tipo de envase. Dentro de los usos más comunes de las botellas plásticas se encuentran el envasado de diferentes tipos de líquidos y alimentos, por ejemplo:

Alimentos: El plástico es un material que permite moldearlo de manera que cubra las necesidades de resguardo de productos, un ejemplo del uso de envases plásticos para la industria alimenticia son los alimentos que se encuentran envasados en botellas tipo PET que resguardan café, condimentos, golosinas, etc.

Bebidas: El envase más utilizado por las empresas productoras de bebidas son los envases plásticos de tipo PET, esto gracias a su costo, practicidad, manejo y durabilidad del material.

Productos de limpieza: La industria de los productos de limpieza y desinfección han innovado con la elaboración de envases plásticos prácticos para la dispensación de detergente, cloro, limpia vidrios, etc. Algunos de los envases desarrollados por esta industria suelen incluir válvulas o atomizadores que permiten la facilidad del manejo de los productos.

Las botellas plásticas permiten a los consumidores finales una mejor manipulación y resguardo de diferentes tipos de líquidos, dentro de la investigación realizada por medio de la herramienta:

encuesta a consumidor final, al analizar los datos obtenidos por medio de las respuestas de los consumidores se puede concluir que el 96% de la población encuestada compra sus productos (alimentos, bebidas o productos para limpieza) envasados en este tipo de botellas, de igual manera es importante recalcar que dentro de la misma encuesta los consumidores indicaron que la mayoría de los productos envasados en botellas plásticas que consumen son bebidas, siendo los factores más importantes para la decisión de compra el incoterm del producto y el diseño y practicidad de uso de la botella.

Según los hábitos de consumo de los encuestados, el sector con mayor demanda de productos envasados es alimentos y bebidas, un 88% de los encuestados indicaron que sus compras de productos envasados en botellas plásticas son de esta industria. De igual manera, dentro de una de las entrevistas realizadas a empresarios productores de plásticos en El Salvador, la empresa INCUSA S.A de C.V compartía que, a lo largo de sus 30 años, la empresa ha tenido como Core Business principal la elaboración de envases plásticos para la industria de alimentos y bebidas, debido a que en su experiencia es el sector más rentable debido a la demanda de los mismos productos.

Con base a los datos obtenidos en la encuesta y en la entrevista, la propuesta del producto a exportar desde El Salvador hacia República Dominicana son botellas plásticas de tipo PET para el envasado de alimentos y bebidas con una capacidad de 500 ml. La cual, en el mercado tiene un precio de aproximadamente \$0.28 centavos de dólar comprando por unidad en El Salvador y de 19.99 RD pesos dominicanos comprando por unidad en República Dominicana.

La tabla 10 muestra la oferta del producto botellas de plástico para la exportación desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana.

Tabla 10 *Oferta del producto*

Oferta del producto		
Producto básico	Presentación	Para la internacionalización del producto la empresa ofertara a sus posibles clientes botellas plásticas de tipo PET de 500 ml, con la posibilidad de también brindar a sus clientes las presentaciones: envase plástico PET para alimentos y bebidas de los tamaños: 350 ml, 1000 ml., 1 galón y 5 litros, según las necesidades de envasado de los clientes.
	Precio	Dentro del factor precio de oferta de las botellas plásticas, es necesario considerar que estos sean competitivos con los del país destino. Tomando en cuenta que los precios de las botellas plásticas PET y HDPE dependiendo del tamaño y las cantidades adquiridas se pueden encontrar desde los \$0.21 dólar.
Oferta añadida	Empaque y Embalaje	El empaque de las botellas plásticas para exportación se realiza con plástico rígido, con un embalaje combinado y posteriormente en pallets que contienen 784 botellas por pallet (4 niveles con 196 botellas cada uno).
Oferta en actividades de soporte	Seguimiento	Constante seguimiento con los distribuidores o importadores, canal de servicio al cliente, página web y redes sociales

Fuente: Elaboración propia, formato provisto en especialización de internacionalización de productos.

Dimensiones del producto: Botella de plástico tipo PET con capacidad de 500 ml. La cual puede ser utilizada principalmente para contener líquidos para consumo humano (alimentos y bebidas). También pueden almacenarse otras sustancias químicas con un diseño transparente (**Ver Anexo 6**).

- **Botella 500 ml**

Material: PET

Capacidad: 500 mililitros.

Altura de envase: 20.3 cm

Rosca: 28mm.

Peso: 18 grs.

- **Botella 1 Litro**

Material: PET

Capacidad: 1000 mililitros.

Altura de envase: 25.8 cm

Rosca: 28mm.

Peso: 25 grs.

- **Empaque**

El producto esencial es el beneficio central que el cliente busca al adquirir las botellas de plástico. En este caso, el producto esencial es:

- Contener líquidos de manera segura, higiénica y eficiente para consumo humano o almacenamiento de sustancias químicas.
- Facilitar la conservación y transporte de productos líquidos en diversos sectores, como alimentos, bebidas, higiene y limpieza.
- Cumplir con las necesidades básicas de envasado de los clientes, adaptándose a diferentes tamaños y usos.

El producto real son las botellas de plástico fabricadas en PET (para alimentos y bebidas) o HDPE (para productos de higiene y limpieza) en diversos tamaños y capacidades:

- Pequeñas: 350 ml, 500 ml, 750 ml, 1000 ml (para bebidas y productos de consumo individual).
- Medianas: 1 litro, 1 galón (para jugos, leche y productos de limpieza).
- Grandes: 5 litros (garrafrones de agua).

Empaque secundario: Agrupa varias botellas individuales para facilitar su transporte y almacenamiento. Es un conjunto de botellas envueltas en plástico retráctil, formando un paquete compacto. Este tipo de empaque es típico para la venta al por mayor en supermercados u otras tiendas.

Terciaros: Es el nivel más robusto, diseñado para transportar múltiples paquetes secundarios. En este caso, Es un pallet con varios paquetes de botellas envueltos en película plástica para mayor estabilidad durante el transporte y almacenamiento en grandes cantidades. Este empaque es utilizado principalmente en la logística y distribución de productos. Cuenta con 4 pisos de 20 * 20 **(Ver anexo 7).**

El producto aumentado incluye los servicios y beneficios adicionales que acompañan al producto real para agregar valor y diferenciarse de la competencia. En este caso, el producto aumentado son los beneficios que presentan como su empaque más ligero, conservación, seguro e higiénico, conveniente e innovador, reciclable y a su uso en distintas industrias de país.

Además, la preocupación por el impacto ambiental ha llevado a un énfasis en el reciclaje y la sostenibilidad. La capacidad de cumplir con estas demandas asegura que las botellas de plástico sigan siendo una opción dominante en el sector de envases del país ya que está altamente regulado y exige altos estándares de calidad, seguridad, sostenibilidad e impacto ambiental, lo que obliga a los fabricantes a cumplir con estas demandas para mantenerse competitivos en un entorno donde la logística eficiente y la responsabilidad medioambiental son cada vez más relevantes.

- Política de precio.

La fijación de precios es uno de los puntos con mayor relevancia dentro del proceso de internacionalización de un producto, debido a que en este punto es donde se garantiza la estabilidad y rentabilidad del proceso de internacionalización en el corto y largo plazo. Una de las estrategias más comunes es la de establecer los precios de referencia del producto porque son los precios que los compradores tienen en mente, comparan y consideran cuando examinan un producto específico.

Cuando el comprador conoce el precio y la calidad de un determinado producto y los relaciona de manera positiva, puede tomar el precio como un indicador de la calidad del producto. El precio de referencia se forma a partir de los siguientes factores:

- * La observación de precios actuales del producto dentro del mercado.
- * El recuerdo de precios anteriores del producto.
- * La evaluación de la situación bajo la cual se está dando la compra.

Precio de referencia: Tomando en cuenta lo anterior, se realizó una investigación sobre los precios de los productos que ya se encuentran en el mercado destino, obteniendo como resultado que son homogéneos a los encontrados en el mercado salvadoreño.

Tabla 11 *Comparación de precios de botellas plásticas tipo PET y HDPE en sus diferentes presentaciones.*

Comparación de precios de botellas plásticas en sus diferentes presentaciones			
Capacidad de almacenamiento (ml)	Tipo de plástico	Precio en pesos dominicanos (comprando por unidad)	Precio en dólares estadounidenses (comprando por unidad)
350 ml	PET	18.18 RD	\$0.24
500 ml	PET	19.99 RD	\$0.28
1000 ml	PET	22.42 RD	\$0.33
1 galón	PET	52.11 RD	\$0.81
5 galones	PET	64.83 RD	\$1.02
500 ml	HDPE	13.94 RD	\$0.19
1 litro	HDPE	20.60 RD	\$0.29

1 galón	HDPE	25.45 RD	\$0.37
---------	------	----------	--------

Promedio capacidad de almacenamiento y precio.

Fuente: Tabla de elaboración propia, basado en el estudio de la oferta de botellas plásticas en República Dominicana y El Salvador.

Precios de exportación: Para tener un precio de exportación del producto desde El Salvador hacia República Dominicana, es necesario conocer diferentes variables que podrían afectar los costos finales, por ejemplo: la cantidad de botellas plásticas que se exportaran, debido a que el costo de transporte depende en gran manera de las medidas y peso de la carga. De igual forma, es necesario conocer bajo que incoterm se exportara la mercancía, ya que eso puede generar una variación en los costos.

En el caso de las botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana, se tomarán en consideración precios y costos a cubrir por la importación planteando un escenario de una compra en el punto de fabricación del producto, es decir, Exworks. En el caso de una compra Exworks de 10,000 botellas de plástico tipo PET de 500 ml, el precio de venta de cada una es de \$0.28; Sin embargo, es necesario considerar que el precio puede variar según negociaciones entre ambas partes y volúmenes de compra.

También se plantea un escenario realizando una exportación de 10,000 unidades de botellas plásticas tipo PET de 500 ml desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana haciendo uso del incoterm CFR, el cual cubre los gastos de exportación hasta el puerto del importador, es decir, Puerto Caucedo en República Dominicana. Agregando el valor de la mercancía más el valor del flete, el precio del producto es de \$0.47 centavos de dólar. Es importante mencionar que los precios pueden variar de acuerdo a las negociaciones con el comprador según los volúmenes de compra.

En la tabla 12 se muestra la escalada de precios según el uso de diferentes incoterms.

Tabla 12 *Escalada de precios*

Concepto	Ex works	Fob	Cfr	Cif
Costo Unitario del Producto	\$0.0080	\$0.0080	\$0.0080	\$0.0080
Costos de Comercialización Unitario	\$0.0775	\$0.0775	\$0.0775	\$0.0775
Total costos absorbidos por el producto unitario	\$0.09	\$0.09	\$0.09	\$0.09
Margen de ganancia	97%	97%	97%	97%
Precio de Venta	\$0.28	\$0.28	\$0.28	\$0.28
Unidades de Venta: 10,000	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00
Trámite de exportación		\$ 85.00	\$ 85.00	\$ 85.00
Bl		\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00
Rayos X		\$ 23.00	\$ 23.00	\$ 23.00
Flete marítimo El Salvador- República Dominicana			\$ 1,750.00	\$ 1,750.00
Seguro de carga internacional				\$ 60.00
Precio al importador según incoterm	\$ 2,800.00	\$ 2,983.00	\$ 4,733.00	\$ 4,793.00
Precio unitario	\$ 0.28	\$ 0.30	\$ 0.47	\$ 0.48

Fuente: elaboración propia.

El medio de transporte propuesto para la exportación de las botellas plásticas es el marítimo debido a que permite mover cargas más grandes por costos más bajos que la vía aérea, y considerando que las botellas plásticas son un producto no perecedero, se ha considerado que la mejor esta es la mejor opción para la exportación.

En cuanto al uso de los incoterms, se han planteado dos escenarios, uno con una venta exworks y otro haciendo uso del incoterm CFR, de esta manera el exportador puede visualizar dos panoramas del proceso de internacionalización, el primero sin mayores responsabilidades más que fabricar y entregar la mercancía en sus instalaciones y el segundo haciéndose responsables del flete

marítimo hasta el puerto de destino, sin contemplar el seguro. Esto permite que el exportador pueda analizar ambos escenarios antes de proponer una venta al exterior. Definir los métodos de pago dentro de la compra es indispensable, debido a que de esta manera tanto como el comprador como el vendedor aseguran la transacción con un porcentaje del total de la misma. Para el escenario de la exportación de botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana, se propone que el vendedor solicite al comprador un pago anticipado de al menos un 75% del valor total de la compra por medio del pago a una cuenta bancaria definida por el vendedor. De igual manera se propone adoptar el INCOTERMS ExWorks para poder tener un precio mas competitivo en el mercado y que genera menos responsabilidades y riesgos para la empresa que inicia en el proceso de exportación

-Política de plaza.

Kotler & Keller (2016), Las políticas de plaza, dentro del marketing, son aquellas que hacen referencia a cómo se distribuye un producto dentro de un mercado. Los canales de distribución de los productos deben seleccionarse según los objetivos que desea alcanzar la empresa con la exportación de sus productos y el mercado meta definido según las oportunidades del producto y la preferencia y uso de los potenciales clientes. Para una empresa que exporta botellas de El Salvador a la República Dominicana, las opciones de políticas de plaza deben estar enfocadas en asegurar que el producto llegue de manera eficiente y rentable para la empresa como para el consumidor final. La propuesta de política de plaza es:

Distribuidores Locales.

Con la política de distribuidores locales la empresa exportadora puede contratar distribuidores locales en la República Dominicana que se encarguen de venta y distribución de los productos que se envasan dentro de las botellas plásticas. Esta política es muy conveniente para este tipo de producto debido a que, la empresa comercializara directamente con las empresas envasadoras de

alimentos, bebidas y productos de limpieza no con el consumidor final de las botellas. Tomando en cuenta la selección de esta política de plaza, los esfuerzos de la compañía deben girar en torno a construir alianzas estratégicas con empresas comercializadoras de alimentos y bebidas que tengan la necesidad de envasar sus productos en botellas plásticas, debido a que este tipo de industria suele utilizar envases plásticos por millares.

Ventajas:

Los distribuidores conocen bien el mercado y las dinámicas locales.

Menor inversión inicial para la empresa exportadora.

Reducción de riesgos al delegar la distribución a un socio local.

Desventajas:

Menor control sobre la calidad del producto y la relación con los clientes.

Dentro del apartado de política de plaza para el caso de la exportación de botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana se recomienda utilizar los canales indirectos, es decir, los distribuidores locales, esto debido a que los productos son fabricados con la finalidad de ofertarlos a distribuidores u empresas que se dedican a la fabricación de alimentos, bebidas y productos de higiene que sean envasados en botellas plásticas. Haciendo uso de los medios indirectos, se propone crear un canal de contacto directo con clientes fabricantes de productos de envasado en botellas plásticas, debido a que el producto en cuestión está dirigido a fabricantes no a un consumidor final.

El transporte del producto se propone se realice de manera marítima partiendo desde las instalaciones de la empresa ubicadas en San Salvador, El Salvador hasta Puerto Caucedo, en Punta Caucedo, provincia de Santo Domingo, transportándolas en pallets que protejan el producto.

La estructura del canal de exportación de los productos será la siguiente:

2 niveles: Fabricante → Mayorista → Minorista → Consumidor.

Siendo la intervención de la empresa fabricante dentro de la estructura de canal de exportación del producto limitada hasta la conexión con el mayorista, debido a que la empresa solo comercializara sus productos a empresas mayoristas fabricantes de bebidas y alimentos que son envasados en botellas plásticas, posteriormente el mayorista se encargará de la distribución con minoristas para realizar la venta del producto al consumidor final.

Los participantes dentro de la estructura de canal de distribución se definen como:

Fabricante: La empresa encargada de la manufactura de millares de botellas plásticas tipo PET para el posterior envasado de alimentos y bebidas. Para el caso de la exportación de botellas plásticas, el fabricante será la empresa salvadoreña encargada de la elaboración de las botellas.

Mayorista: Empresas de Santo Domingo, República Dominicana encargadas de la fabricación de los productos (alimentos y bebidas) que serán envasadas dentro de las botellas plásticas tipo PET de 500ml y que se encargan de comercializar el producto de manera mayorista para supermercados u otro tipo de tiendas de conveniencia minoristas.

Minorista: Empresa que compra el producto por mayor y luego lo vende de manera unitaria al consumidor final del alimento o bebida. Ejemplos de estos establecimientos son: supermercados, tiendas de conveniencia y tiendas locales.

Consumidor final: El consumidor final es aquella persona que compra el producto al por menor con la finalidad de satisfacer sus necesidades, es decir, todos aquellos consumidores de alimentos y bebidas envasadas botellas plásticas tipo PET de 500 ml. El consumidor final adquiere el producto en establecimientos como tiendas, mercados y supermercados.

De igual manera, es importante mencionar que se debe seleccionar una estrategia de distribución del producto para alcanzar el mercado deseado. Para la distribución de botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana se utilizará una estrategia de distribución selectiva debido a que el mercado específico al que se desea alcanzar son las empresas fabricantes

de productos alimenticios, bebidas embotelladas y productos de higiene que puedan ser envasados en las mismas.

Como parte de una propuesta de estrategia de distribución, la empresa debe generar contacto con las fábricas de alimentos y bebidas en República Dominicana, este contacto puede ser por medio de la participación de la empresa en una feria comercial virtual, vía página web, correo electrónico o vía telefónica, con la finalidad de dar a conocer el producto, sus características y la capacidad de la empresa de cubrir su demanda.

- Política de Promoción.

La promoción internacional enfoca sus esfuerzos según los canales definidos para la distribución de los productos, en este caso se ha definido realizar la distribución de las botellas plásticas de manera indirecta, manteniendo una relación comercial fabricante-mayorista, esto debido a que el mercado que la empresa son los fabricantes mayoristas de la industria de alimentos y bebidas o productos de higiene y limpieza.

Debido a la modalidad de distribución indirecta seleccionada, las actividades enfocadas al marketing durante el proceso de internacionalización seria: realizar investigaciones de mercado, elaboración de pág. Web y email marketing con base de datos del mercado meta, relaciones públicas por medio de la participación en ferias comerciales virtuales que permitan dar a conocer la empresa, el producto y cerrar tratos con los clientes. Las actividades de marketing son desarrolladas según las diferentes etapas del proceso de internacionalización, estas se desglosan de la siguiente manera:

Tabla 13 *Desglose de actividades de promoción según trimestres*

Categoría de actividades	Previo al periodo de exportación	1er trimestre	2do trimestre	3er trimestre	4to trimestre
Investigación del mercado y producto	X				
Actualización de página web y redes sociales	X			X	
Feria comercial virtual	X			X	
Campaña de email marketing		X			

Fuente: Elaboración propia

Las actividades de promoción realizadas por la empresa para dar a conocerse en el mercado destino están distribuidas por trimestre del año, tomando en cuenta que se realizarán actividades enfocadas a la promoción antes del inicio del primer trimestre de exportación. Las actividades a realizar previo a la internacionalización del producto son: una investigación del mercado donde se analice la competencia, los posibles clientes y formas de llegar al mismo. De igual manera se hará una actualización de la página web de la empresa, colocando un catálogo de productos actualizado y dándole una nueva imagen.

Enfocando esfuerzos en obtener clientes se participará en la Feria Comercial Virtual de Negocios de las Américas que realizará la Cámara de Comercio Colombo Americana para República Dominicana, donde el equipo de soporte técnico e informática de cada empresa realizará un stand virtual en el cual se obtendrán visitas de posibles clientes, este tipo de ferias permiten conectar comercialmente con posibles clientes sin generar costos elevados.

Etapa previa: Investigación.

Táctica 1: Investigación del mercado.

Realizar una investigación del mercado meta para conocer las necesidades del cliente, verificar de primera mano la viabilidad de la internacionalización del producto en ese mercado, estudiar los diferentes canales de distribución y clientes.

Táctica 2: Producto.

Investigar el mercado destino y ajustar el producto a la demanda, en caso sea necesario rediseñar las presentaciones de las botellas adaptando el producto a las necesidades de las empresas que envasan sus productos en botellas plásticas y a las necesidades de la población.

Etapas Iniciales: Comunicación.

Comunicar, penetrar el mercado y posicionar los productos. Se sugiere como táctica de promoción del producto, compartir en redes sociales y en la página web el catálogo de productos disponibles de la empresa, indicando los tipos de plásticos de cada envase junto a sus medidas para informar a los clientes potenciales de la variedad de envases que se ofrecen.

Táctica 1: Post redes sociales, Instagram y Facebook. Actualización de página web con la finalidad de dar a conocer los productos y alcanzar el mercado destino.

Táctica 2: Participación en feria virtual donde se presentan diferentes empresas de Centro América y el Caribe para dar a conocer sus productos y establecer relaciones comerciales que favorezcan a la expansión de sus empresas.

Etapas de profundización: Ventas.

Impulsar la venta en colaboración de los distribuidores /Importadores.

Táctica 1: Por medio de campañas de e-mail marketing y redes sociales, dar a conocer las ventajas de nuestros productos y una oferta competitiva dentro del mercado. Trabajando en conjunto con los importadores para conocer sus necesidades y acoplar el producto a cada una de ellas.

Etapas de consolidación: Evaluación del rendimiento en el mercado destino.

Táctica 1: Búsqueda de oportunidades de mejora.

Dentro de la etapa de consolidación, es importante que la empresa enfoque algunos esfuerzos en conocer la percepción del producto que se está comercializando y conocer las oportunidades de mejora que el mismo puede tener.

Muchas de las actividades planteadas anteriormente serán realizadas por el departamento de mercadeo de la empresa, por lo que no serán colocados dentro del presupuesto de promoción; Sin embargo, la participación en la feria comercial virtual y la actualización de la página web si requiere de mayores esfuerzos, por lo tanto, generan un costo dentro del presupuesto.

La tabla 14 muestra los costos de la promoción para el proceso de internacionalización

Tabla 14 *Costos de la promoción para el proceso de internacionalización*

Feria Virtual de Negocios de las Américas 2025	
Producto de exportación: Botellas de plástico tipo PET de 500 ml	
Ítem	Total
Actualización de página web	\$25.00
Creación de stand virtual para feria comercial virtual	\$50.00
Total Mezcla Promocional	\$75.00

Fuente: Elaboración propia.

Localización de Agentes/ Distribuidores:

Dentro del apartado de localización de agentes y distribuidores, es necesario definir la forma de transporte seleccionada para llevar a cabo la exportación del producto, conocer los posibles intermediarios logísticos que participaran en el proceso, ya sean intermediarios logísticos e intermediarios públicos y la forma de embalaje a utilizar. La tabla 15 muestra datos relevantes en cuanto al plan de localización y los intermediarios del proceso.

Tabla 15 *Plan de localización de Agentes / Distribuidores para la exportación de botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana.*

Plan de localización de Agentes / Distribuidores.		
Modo seleccionado	Transporte marítimo	Vía marítima, siendo la más viable para transportar cargas voluminosas y con costos dentro de los parámetros aceptables para la creación del precio de exportación.
Listado de posibles intermediarios logísticos	- Agente aduanero: Es la persona encargada de efectuar los diferentes trámites y La empresa Grupo Logístico de Carga de El Salvador se encargará del rol o importador. El empresario que tienen los siguientes intermediarios logísticos, en conjunto con su oficina regional en República Dominicana,	operaciones en aduana en representación del exportador o importador. El empresario puede contratar los servicios de un agente aduanero que lo apoye en dichas formalidades o puede hacerlas directamente. - Operador logístico: Son los encargados de planear,

operar y coordinar las mercancías por cualquier medio de transporte, a través de medios propios o subcontratando servicios de empresas de transporte.

- Consolidador de carga: Es la persona natural o jurídica que consolida varios embarques pequeños para diferentes clientes en una carga más grande y que puede emitir los documentos de transporte.

- Empresa de transporte: Es la encargada de realizar el traslado de la mercancía, se suele conocer por transportista cuando el transporte es vía terrestre, naviera cuando es transporte marítimo y operadores aéreos cuando es carga aérea. Estos pueden

contratarse directamente o mediante los servicios de un operador logístico.

Funcionarios públicos

Dentro de los involucrados en el proceso de exportación en El Salvador como en el país de destino son:

- CIEX El Salvador.
- Aduanas El Salvador.
- Puerto Barrios
- Puerto Caucedo
- Aduanas República Dominicana

Recomendaciones de embalaje	de En cuanto al embalaje se recomienda que:	Las botellas plásticas serán embaladas con un embalaje combinado conformado por plástico rígido en grupos de 196 botellas plásticas por nivel, conteniendo el pallet 4 niveles con separadores que protejan el producto por nivel,
-----------------------------	---	--

esto con la finalidad de evitar que las botellas sufran golpes durante el proceso de exportación.

Fuente: Elaboración propia, formato provisto en especialización de internacionalización de productos.

Para iniciar un proceso de internacionalización de productos es necesario considerar el mercado al que va dirigido el producto a exportar, para de esta forma, catalogar a los potenciales clientes en el país destino. Para el caso de las botellas de plástico desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana, se propone ofrecer el producto a grandes empresas envasadoras de bebidas.

En la tabla 16 se puede observar dos de las principales empresas envasadoras de bebidas ubicadas en Santo Domingo, República Dominicana, las cuales son parte del mercado meta de la empresa exportadora:

Tabla 16 *Potenciales clientes de botellas plásticas en República Dominicana.*

Potenciales clientes de botellas plásticas en República Dominicana.			
Nombre	Detalle	Dirección	Contacto
Grupo Rica	Reconocida empresa que se dedica principalmente a la producción y exportación de jugos bebidas lácteas y agua embotellada. También exportan	Km 6 ½ Autopista Duarte, Santo Domingo, DN. República Dominicana	Tel: 1 809 563 7422 • Correo electrónico: scliente@gruporica.com

	otros productos relacionados con bebidas.		
Bepensa Dominicana	Esta es una de las principales exportadoras de bebidas alcohólicas y refrescos en la región. Distribuye marcas como Coca- Cola y bebidas alcohólicas.	Av. Charles de Gaulle 100, Santo Domingo Este, República Dominicana	Tel. 800 712 05 00 Correo electrónico contacto@bepensa.com

Fuente: Elaboración propia, formato provisto en especialización de internacionalización de productos.

La empresa exportadora de mercancías debe centrar esfuerzos para obtener clientes en el país de destino, para la exportación de botellas plásticas enfocada a grandes distribuidores como lo son las grandes empresas envasadoras de bebidas en República Dominicana, algunos de los esfuerzos que pueden generar relaciones comerciales con las mismas son: la participación de la empresa en ferias comerciales, estas pueden ser presenciales o virtuales, la finalidad es crear contactos que permitan colocar el producto en el mercado. De igual manera, otra forma de generar relaciones comerciales con empresas del país destino es la investigación del mercado para posteriormente crear una base de datos de las empresas que serían potenciales clientes y por medio de una campaña de email marketing, ofrecer los productos.

Documentación de Exportación.

Los documentos necesarios para llevar a cabo el proceso de exportación de las botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana son los siguientes (Ver anexo 8):

Tabla 17 *Documentación necesaria para exportar botellas plásticas hacia República Dominicana.*

Documentación para exportar	
Documentación básica para exportar en origen	Factura de Exportación: documento que emite el exportador una vez confirmado la operación de venta. Esta incluye información de la compraventa, como la descripción de la mercadería, precio unitario, cantidad y monto de la operación, incoterm, la identidad y dirección del exportador e importador, y los detalles de entrega y pago, etc. Lista de Empaque (Packing list): es una lista donde se indica el detalle del peso, volumen, cantidad, contenido y embalaje del paquete. DUCA D: Esta es la Declaración que se debe emplear para el comercio de mercancías originarias de la región Centroamericana y para exportación de mercancías con terceros países fuera de la región Centroamericana la autorización de este documento la hará CIEX El Salvador y tiene un costo de US\$17.50 + 13% IVA por cada operación. Documentación de transporte internacional: es el documento que contiene la información de la exportación final, esta información debe de coincidir con la factura de exportación y packing list de la carga. Este documento puede

Documentación específica para exportar en origen

cambiar según la modalidad de transporte a utilizar, en esta ocasión para exportar hacia República Dominicana se puede considerar transporte aéreo o marítimo, para el aéreo utilizando una guía aérea (Air Waybill-AWB) y para el marítimo un Bill of Lading (BL o BOL).

Declaración de Mercancías: Esta aplica para empresas que operan en Zona Franca, Depósito para Perfeccionamiento Activo o amparadas por la Ley de Servicios Internacionales, la autorización de este documento la hará CIEX El Salvador y tiene un costo de US\$17.50 + 13% IVA por cada operación.

Certificados de origen: para exportar desde El Salvador hacia República Dominicana, este se debe gestionar a través de CIEX El Salvador y se definirá bajo que Tratado de Libre Comercio se requiere exportar, si es por TLC CAFTA-DR.

Documentación básica para importar en destino

Factura de Exportación: documento que incluye información de la compraventa, como la descripción de la mercadería, precio unitario, cantidad y monto de la operación, incoterm, la identidad y dirección del exportador e importador, y los detalles de entrega y pago, etc.

Lista de Empaque (Packing list): es una lista donde se indica el detalle del peso, volumen, cantidad, contenido y embalaje del paquete.

Documentación de transporte internacional: es el documento que contiene la información de la exportación final, esta información debe de coincidir con la factura de exportación y packing list de la carga. Este documento puede cambiar según la modalidad de transporte, ya sea transporte aéreo o marítimo, utilizando una guía aérea (Air Waybill-AWB) o para el marítimo un Bill of Lading (BL o BOL).

Fuente: Elaboración propia, con información tomada de CIEX El Salvador, formato provisto en especialización de internacionalización de productos.

3.2.2 Finanzas

Políticas

En el apartado de Finanzas, se presentan los resultados de los presupuestos elaborados para cada una de las actividades a realizar en el proceso de internacionalización de botellas plásticas tipo PET de 500 ml desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana. La importancia de elaborar diferentes tipos de presupuestos antes de iniciar un proceso de internacionalización gira en torno a la necesidad de las empresas de conocer los costos a cubrir para llevar a cabo la exportación y de esta manera conocer los precios de exportación del producto.

Costos de producción.

Los costos de producción son todos aquellos en los que el fabricante incurre al momento de elaborar la mercancía, estos pueden ser costos directos o indirectos. Para la elaboración de botellas de plástico tipo PET de 500 ml, los costos de producción toman en cuenta los materiales tanto directos como indirectos, la mano de obra directa e indirecta y los costos (Ver anexo 9). La tabla 18 muestra los costos de producción por producto.

Tabla 18 *Costos de producción.*

Costo de Producción		
Número de Unidades: 10,000 Presentación: 500 ml		
Producto de exportación: Botellas de plástico tipo PET		
Ítem		Total
Costos fijos de producción		\$ 572.60
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 565.00	
Mano de Obra Indirecta	\$ 7.60	
Costos variables de producción		\$ 15.70
Materiales directos	\$ 80.00	
Materiales indirectos	\$ 0.10	
Mano de Obra Directa	\$ 7.60	
Total costo de producción		\$ 660.30

Fuente: elaboración propia.

Costos de comercialización.

Los costos de comercialización son todos aquellos en los que una empresa incurre para promocionar o dar a conocer su producto, con la finalidad de atraer nuevos clientes. En el presupuesto de comercialización se han tomado en cuenta únicamente el costo de la actualización

de la página web y redes sociales y la preparación del stand virtual para la feria comercial virtual de Negocios de las Américas de República Dominicana. Es importante mencionar que, si bien se realizaran más actividades de promoción, estas serán cubiertas por el personal del departamento de mercadeo de la empresa. La tabla 19 muestra los costos del presupuesto de publicidad.

Tabla 19 *Presupuesto de comercialización.*

Feria Virtual de Negocios de las Américas 2025 Producto de exportación: Botellas de plástico tipo PET de 500 ml	
Ítem	Total
Actualización de página web	\$ 25.00
Creación de stand virtual para feria comercial virtual	\$ 50.00
Total Mezcla Promocional	\$ 75.00

Fuente: Elaboración propia.

Costo de exportación.

Dentro del costo de exportación se deben tomar en cuenta todos los gastos y costos en los que se incurren al momento de enviar la mercancía al país destino. El costo de exportación se ve afectado por la cantidad de mercancías que se envían, el tipo de transporte a utilizar y el incoterm definido para la venta. Para el presente caso, se solicitó una cotización a un grupo de carga con la finalidad de conocer el costo del flete (Ver anexo 5). A continuación, en la tabla 20 se definen los costos de la exportación de 10,000 botellas plásticas tipo PET de 500 ml desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana haciendo uso de transporte marítimo.

Tabla 20 *Costos de exportación.*

Costo de Exportación		
Producto de exportación: Botellas plasticas tipo PET de 500 ml		
País destino: República Dominicana		
Ítem	Unitario	Total
Costos fijos de exportación		\$ 56.66
Salario del gestor de exportaciones (\$850 Mensual)	\$ 56.66	
Costos variables de exportación		\$ 1,983.00
Flete marítimo El Salvador-República Dominicana	\$ 1,750.00	
BL	\$ 75.00	
Tramite de exportación	\$ 85.00	
Revisión no intrusiva	\$ 23.00	
Manejo	\$ 50.00	
Total costo de exportación		\$ 2,039.66

Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto trimestral de la operación internacional

A continuación, se define un presupuesto por trimestres en el cual se definen las cantidades de exportación por trimestre, los ingresos por ventas y los diferentes tipos de costos a cubrir para la

exportación, este presupuesto permite conocer la utilidad obtenida por trimestre. Se ha planteado una exportación por trimestre de 10,000 botellas plásticas tipo PET de 500 ml.

Tabla 21 Producto de exportación: Botellas plásticas tipo PET de 500 ml

Presupuesto Trimestral de la Operación Internacional de la Empresa Producto de exportación: Botellas de plástico PET 500 ml País destino: República Dominicana Año 2025					
CONCEPTO		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
Ingreso por Ventas	\$		\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00
Volumen de ventas		2,800.00	10,000	10,000	10,000
Precio Unitario		\$0.28	\$0.28	\$0.28	\$0.28
Costo de Producción		\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00
Volumen de Producción		10,000	10,000	10,000	10,000
Costo unitario de producción		\$0.0080	\$0.0080	\$0.0080	\$0.0080
Costo de Exportación		\$2,039.66	\$2,039.66	\$2,039.66	\$2,039.66
Costo de Comercialización		\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00
Utilidad o beneficio		\$605.34	\$605.34	\$605.34	\$605.34

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22 tabla de congruencia.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	BASE DE LA INVESTIGACIÓN QUE SUSTENTA LA ESTRATEGIA	COSTO PARA LA EMPRESA	IMPACTO ESPERADO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA CON EL PRODUCTO EN ESTUDIO
Conocer las regulaciones aduaneras, comerciales y logísticas que intervienen en la internacionalización de botellas de plástico desde El Salvador hacia República Dominicana.	Investigación bibliográfica.	Fuentes de consulta: SAC Electrónico, Dirección General de Aduanas (ESA) y Dirección General de Aduanas (RD).	-	Conocer dichas regulaciones impacta de manera positiva a la internacionalización de la empresa debido a que beneficia a los empresarios en la facilitación del proceso de exportación.
Investigar la demanda de botellas de plástico en República Dominicana a través de una herramienta que permita conocer las tendencias de consumo y crecimiento de sectores demandantes de botellas plásticas.	Entrevistas con empresarios de la industria del plástico. 25 encuestas a consumidores de productos plásticos.	Preguntas y respuestas obtenidas por medio del cuestionario a consumidores de productos plásticos y entrevistas realizadas a empresarios de la industria.	-	Para llevar a cabo un proceso de internacionalización es necesario que la empresa conozca su producto y su mercado en el país destino, por lo cual el cumplimiento de este objetivo le brinda a la empresa mayor certeza del éxito de su proceso de internacionalización.
Analizar las oportunidades y restricciones del Tratado CAFTA-DR en la exportación	Investigación bibliográfica.	Fuentes de consulta: SAC Electrónico y CAFTA-DR.	-	Conocer los beneficios de los tratados de libre comercio entre ambos países genera un impacto

de productos plásticos desde El Salvador hacia República Dominicana.	Entrevistas con empresarios de la industria del plástico.	Respuestas obtenidas por medio de entrevistas realizadas a empresarios de la industria.		favorable dentro de los procesos de internacionalización de bienes.
Generar una propuesta de Marketing Mix para facilitar la entrada de las empresas salvadoreñas productoras de plástico al mercado dominicano.	Producto (Entrevistas con empresarios de la industria del plástico, 25 encuestas a consumidores de productos plásticos) Precio (Entrevistas con empresarios de la industria del plástico, 25 encuestas a consumidores de productos plásticos) e investigación sobre precios en el país destino. Plaza Promoción	Respuestas obtenidas por medio de entrevistas realizadas a empresarios de la industria. Respuestas obtenidas por medio de encuestas realizadas a consumidores de productos envasados en botellas plásticas.	Desarrollo de presupuestos: Costo de producción del producto (10,000 botellas de 500 ml): \$588.30. Presupuesto de comercialización: \$75.00 Costo de exportación (10,000 botellas de 500 ml): \$2,039.66.	La realización de presupuestos brinda a la empresa un escenario de los costos, gastos y ganancias que conlleva el proceso de internacionalización del producto.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

El desarrollo del proyecto "Plan de Internacionalización para Botellas de Plástico hacia Santo Domingo, República Dominicana" permitió identificar oportunidades y desafíos clave en el proceso de exportación desde El Salvador. Uno de los atractivos de la exportación de botellas plásticas desde El Salvador hacia República Dominicana es que existe un potencial de exportación sin explotar de \$3.4 millones, lo que confirma que la República Dominicana representa un mercado atractivo con alta demanda de botellas plásticas, especialmente en los sectores de alimentos y bebidas.

Los acuerdos comerciales se convierten en un factor que incentiva a los productores a exportar sus mercancías a nuevos mercados, esto debido a los diferentes tipos de ventajas que puede ofrecer un acuerdo comercial. Por lo que, la industria del plástico encuentra como una motivación para la exportación de mercancías desde El Salvador hacia República Dominicana los acuerdos comerciales entre ambos países, como el CAFTA-DR, el cual facilita el intercambio de mercancías al disminuir las barreras arancelarias a las botellas plásticas según el origen de estas mismas o de los materiales con los que fueron elaboradas, lo que hace viable la internacionalización desde el punto de vista logístico y económico. Por lo que se puede concluir, que las barreras arancelarias y no arancelarias no son un factor que afecte negativamente al comercio entre ambos países, caso contrario, benefician a las relaciones comerciales.

Sin embargo, se observó que la falta de ventajas competitivas claras representa un reto importante para la industria del plástico en El Salvador. Es fundamental que las empresas se enfoquen en estrategias que les permitan diferenciarse a través de la calidad, sostenibilidad, innovación y adaptación a las necesidades del mercado dominicano.

Además, se destacó que la sostenibilidad es una prioridad para este mercado, lo que exige el cumplimiento estricto de normativas ambientales y la adopción de prácticas responsables, aspectos que pueden convertirse en una ventaja competitiva para las empresas de la industria del plástico que cuenten con un programa de sostenibilidad ambiental.

La adaptación de las botellas de plástico resulta esencial para alinearse con las especificaciones técnicas, normas de seguridad y calidad exigidas, así como para ajustar el diseño y empaque según lo requerido por el comprador y consumidor final.

En resumen, la internacionalización de botellas plásticas desde El Salvador hacia Santo Domingo, República Dominicana presenta una oportunidad viable y rentable, considerando que el potencial del producto, su nivel de consumo en el mercado destino, las rutas de transporte y los acuerdos comerciales son aspectos favorables para la exportación. Las empresas deben enfocar sus esfuerzos en superar los retos de competitividad y adaptación a nuevos mercados, aprovechando las ventajas del entorno comercial actual y las relaciones comerciales entre ambos países.

De igual manera, dentro de la investigación según el planteamiento de los objetivos realizado y el desarrollo final del presente trabajo de investigación, se presenta el siguiente cuadro de congruencias, con la finalidad de brindar respuesta a cada uno de los objetivos trazados inicialmente.

Recomendaciones

Para garantizar el éxito en la internacionalización, es necesario implementar estrategias que fortalezcan las capacidades de las empresas y maximicen el potencial del mercado. Es fundamental adoptar tecnologías sostenibles que reduzcan el impacto ambiental y cumplan con las normativas del mercado dominicano, además de enfocarse en la calidad y seguridad del producto como pilares de la competitividad. Las empresas de la industria del plástico deben buscar la sostenibilidad ambiental de sus productos por medio del reciclaje y la consciencia social.

También es importante capacitar al personal encargado de la actividad de exportación en regulaciones internacionales, logística y estrategias de penetración al mercado destino, así como enfocar esfuerzos en establecer alianzas con distribuidores locales para facilitar el ingreso al mercado.

Se recomienda diseñar un plan de marketing que resalte las ventajas competitivas del producto y aprovechar plataformas digitales como redes sociales que son populares en la República Dominicana, e impulsar la página web de la empresa para crear un canal de contacto con los clientes potenciales e incrementar la visibilidad del proyecto de exportación de las botellas de plástico.

Es importante realizar una investigación de mercado con la finalidad de adaptar las botellas a las necesidades del mercado dominicano, ajustando tamaño, diseño y funcionalidad, además de comunicar claramente el compromiso con la sostenibilidad en los empaques. Asimismo, se deben optimizar los procesos logísticos para reducir costos y garantizar entregas puntuales, estableciendo sistemas eficientes para la gestión de documentación y cumplimiento de normativas internacionales.

Finalmente, se sugiere realizar estudios de mercado de manera periódica para identificar nuevas tendencias y evaluar el desempeño de las estrategias implementadas, ajustándolas según sea necesario. Estas acciones permitirán maximizar el potencial de exportación y fortalecer la posición de las empresas salvadoreñas en el mercado dominicano.

Referencias

- Aduana El Salvador, M. (15 de enero de 2025). *Aduana El Salvador*. Obtenido de Aduana El Salvador: <https://aduana2.mh.gob.sv/SAC/>
- APORDOM. (08 de 11 de 2023). *Autoridad Portuaria Dominicana* . Obtenido de Autoridad Portuaria Dominicana : <https://portuaria.gob.do/listado-de-puertos-comerciales-dominicanos-terminales-turisticas-fondeaderos-muelles-y-marinas/>
- Aquino Cardona, L. A. (2021). *Potencial de Exportación y Diversificación de las Exportaciones de El Salvador*. El Salvador : Foro de Investigadores de Bancos Centrales del Consejo Monetario Centroamericano.
- Asiplastic . (7 de 11 de 2024). *Asiplastic* . Obtenido de Asiplastic : <http://www.asiplastic.org/contenido.php?superior=2&contenido=13>
- Asiplastic. (7 de 11 de 2024). *Asiplastic*. Obtenido de Asiplastic: <http://www.asiplastic.org/contenido.php?superior=2&contenido=9>
- Baena Rojas, J. J. (2023). *Dirección general de bibliotecas y servicios digitales de informacion UNAM*. Obtenido de Dirección general de bibliotecas y servicios digitales de informacion.
- Banco Central de la República Dominicana*. (s.f.). Obtenido de <https://www.bancentral.gov.do/>
- Banco Central de Reseva. (18 de 12 de 2024). *Banco Central de Reseva*. Obtenido de Banco Central de Reseva: https://www.bcr.gob.sv/comex/ce_comercio_exterior.php
- Camara de comercio y producción Santo Domingo*. (s.f.). Obtenido de <https://www.camarasantodomingo.do/>
- De Barbosa Moreno, A. M. (2020). *Metodología de la investigación. Métodos y técnicas*.

Dominicana, D. G. (febrero de 2025). *Dirección General de Aduanas República Dominicana*.

Obtenido de Dirección General de Aduanas República Dominicana:
<https://www.aduanas.gob.do/>

DSV. (07 de 11 de 2023). *DSV*. Obtenido de DSV: <https://www.dsv.com/es-mx/sobre-dsv/latam/dsv-República-dominicana/ciudades-puertos-aeropuertos-mas-importantes-República-dominicana>

Export Potential Map. (2024). Obtenido de Export Potential Map:
<https://exportpotential.intracen.org/es/>

Export Potential Map. (7 de 10 de 2024). *Export Potential Map*. Obtenido de Export Potential Map:
<https://exportpotential.intracen.org/es/products/tree-map?exporter=222&fromMarker=i&toMarker=j&market=214&whatMarker=k>

Hernández Luévano, J. (2013). *Observatorio de la economía internacional*. Obtenido de Observatorio de la economía internacional:
https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25819w/Rec/Hernandez_S4.pdf

HERNÁNDEZ MARROQUÍN, K. I., & POLANCO VILLALOBOS, R. J. (2008). *RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL POR COMPETENCIAS*. Antiguo Cuscatlán.

Keller, P. K. (2012). *Dirección de marketing*. Atlacomulco 500-5o. piso: Pearson Educación de México, S.A. de C.V. .

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing*. Pearson.

Luevano, J. H. (2013). *Observatorio de la economía internacional*.

Malhotra, N. K. (2019). *Marketing Research: An Applied Orientation, Global Edition*. Pearson.

Merubia, M. J. (2019). *Teorías de la internacionalización de empresas*.

Ministerio de Cultura República Dominicana. (s.f.). Obtenido de <https://cultura.gob.do/index.php>

Ministerio de educación República Dominicana. (s.f.). Obtenido de <https://www.ministeriodeeducacion.gob.do/>

Ministerio de Hacienda - Dirección General de Aduanas. (05 de 11 de 2024). *Arancel Electrónico*. Obtenido de Arancel Electrónico: <https://aduana2.mh.gob.do/SAC/consulta/detalleSubConsulta.xhtml>

ONE . (28 de 01 de 2020). *Oficina nacional de estadísticas*. Obtenido de Oficina nacional de estadísticas: <https://www.one.gob.do/media/zxnp32q0/bolet%C3%ADn-ena-tic-contexto-covid.pdf>

Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador. (2022). *www.proesa.gob.do*. Obtenido de *www.proesa.gob.do*: *www.proesa.gob.do*

Philip R. Cateora, J. G. (2015). *International Marketing* . McGraw-Hill Education.

Pons, F. M. (2006). *Historia de la República Dominicana*.

Prada Ospina, R., & Acosta Prado, J. (2017). *EL MOLDEO EN EL PROCESO DE INYECCIÓN DE PLÁSTICOS PARA EL LOGRO DE OBJETIVOS EMPRESARIALES*.

R. Krugman, P., Obstfeld, M., & J. Melitz, M. (2001). *Economía Internacional*. Pearson.

Root, F. R. (2008). *Entry Strategies for International Markets*. Jossey-Bass.

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* .

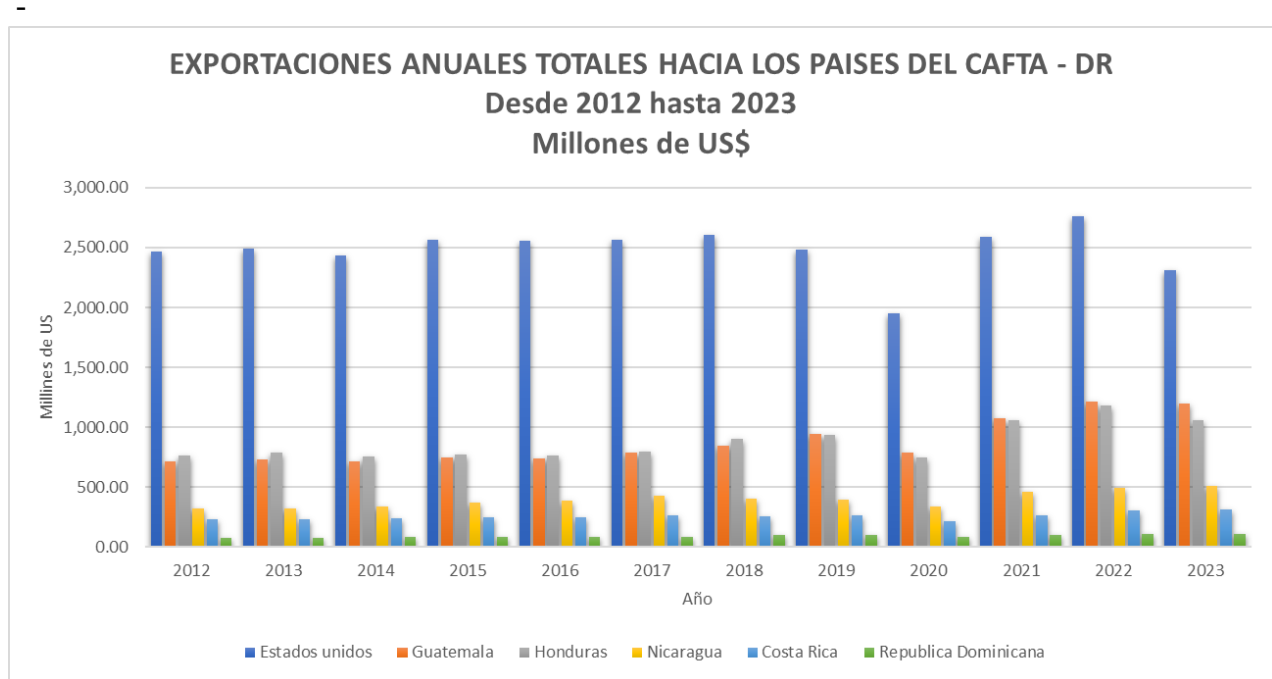
Silvera Escudero, R. (2020). *Gestión Logística Internacional*.

Silvia, G. F.-V. (2002). *Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de <https://docta.ucm.es/entities/publication/4a1cca8f-043f-4701-9685-6e3d21ab7491>

Vahlne, J. J.-E. (1997). *El Proceso de Internacionalización de la Empresa: Un modelo de desarrollo del conocimiento y aumento de los compromisos con el mercado exterior*. Journal of International Business Studies.

Anexos

Anexo 1. Exportaciones Anuales Totales desde El Salvador hacia los países del CAFTA – DR.



Nota: Tabla de elaboración propia con datos del BCR.

Anexo 2. Cuestionario de Entrevistas



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA LA
INVESTIGACIÓN:

**" PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA BOTELLAS DE PLÁSTICO
HACIA SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA"**

Objetivo: Desarrollar un plan de la internacionalización de botellas de plástico desde El Salvador hacia República Dominicana durante el periodo comprendido entre marzo - diciembre del 2024.

Entrevistado: Exides Damián Claros.

Empresa: INCUSA S.A de C.V.

Cargo: Gerente General.

1. ¿Cuántos años lleva su empresa en el negocio de elaboración y exportación de botellas? La empresa en la que estoy lleva 30 años de estar trabajando en o con la fabricación de envases plásticos.
2. Podría mencionarnos algunos ejemplos de productos para los cuales su empresa elabora las botellas plásticas.
Nosotros nos especializamos en el tipo plástico PET, nosotros elaboramos preformas desde 24 gramos hasta 112 gramos, destinadas para envases de 500 ml, 600 ml, etc. y el gramaje mas alto que tenemos es para una marca de aceites que no le diré el nombre de la marca porque ese dato es confidencial, pero nosotros le elaboramos el envase de galón para aceite.
3. ¿Para qué tipo de productos producen mayor cantidad de botellas plásticas? Cien por ciento alimentos y bebidas, ese es el Core Business nuestro o nuestro cliente principal, pero si ya hemos elaborado envases para productos de limpieza y desinfección siempre con el mismo material.
4. ¿Considera que la capacidad de producción de botellas plásticas dentro de su empresa les permite cubrir la demanda de nuevos mercados? Por el momento no exportamos, hace un aproximado de 5 años nosotros exportábamos envases sin

embargo por ahora solo tenemos la capacidad instalada para cubrir el mercado local y nuevos clientes, pero siempre en nuestro país.

5. ¿A que mercados exporta sus productos actualmente? No exporta.
6. ¿Considera usted que Republica Dominicana es un destino atractivo para internacionalizar sus productos? (En caso no exporte a este país) Sería necesario conocer mas aspectos sobre el país debido a que por el momento no estamos exportando.
7. ¿Cuáles son aspectos que hacen atractivo a un país destino para que ustedes como empresa busquen expandirse al mismo? Lo primero que evaluaríamos nosotros es la relación que pueda existir entre el potencial cliente y nosotros, definir precios y condiciones, definir el volumen de compra para verificar que los costos de fabricación sean viables para nosotros, pero más que todo tomar en cuenta el transporte debido a que nosotros contamos con medios de transporte para cubrir la distribución a nivel local pero no daría abasto para cubrir el transporte ya internacional. Tendríamos que agregar costos que no tenemos contemplados en este momento, por ejemplo, fletes, costos de exportación y otros.
8. ¿Conoce las regulaciones y tratados que pueden intervenir en la exportación de botellas plásticas hacia República Dominicana? (en caso ya exporté, consultarle cuales son estas regulaciones y tratados y como supera o aprovecha los mismos) no tengo mucho conocimiento de los tratados con República Dominicana.
9. ¿Conoce de tratados de libre comercio firmados entre El Salvador y República Dominicana? no
10. ¿Considera que el tratado CAFTA DR, incentiva y beneficia a los empresarios de la industria del plástico a internacionalizar sus productos a República Dominicana? Necesitaría conocer mas información sobre el tratado con Republica Dominicana, pero un tratado de libre comercio si puede incentivarnos a considerar la exportación a un país.



HERRAMIENTA DE RECOLECCIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA LA
INVESTIGACIÓN:
**" PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA BOTELLAS DE PLÁSTICO
HACIA SANTO DOMINGO, REPÚBLICA DOMINICANA"**

Objetivo: Desarrollar un plan de la internacionalización de botellas de plástico desde El Salvador hacia República Dominicana durante el periodo comprendido entre marzo - diciembre del 2024.

Entrevistado: Daniel Cortez

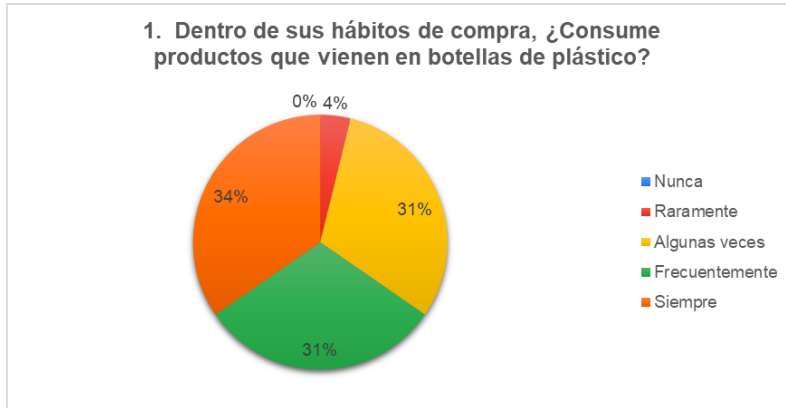
Empresa: IBERPLASTIC

Cargo: Gerente General.

1. ¿Cuántos años lleva su empresa en el negocio de elaboración y exportación de botellas? La empresa en la que estoy lleva 27 años
2. Podría mencionarnos algunos ejemplos de productos para los cuales su empresa elabora las botellas plásticas. Nosotros no elaboramos botellas plásticas, elaboramos escobas, cepillos, recogedores, rastrillos, todo se transforma en herramientas de limpieza.
3. ¿Para qué tipo de productos producen mayor cantidad de botellas plásticas? La escoba es el producto que producimos más.
4. ¿Considera que la capacidad de producción de botellas plásticas dentro de su empresa les permite cubrir la demanda de nuevos mercados? Si, de hecho, hemos comprado 5 maquinas nuevas, compramos nuevas máquinas a cada año
5. ¿A que mercados exporta sus productos actualmente? Centroamérica, República Dominicana, Jamaica, Antigua y Barbuda, Estados Unidos, México, Chile
6. ¿Considera usted que Republica Dominicana es un destino atractivo para internacionalizar sus productos? Si, dentro de los países del caribe es la que tiene mejor PIB, mejor crecimiento económico, mejor desarrollo de infraestructura, y es uno de nuestros mejores clientes

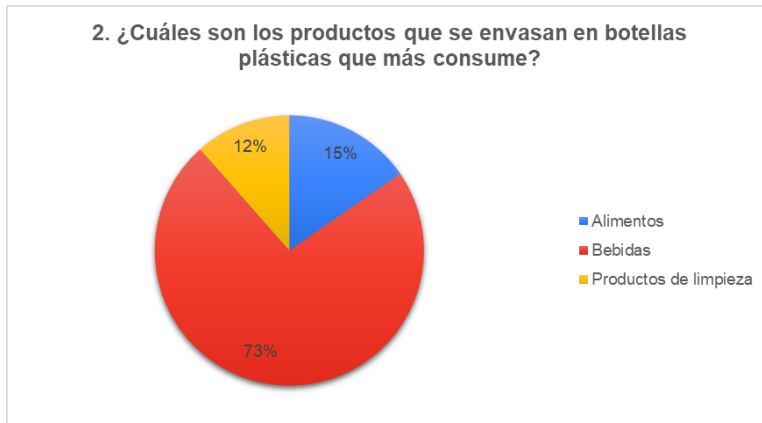
Anexo 3. Encuesta de Consumidor

Pregunta 1. Dentro de sus hábitos de compra, ¿Consume productos que vienen en botellas de plástico?



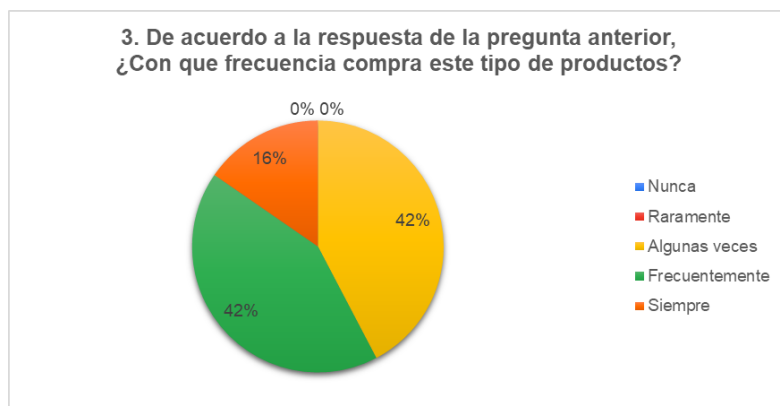
Nota: Grafica de elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

Pregunta 2. ¿Cuáles son los productos que se envasan en botellas plásticas que más consume?



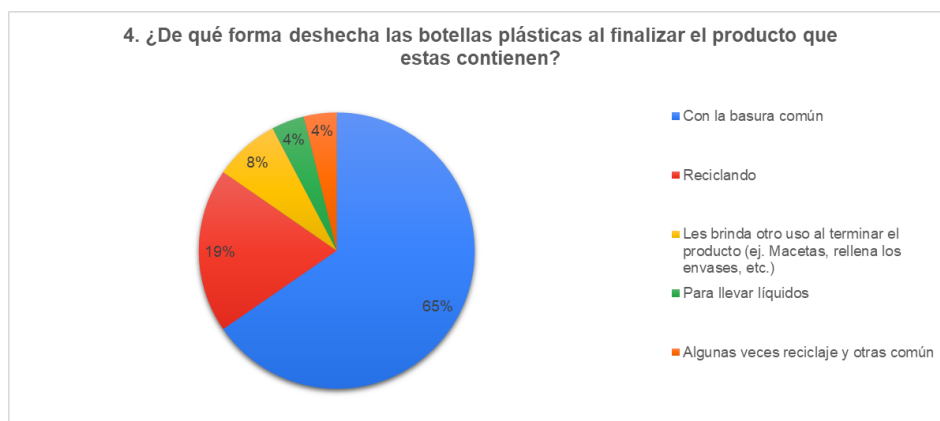
Nota: Grafica de elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

Pregunta 3. De acuerdo a la respuesta de la pregunta anterior, ¿Con que frecuencia compra este tipo de productos?



Nota: Grafica de elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

Pregunta 4. ¿De qué forma deshecha las botellas plásticas al finalizar el producto que estas contienen?

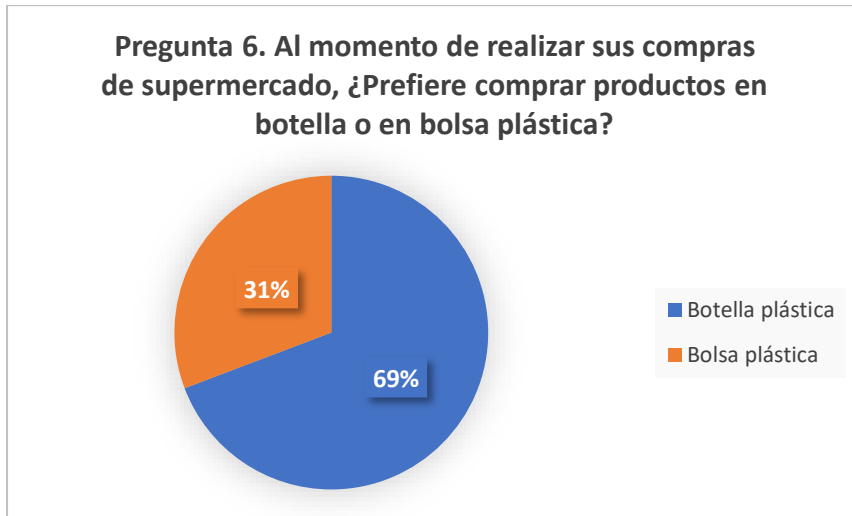


Pregunta 5. ¿Qué tan importante es para usted que las botellas de plástico sean reciclables o fabricadas con materiales reciclados?



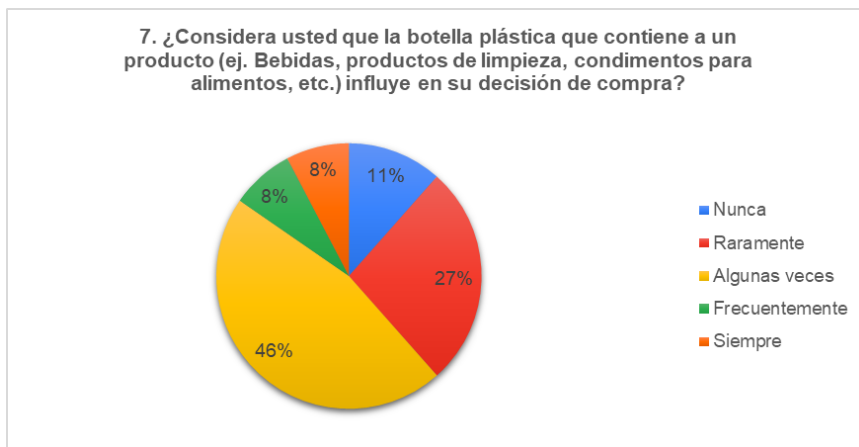
Nota: Grafica de elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

Pregunta 6. Al momento de realizar sus compras de supermercado, ¿Prefiere comprar productos en botella o en bolsa plástica?



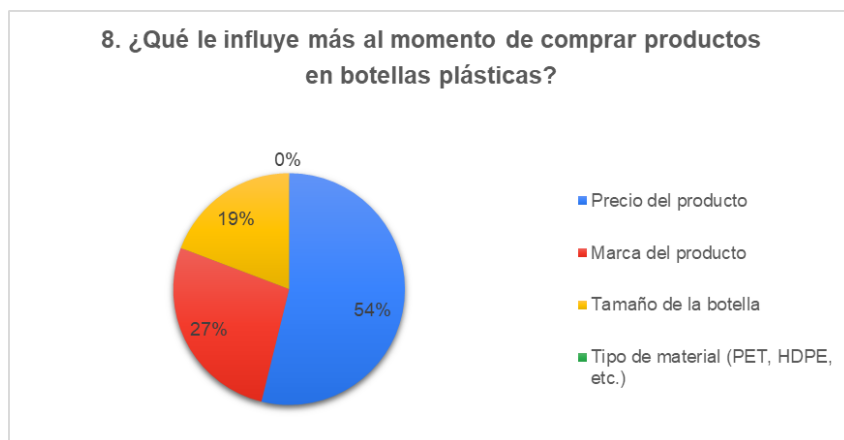
Nota: Grafica de elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

Pregunta 7. ¿Considera usted que la botella plástica que contiene a un producto (ej. Bebidas, productos de limpieza, condimentos para alimentos, etc.) influye en su decisión de compra?



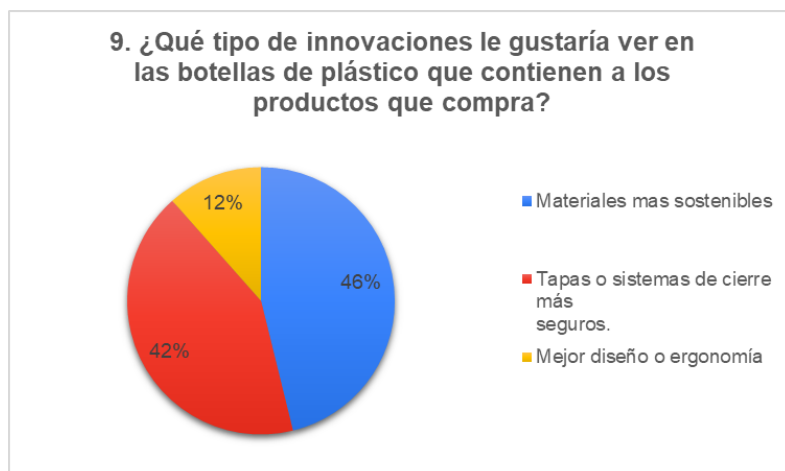
Nota: Grafica de elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

Pregunta 8 ¿Qué le influye más al momento de comprar productos en botellas plásticas?

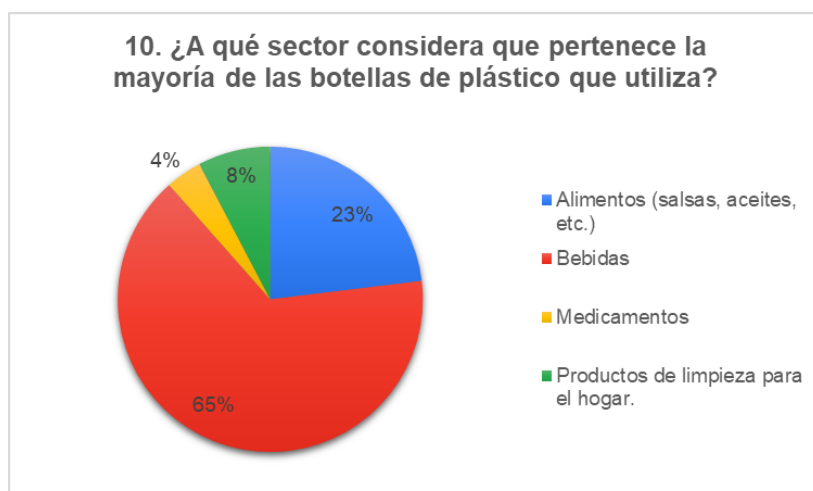


Nota: Grafica de elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

Pregunta 9 ¿Qué tipo de innovaciones le gustaría ver en las botellas de plástico que contienen a los productos que compra?



Pregunta 10. ¿A qué sector considera que pertenece la mayoría de las botellas de plástico que utiliza?



Nota: Grafica de elaboración propia con datos de la encuesta realizada.

Anexo 4. Tabla de ponderaciones a evaluar para el acceso al mercado.

Tabla de ponderaciones a evaluación de criterios para el acceso al mercado.

Criterios			Exportación indirecta	Agentes (o comisionista)	Distribuidores importadores	Sucursales	Licencias/franquicias	Joint Venture	Filial
Necesidad de continuidad a largo plazo en el mercado	Alta	X	0	0	1	2	2	2	3
Número de clientes potenciales en el mercado	Baja		2	3	2	0	1	0	0
Concentración del poder de compra	Alta	X	0	0	3	1	0	2	2
Concentración geográfica de los compradores	Baja		0	3	1	3	0	0	0
Estacionalidad de los mercados	Alta		0	2	0	3	0	0	2
Costo del equipo interno de ventas	Baja	X	1	0	3	0	2	2	1
Complejidad técnica del sector	Alta		0	2	0	3	0	0	2
Necesidad de proteger la propiedad técnica del producto	Baja	X	1	1	3	0	0	2	1
Grado de innovación y cambio en el sector	Alta	X	2	2	1	0	0	0	0
Nivel de asistencia técnica necesaria	Baja		0	0	1	1	1	1	1
Margen de rentabilidad disponible	Alta		1	2	2	0	2	1	0
Repercusión del coste de transporte por unidad	Baja		0	0	0	3	0	2	3
	Alta		0	0	1	2	3	2	3
	Baja	X	2	3	2	0	0	0	0
	Alta		0	0	1	2	2	1	3
	Baja	X	1	2	2	2	0	0	0
	Alta		0	0	1	2	2	2	3
	Baja	X	1	2	2	1	2	1	0
	Alta		0	0	0	1	2	2	3
	Baja		1	3	2	1	0	0	1
	Alta		0	1	2	3	2	2	3
	Baja	X	2	2	1	0	0	0	0
	Alta	X	0	1	2	2	2	2	2
	Baja		1	2	3	2	0	0	0
Resultados			10	13	20	8	8	11	9

Fuente: Desarrollada en clases de especialización en comercio internacional.

Anexo 5. Cotización



GLC
GRUPO LINEAS DE CARGA

SU SOCIO ESTRATÉGICO

Servicio: FCL

Cotización: SAL250131

Cotización Maritima para: INCUSA

Fecha: 31/1/2025

Preparada Por:

Attn: Hugo Alfaro
Email: hugo.alfaro@glcamerica.com

Preparada Para:

Email:

Detalles de Servicio

Servicio Puerta a Puerto

Origen San Juan Opico, El Salvador

Destino Caucedo, Republica Dominicana

Incoterm

Información de Carga

Contenedores 1

Tipo de Contenedores 20' STD

Peso Bruto N/A

Volumen N/A

Mercancia Carga general

Carga Peligrosa No

Tarifas y Recargos			
Origen	San Juan Opico, El Salvador		
Destino	Caucedo, Republica Dominicana		
Servicio	FCL - Completo	Flete Marítimo	1x20'
Frecuencia	Semanal	Flete Marítimo	\$ 1,750.00
TT Rio Haina	10-13 días aprox.	Cargos en Origen	
Puerto de Cargue	Puerto Barrios	BL	\$ 75.00
Puerto de Arribo	Caucedo	Tramite de exportacion	\$ 85.00
Validez	15 de febrero del 2025	Revision no intrusiva	\$ 23.00
		Cargos en destino	
		Manejo	\$ 50.00
		Subtotal por contenedor IVA no incluido	\$ 1,983.00

Notas

Seguridad es recomendada por la situación en Guatemala, custodio puerta a puerto \$185.00

Tramite de importación e impuestos en destino no incluido, se cotiza hasta puerto Caucedo, tarifa no incluye cargos en destino

Tarifa no incluye detenciones, demoras, tiempos de espera, almacenaje.

Tarifa no incluye ningún cargo en destino

Tarifa no incluye cargos por revisiones en aduanas en origen/destino

Tarifa no incluye tramite de exportacion ni rayos X

Tarifa no incluye tramite de aduana en destino

Tarifa no incluye impuestos en destino ni pagos a terceros

Tarifa no cargos de CEPA

Tarifa no incluye cargos por demoras, almacenaje o estadías

Tarifa no incluye cargue

Seguro de carga Internacional no incluido -0.65% sobre valor de carga y factura minimo \$70.00

Tiempos de transitos sujetos a variación por pandemia

- * Tarifa no incluye IVA (13%)
- * Para embarques collect, tarifa no incluye 5.3% de collect fee
- * La Tarifa es válida hasta el 15/02/2025, pasado esta fecha se deberá solicitar una actualización
- * La Tarifa no incluye los siguientes cargos en origen y destino: Cargos de Almacenaje (CEPA), muellaje, Derechos de Importación (Impuestos), pagos a terceros, revisiones físicas, demoras, estadías, desbalances, otros cargos por revisión física.
- * Los cargos de destino del transportista no están incluidos a menos que se indique lo contrario específicamente.
- * Tarifa no incluye maniobras de carga y descarga, montacargas u otros equipos relacionados con la carga y descarga.
- * Debido a las condiciones del mercado, las devoluciones de contenedores vacios pueden generar costos adicionales sobre la tarifa cotizada, debido a stand by o transporte local si no se recibe en patio de contenedores en la misma fecha de descarga.
- * En la tarifa no está incluido ningún otro cargo que no se incluya en este tarifario, todos los servicios extras serán sujetos a cotización

www.glcamerica.com

Anexo 6. Botella de plástico

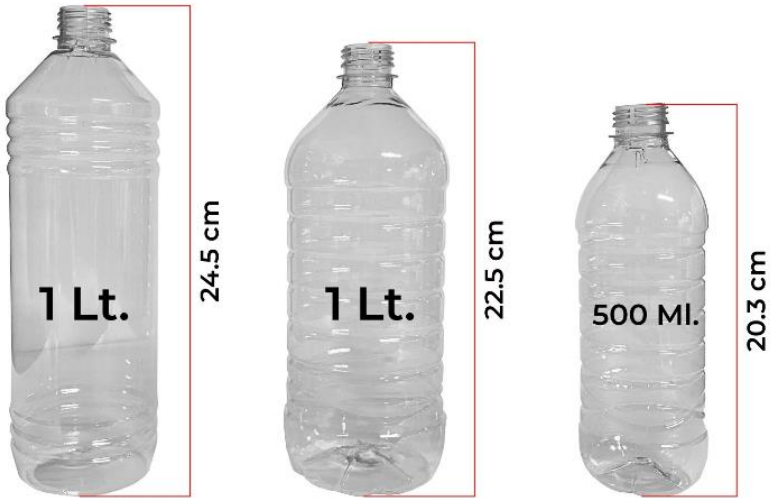


Imagen Fisca del producto

Anexo 7. Empaque Primario, Secundario y Terciario del producto



Anexo 8. Documentos para exportación

Ejemplo de Factura de exportación

COMMERCIAL INVOICE																
SELLER: SOLD TO: SHIP TO (if different than Sold To):	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">INVOICE No.</td> <td>DATE</td> </tr> <tr> <td>CUSTOMER REFERENCE No</td> <td>DATE</td> </tr> <tr> <td colspan="2">TERMS OF SALE</td> </tr> <tr> <td colspan="2">TERMS OF PAYMENT</td> </tr> <tr> <td colspan="2">CURRENCY OF SETTLEMENT</td> </tr> <tr> <td>MODE OF SHIPMENT</td> <td>BILL OF LADING / AWB</td> </tr> </table>				INVOICE No.	DATE	CUSTOMER REFERENCE No	DATE	TERMS OF SALE		TERMS OF PAYMENT		CURRENCY OF SETTLEMENT		MODE OF SHIPMENT	BILL OF LADING / AWB
INVOICE No.	DATE															
CUSTOMER REFERENCE No	DATE															
TERMS OF SALE																
TERMS OF PAYMENT																
CURRENCY OF SETTLEMENT																
MODE OF SHIPMENT	BILL OF LADING / AWB															
QTY	DESCRIPTION	UNIT OF MEASURE	UNIT PRICE	TOTAL PRICE												
PACKAGE MARKS:		TOTAL COMMERCIAL VALUE:														
		MISC. CHARGES: (packing, insurance, etc.)														
		TOTAL INVOICE VALUE:														
CERTIFICATIONS:		I certify that the stated export prices and description of goods are true and correct: _____ (SIGNED) TITLE: _____														

Ejemplo de lista de empaque

LISTA DE EMPAQUE

REFERIDA A LA FACTURA N°:

EXPORTADOR:

DIRECCIÓN:

TELF.:

CIUDAD:

PAÍS:

RUEX N°:

FECHA:

NIT:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	PESO NETO	PESO TOTAL

NATURALEZA DEL PRODUCTO: Liquido

Solido

Frágil

Peligroso

Otro_____

NUMERO TOTAL DE CAJAS: :

PESO NETO TOTAL:

PESO BRUTO TOTAL:

Ejemplo de Duca D

DECLARACIÓN ÚNICA CENTROAMERICANA (DUCA)													
DUCA-F	Exportador / Proveedor	4.1 No. identificación	4.2 Tipo identificación	ARE	Identificación de la declaración			CÓDIGO DE BARRAS					
		4.4 Nombre o razón social	4.3 País Emisión	QT	1. No. Correlativo o referencia	2. No. de DUCA	3. Fecha de aceptación						
	4.5 Domicilio fiscal	3 CALLE 4-82 ZONA 9 ALDEA BOCA DEL MONTE VILLA CAVALES GUATEMALA		7. Aduana registro/tránsito		8. Aduana salida							
	Importador / Destinatario	5.1 No. identificación	5.2 Tipo identificación	ARE	9. Aduana ingreso		10. Aduana destino						
		5.4 Nombre o razón social	5.3 País Emisión	NI									
	Transportista Destinatario/Auxiliar	6.1 Código	915		15. País procedencia		16. País Exportación						
		6.2 No. identificación	516348K		17. País destino		18. Depósito Aduanero/Zona Franca						
		6.3 Nombre o razón social	ASOCIACION GUATEMALTECA DE EXPORTADORES		21. Lugar de Embarque		22. Lugar Desembarque						
		6.4 Domicilio fiscal	15 AVENIDA 14-72 ZONA 13										
	Conductor	19.1 Código	20. Modo de transporte	3	24.1 Identificación de la unidad de transporte	24.2 País de registro	24.3 Marca	24.4 Chasis/VIN					
19.2 Nombre				24.5 Identificación del remolque o semirremolque		24.6 Cantidad de unidades de carga/remolques o semirremolques							
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						
	1,950.00	500.00	30.00	0.00	29,900.00	29,549.00	34.1 Tipo de tributo	34.2 Total por tributo					
Mercancías	35. Cantidad de bultos	36. Clase de bultos	37. Peso Neto	38. Peso Bruto	39. Cuota Contingente	Liquidación por línea							
	1,300.00	SA	29,549.00	29,900.00	44. Acuerdo	53.1 Tipo	53.2 Alícuota	53.3 Total					
Documentos de soporte	40. Número de línea	41. País de origen	42. Unidad de medida	43. Cantidad	44. Acuerdo								
	1	QT	KGS	29549	47.1 Criterio para certificar origen	53.4 MP							
Observaciones y firmas	45. Clasificación arancelaria	46. Descripción de las mercancías	47.1 Criterio para certificar origen	47.2 Reglas accesorias	52. Valor en aduana								
	0703101100	1,300 SACOS DE CEBOLLA AMARILLA (8500Q)	A	NO	2,480.00								
Observaciones y firmas	48. Valor de transacción	49. Gastos de transporte	50. Seguro	51. Otros gastos	52. Valor en aduana								
	500.00	30.00	0.00	2,480.00	53.5 Total General								
Observaciones y firmas	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(s) que aplica el documento	54.7 Nombre de la autoridad o entidad que emitió el documento de soporte	54.8 Monto					
	380	A-000074	14/07/2021	S-F	QT	1/1	PROCV	2,480.00					
Observaciones y firmas	55. Observaciones	Uso de Aduanas			Uso de Ventanilla Única								
	PILOTO, JESUS NEPTALI ZAMORA MORENO PLACA BATEZAL M 117131 PLACA PURDISH M 204354	57. Firma, sello y sello del funcionario autorizado por la Dirección General de Aduanas o de la Aduana de Salida.			58. Firma o autorización de ventanilla única								
Observaciones y firmas	56. Válido hasta	14/06/2021	Firma			Firma							
	60.		Firma del Declarante			Firma							
Observaciones y firmas	61. El suscrito declara bajo fe de juramento que las mercancías arriba detalladas son originarias de	Nombre			Nombre								
		Empresa			Empresa								
Observaciones y firmas	62. El suscrito declara bajo fe de juramento que las mercancías arriba detalladas son originarias de	Cargo			Cargo								
		Firma			Firma								

Ejemplo de documento de transporte marítimo (Bill of Lading)

Date: _____		BILL OF LADING		Page 1 of _____	
SHIP FROM				Bill of Lading Number: _____ BAR CODE SPACE	
Name: _____ Address: _____ City/State/Zip: _____ SID#: _____					
FOB: ☐					
SHIP TO					
Name: _____ Location #: _____ Address: _____ City/State/Zip: _____ CID#: _____				CARRIER NAME: _____ Trailer number: _____ Seal number(s): _____	
FOB: ☐				SCAC: _____ Pro number: _____	
THIRD PARTY FREIGHT CHARGES BILL TO:				BAR CODE SPACE	
Name: _____ Address: _____ City/State/Zip: _____					
SPECIAL INSTRUCTIONS:				Freight Charge Terms: (freight charges are prepaid unless marked otherwise) Prepaid _____ Collect _____ 3 rd Party _____	
				☐ (check box) Master Bill of Lading: with attached underlying Bills of Lading	
CUSTOMER ORDER INFORMATION					
CUSTOMER ORDER NUMBER	# PKGS	WEIGHT	PALLET/SLIP (CIRCLE ONE)		ADDITIONAL SHIPPER INFO
			Y N		
			Y N		
			Y N		
			Y N		
			Y N		
			Y N		
			Y N		
			Y N		
GRAND TOTAL					
CARRIER INFORMATION					
HANDLING UNIT		PACKAGE		COMMODITY DESCRIPTION	
QTY	TYPE	QTY	TYPE	WEIGHT	H.M. (X)
Commodities requiring special or additional care or attention in handling or stowing must be so marked and packaged as to ensure safe transportation with ordinary care. See Section 2(a) of NMFC from 380					
RECEIVING STAMP SPACE				RECEIVING STAMP SPACE	
GRAND TOTAL					
Where the rate is dependent on value, shippers are required to state specifically in writing the agreed or declared value of the property as follows: "The agreed or declared value of the property is specifically stated by the shipper to be not exceeding _____ per _____."				COD Amount: \$ _____ Fee Terms: Collect: ☐ Prepaid: ☐ Customer check acceptable: ☐	
NOTE Liability Limitation for loss or damage in this shipment may be applicable. See 49 U.S.C. • 14706(c)(1)(A) and (B).					
RECEIVED, subject to individually determined rates or contracts that have been agreed upon in writing between the carrier and shipper, if applicable, otherwise to the rates, classifications and rules that have been established by the carrier and are available to the shipper, on request, and to all applicable state and federal regulations.				The carrier shall not make delivery of this shipment without payment of freight and all other lawful charges.	
SHIPPER SIGNATURE / DATE				SHIPPER SIGNATURE	
This is to certify that the above named materials are properly classified, packaged, marked and labeled, and are in proper condition for transportation according to the applicable regulations of the DOT.				Carrier acknowledges receipt of packages and required placards. Carrier certifies emergency response information was made available and/or carrier has the DOT emergency response guidelines or equivalent documentation in the vehicle. Property described above is received in good order, except as noted.	
Trailer Loaded: ☐ By Shipper ☐ By Driver				Freight Counted: ☐ By Shipper ☐ By Driver/pallets said to contain ☐ By Driver/Pieces	

[illegible]

Anexo 9. Costos de producción

MATERIALES			
DIRECTOS		INDIRECTOS	
10000 botellas	\$80.00	Embalaje plastico	\$0.10
		TOTAL MATERIALES	\$0.10
TOTAL MATERIALES	\$80.00		
MANO DE OBRA			
DIRECTA		INDIRECTA	
Operario máquina	\$7.60	Empacador	\$7.60
TOTAL MANO DE	\$7.60	TOTAL MANO DE	\$7.60
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Energía Eléctrica (mes)	\$500.00		
Agua Potable	\$45.00		
Mantenimiento de maquinaria	\$20.00		
TOTAL COSTOS	\$565.00		
COSTO DE PRODUCCIÓN BOTELLAS PLASTICAS			
TOTAL MATERIALES	\$80.00		
TOTAL MATERIALES	\$0.10		
TOTAL MANO DE	\$7.60		
TOTAL MANO DE	\$7.60		
TOTAL GASTOS	\$565.00		
TOTAL COSTOS DE	\$660.30		

Nota: Elaboración propia