

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



TRABAJO DE GRADO DE LICENCIATURA EN MODALIDAD DE
ESPECIALIZACIÓN: INTERNACIONALIZACIÓN DE PRODUCTOS

**“PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA: CAJAS DE PAPEL/CARTÓN
CORRUGADO HACIA ALAJUELA, COSTA RICA”**

PRESENTADO POR:

	CÓDIGO
NELSON ARMANDO CORTÉZ GÓMEZ	L10801
WILLIAM ALEXANDER JUÁREZ GÁMEZ	L10804
CINTHYA DAMARIS RAMOS RIVERA	L10804

MAYO DE 2025

CIUDAD UNIVERSITARIA “DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA”
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

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

AUTORIDADES DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN
SECRETARIO: LIC. JUAN PABLO MARIN
COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADUACION: MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA

ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL

COORDINADOR DE ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADOR DE PROCESO DE GRADUACIÓN: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
DOCENTE ASESOR: LIC. NORBERTO CALEB CANALES AGUIRRE
TRIBUNAL EVALUADOR: LIC. NORBERTO CALEB CANALES AGUIRRE
MSC. JULIO ALBERTO GARCÍA HERNÁNDEZ
LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCIA

Agradecimientos.

Quisiera dar gracias, Dios por darme la fortaleza e iluminarme para poder finalizar mis estudios y por estar siempre guiando mi camino mientras me protege, a mi madre que siempre ha formado parte de cada uno de mis logros así como apoyarme en mis momentos más difíciles del mismo educarme brindándome valores para que sea un honrado ciudadano así como nunca darme por vencido por más gris que parezca el panorama siempre seguir con la cabeza en alto, a mis amigos y compañeros los cuales me ayudaron a que la vida universitaria fuera más amena, a mi equipo de trabajo por ser parte fundamental de este proceso final apoyándonos para fluir correctamente y llevar acabo esta investigación.

Nelson Armando Cortéz Gómez

Doy gracias a Dios por permitirme culminar de manera exitosa mi carrera universitaria, a mis padres por educarme con valores para convertirme en un profesional que aporte valor a nuestra sociedad, a mi familia y amigos por siempre motivarme a ser mejor y no rendirme en medio del camino, a todos los docentes que compartieron sus conocimientos conmigo para poder llegar hasta este punto y finalmente a Valeria Romero por acompañarme en este proceso y ser un apoyo en los momentos difíciles.

William Alexander Juárez Gámez

Agradezco primeramente a Dios, por guiarme en este camino, a toda mi familia por su apoyo incondicional, por estar siempre pendiente de mí, en toda la circunstancia que se presentaron en el camino quienes representan mi mayor fuente de inspiración y perseverancia, enseñándome que cada esfuerzo vale la pena y todo sueño tiene un sacrificio, a cada uno de los docentes por brindarme un poco de su conocimiento, de igual manera agradezco a cada uno de mis amigos, que formaron parte de esta experiencia.

Cinthya Damaris Ramos Rivera

ÍNDICE

Resumen ejecutivo	i
Introducción.....	ii
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO.	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Descripción.....	6
1.3. Formulación.....	8
1.4. Enunciado del problema.....	9
1.5. Delimitación del problema.....	9
1.5.1. <i>Geografía y temporal.</i>	9
1.5.2. <i>Teórica.</i>	9
1.6. Justificación del problema.	10
1.6.1. <i>Novedad</i>	10
1.6.2. <i>Utilidad Social.</i>	11
1.6.3. <i>Factibilidad.</i>	11
1.7. Objetivos.....	11
1.7.1. <i>Objetivo General.</i>	11
1.7.2. <i>Objetivos Específicos.</i>	12
1.8. Marco Teórico	12
1.8.1. <i>Marco Histórico.</i>	12
1.8.2. <i>Marco Conceptual.</i>	16
1.8.3. <i>Marco Legal.</i>	23
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
2.1. Método.	27
2.2. Enfoque.....	28
2.3. Técnicas e instrumentos de investigación.....	28
2.3.1. <i>Técnica.</i>	28
2.3.2. <i>Instrumento.</i>	29
2.4. Fuentes.	30
2.5. Unidad de investigación.	30
2.6. Determinación de población y muestras	31
2.7. Diagnósticos de internacionalización.....	31
2.7.1. <i>Análisis de barreras y miedos.</i>	31
2.7.2. <i>Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP).</i>	31
2.7.3. <i>Factores de potencial de exportación.</i>	32

2.7.4. Conclusiones del diagnóstico de la situación.	32
CAPÍTULO III PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN.	33
3.1. Decisiones de mercado.	33
3.1.1. Estudio de mercado.	33
<i>i. Comportamiento del consumidor.</i>	33
<i>ii. Perfil Comercial.</i>	36
<i>iii. Localización y selección de canales de acceso al mercado.</i>	37
<i>iv. Cadena de precios de exportación.</i>	39
<i>v. Promoción internacional.</i>	39
<i>vii. Localización de barreras.</i>	41
3.1.2. Perfil país.	42
3.2. Operaciones y clientes.	45
3.2.1. Plan de acción	45
ii. Localización de Agentes/Distribuidores.	51
iii. Documentación de Exportación (y proveedores de servicios).....	53
3.2.2. Finanzas	54
CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	57
REFERENCIAS	58
ANEXOS	59

Resumen ejecutivo

La internacionalización de productos salvadoreños representa una estrategia esencial para fortalecer la competitividad y expandir mercados. En este contexto, el plan de exportación de cajas de cartón corrugado hacia Alajuela, Costa Rica, responde a una creciente demanda por soluciones de embalaje sostenibles y de alta calidad. Costa Rica, líder regional en la importación de cajas de cartón con un gasto de \$139 millones en 2022, ofrece un entorno propicio gracias a sus tratados de libre comercio y preferencias por productos ecológicos.

El análisis de viabilidad económica muestra oportunidades claras para las empresas salvadoreñas. Aunque en 2022 las exportaciones de cajas de cartón corrugado desde El Salvador hacia Costa Rica disminuyeron un 9.5%, existe un potencial de expansión de \$4.4 millones anuales, aprovechando el posicionamiento de productos sostenibles y las facilidades logísticas de Alajuela. La región cuenta con infraestructura clave, como el aeropuerto internacional, que facilita el transporte de mercancías y reduce los costos asociados. Asimismo, los tratados comerciales, como el DR-CAFTA, eliminan barreras arancelarias, permitiendo una entrada competitiva al mercado.

Sin embargo, el plan de internacionalización enfrenta desafíos logísticos y regulatorios, como los altos costos de transporte y la necesidad de certificaciones específicas. A pesar de ello, el enfoque en alianzas estratégicas con distribuidores locales, el cumplimiento de estándares de calidad y la adaptación del producto a las preferencias del consumidor costarricense garantizan una perspectiva positiva.

Introducción.

El proceso de internacionalización de un producto suele ser muy complejo, ya que una empresa puede tener un mercado ya creado en su país de origen. Al decidir dar el salto a un mercado nuevo, principalmente externo, hay que enfocarse en aquellos factores importantes que pueden llegar afectar su desarrollo. La industria del cartón corrugado ha experimentado un crecimiento sostenido debido a la alta demanda de empaques sostenibles, especialmente en sectores clave como el agrícola, Industrial y el de bienes de consumo masivo. Dada la similitud entre ambas economías y el crecimiento de la demanda en Costa Rica, se presenta una oportunidad significativa para establecer una posición sólida en un nuevo mercado y consolidar la expansión regional de la empresa.

En el Capítulo I establece la base conceptual y contextual para el análisis, comenzando con el marco histórico, que ofrece una perspectiva temporal sobre los conceptos clave. El marco conceptual se enfoca en el plan de internacionalización, explicando su definición, ventajas, desventajas y las etapas del proceso. Además, se destacan la planificación y la investigación de mercados como factores esenciales para el éxito en la expansión internacional de las empresas. Finalmente, el marco legal proporciona las normativas que rigen las actividades comerciales para el producto tanto a nivel internacional, Regional, latinoamericano, en general para Costa Rica los mínimos estándares de calidad que debe tener dicho producto.

En el Capítulo II se define la Metodología de la Investigación establece el enfoque y las técnicas empleadas para analizar los procesos de internacionalización. En la sección de Generalidades, se describe la estructura metodológica, mientras que el Enfoque detalla el tipo de investigación aplicada. Las Técnicas de Investigación son el conjunto de

herramientas, procedimientos e instrumentos utilizados para obtener información, conocimiento y herramientas utilizadas para recopilar y analizar los datos.

En el Capítulo III, se evalúan las barreras y miedos que enfrentan las empresas, así como su adaptación de productos y el potencial de exportación. Estas evaluaciones proporcionan una visión clara de la preparación y oportunidades de expansión internacional, mostrando los procesos de adaptación y aquellos factores económicos adicionales en los que incurre una empresa al momento de exportar su producto a otro país

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO TEORICO.

1.1. Antecedentes.

El mercado de los envases y cajas de cartón está constituido por un conjunto de empresas que fabrican una gama amplia de productos de diversos usos, materiales y tecnologías implicadas. (DNLC, 2008, pág. 3).

Los envases de cartón por ejemplo tienen una variedad amplia de usos, desde la alimentación, para uso industrial o bien de oficina y uso general, que incluye uso escolar transporte de carga etc. (DNLC, 2008, pág. 4).

Se trata en consecuencia de un mercado en el cual la gama de productos es muy heterogénea y en donde la creatividad adaptación a los distintos usos no tiene límite. esta industria evoluciona constantemente para adaptar sus formatos a las necesidades del mercado. Sin embargo, de este punto de vista hay que diferenciar los productos de cartón envases respecto y de los de papel y otros materiales como vidrio, madera y metal.

Costa Rica es una historia de éxito en términos de desarrollo. Considerado un país de ingreso medio alto, Costa Rica experimentó un crecimiento económico sostenido en los últimos 25 años. Dicho progreso es el resultado de una estrategia de crecimiento orientada al exterior, basada en la apertura a la inversión extranjera, así como en una gradual liberalización comercial. (GÓMEZ, 2018, pág. 48)

A pesar del sólido crecimiento de las últimas décadas, sobresalen dos desafíos al desarrollo: la declinante situación fiscal y una desigualdad persistente.

Estos retos afectan los pilares básicos del modelo de desarrollo costarricense: inclusión, crecimiento y sostenibilidad. (GÓMEZ, 2018, pág. 48)

A pesar de esto, ese crecimiento representa una franca mejoría en los flujos de comercio de bienes, luego de la desaceleración registra Analizar la competencia directa e indirecta que se tenga en el mercado costarricense ya sea de proveedores locales o extranjeros. da en 2019 atribuido a las tensiones comerciales y la ralentización del crecimiento económico, así como de la agudización de la crisis en el año 2020 debido a la pandemia del COVID-19, que terminaron provocando una crisis económica catalogada como la peor de los últimos 100 años. (Análisis sobre la evolución del Comercio Exterior, 2021, pág. 3)

En los últimos años, Costa Rica ha emergido como un destino atractivo para la exportación de una amplia gama de productos, entre ellos, productos de embalaje como las cajas de papel/cartón corrugado. Este país, con una economía estable y en crecimiento en América Central, ofrece oportunidades comerciales significativas debido a su ubicación estratégica, su infraestructura logística y políticas comerciales.

Es evidente que el crecimiento de esta industria depende de igual manera de las posibilidades de exportación a otros mercados cercanos en el entorno regional y la capacidad que tengan las empresas para ser competitivas y posicionarse en otros mercados. esta industria al igual que otras relacionadas como el vidrio, metal, dependen de recursos renovables, pero en el caso el papel y el cartón el reciclaje permite obtener rendimientos importantes. Es difícil poder encontrar relaciones de sustitución directas, en cuanto a usos, pero, por ejemplo, en cajas plegadizas, en el caso de bebidas de envases de tetra pack, en el último tiempo el sustituto más cercano es el vidrio. Referente a las cajas corrugadas, su sustituto más cercano es la madera, pues estas cajas se utilizan fundamentalmente para embalaje como por ejemplo artesanías

productos terminados etc. No obstante, con relación al cartón la industria de reciclaje está muy desarrollada al igual que el vidrio abaratando los costos (DNLC, 2008, pág. 5)

La relación comercial entre Costa Rica y países vecinos como El Salvador ha sido notable, abarcando diferentes sectores y productos. En este contexto, la industria salvadoreña de cajas de papel/cartón corrugado se destaca como un sector importante dentro del panorama industrial del país. Las empresas salvadoreñas en este rubro han demostrado capacidad para satisfacer la demanda nacional, pero también muestran potencial para expandirse hacia mercados extranjeros como Costa Rica. En 2022, las exportaciones de El Salvador hacia Costa Rica registraron un valor de US \$303.5 millones, representando un crecimiento de 15.4% respecto a lo exportado en 2021. Esto responde principalmente a mayores ventas de papel higiénico (BCR, 2023, pág. 1)

Tabla 1
Principales sectores de Exportación entre El Salvador y Costa Rica

Nº	Sector	Exportaciones USD 2022	Participación (%)	Crecimiento 2021-2022	Variación 2021-2022 USD	Exportaciones Kg 2022
1	Papel y cartón	\$ 94,608,571.20	31.20%	5.8.%	\$ 35,155,404.00	44212014.60
2	Plásticos y caucho	\$ 157,071,771.80	18.80%	20.2.%	\$ 9,580,995.20	20839243.40
3	Agroindustria	\$ 33,194,150.40	10.90%	17.6.%	\$ 4,973,835.90	14504173.50
4	Industrias químicas	\$ 133,003,200.00	10.90%	18.9.%	\$ 5,246,445.50	26668936.70
5	Alimentos y bebidas	\$ 20,350,761.70	6.70%	21.7.%	\$ 3,631,723.30	12381044.40
6	Metalmecánica	\$ 19,354,053.20	6.40%	8.2.%	\$ 11,472,641.80	8448888.10
7	Confección	\$ 9,635,457.80	3.20%	4.1.%	\$ 379,273.60	720951.40
8	Maquinaria y aparatos mecánicos	\$ 18,898,435.00	2.90%	45.0.%	\$ 12,762,147.40	2496854.00
9	Textiles	\$ 7,499,017.70	2.50%	51.2.%	\$ 2,538,281.70	1400561.90
10	Muebles mobiliario	\$ 16,717,448.80	2.20%	23.8.%	\$ 11,292,704.60	1278899.50
11	Resto de sectores	\$ 13,158,271.30	4.20%	-	\$ 53,435,136.40	8215576.90

Nota. Tabla realizada en base a información del Banco Central de Reserva de El Salvador “Relación Comercial El Salvador-Costa Rica”

Tabla 2.
Principales productos Exportados hacia Costa Rica.

N°	Inciso Arancelario SAC	Descripción	Exportaciones USD 2022	Participación (%)	Crecimiento 2021-2022	Variación 2021-2022 USD	Exportaciones "Kg 2022
1	4818100000	Papel higiénico	\$56,485,52 6.00	18.60%	15.80%	\$ 57,700,811.0	27,054,720.00
2	1604149000	Conservas de atún	\$19,259,26 1.10	6.30%	27%	\$ 4,095,287.10	4,503,174
3	3923309100	Preformas plásticas	\$15,127,68 4.40	5%	42.50%	\$ 4,508,317.70	6,929.334.3
4	3923219000	Sacos de Polímeros de etileno	\$12,244,89 6.00	4%	17.20%	\$ 1,801,450.10	4,930,523.30
5	3402500000	Preparación de tensoactivaas	\$11,319,46 8.50	3.70%	6.40%	\$ 684,282.60	16,433,358.30
6	4819100000	Cajas de papel o cartón corrugado	\$10,638,62 9.40	3.50%	-9.50%	-\$ 1,111,205.60	5,064,566
7	818200000	Toallas de papel	\$510,274,0 59.40	3.40%	27.10%	\$ 52,191,321.1	4,429,089
8	3920201900	polipropileno impreso	\$5,063,670.50	1.70%	62.90%	\$ 1,955,437.80	1,637,108
9	3921904300	Polietileno impreso	\$49,247,13 2.00	1.60%	15.30%	\$ 652,032.70	559.375.9
10	3923309900	Envases plásticos	\$4,538,031.90	1.50%	21.80%	\$ 812,727.40	1,188,134
11		Resto de productos	\$153,615,198.60	50.60%	-	\$17,178,127.30	68,437,762.80

Nota. Tabla realizada en base a información del Banco Central de Reserva de El Salvador “Relación Comercial El Salvador – Costa Rica.

1.2. Descripción

S1. Baja demanda en el mercado costarricense:

C1.1 Falta de conocimiento sobre las necesidades y preferencias del mercado costarricense.

C1.2 Insuficiente investigación de mercado para identificar oportunidades de crecimiento en Costa Rica.

C1.3 Ausencia de estrategias de marketing efectivas para promover las cajas de papel/cartón corrugado salvadoreñas en Costa Rica.

La baja demanda de cajas de papel/cartón corrugado salvadoreñas en el mercado costarricense puede atribuirse a una investigación de mercado insuficiente que dificulta la identificación de oportunidades de crecimiento y nichos de mercado en Costa Rica. La falta de conocimiento sobre las necesidades y preferencias locales limita la capacidad de las empresas salvadoreñas para ofrecer productos adaptados al mercado costarricense. Asimismo, esta falta de comprensión impide que las empresas planifiquen estrategias de marketing efectivas dirigidas al mercado costarricense, lo que obstaculiza el logro del potencial de demanda de las cajas de papel/cartón corrugado salvadoreñas.

S2. Dificultades logísticas en la exportación:

C2.1 Falta de infraestructura logística adecuada para facilitar el transporte y la distribución de las cajas de papel/cartón corrugado hacia Costa Rica.

C2.2 Altos costos de transporte y trámites aduaneros que dificultan la competitividad de los productos salvadoreños en el mercado costarricense.

C2.3 Problemas de embalaje inadecuado que afectan la calidad y la integridad de las cajas durante el transporte.

Las dificultades logísticas en la exportación de cajas de papel/cartón corrugado desde El Salvador hacia Costa Rica son influenciadas por diversos factores. La infraestructura logística deficiente entre ambos países aumenta los costos y los tiempos de transporte, lo que afecta la competitividad de los productos salvadoreños en el mercado costarricense. Además, los altos costos de transporte y trámites aduaneros contribuyen a estos desafíos. Estos costos adicionales pueden impactar negativamente los márgenes de ganancia de las empresas salvadoreñas y dificultar su competencia en el mercado costarricense. Por último, los problemas de embalaje inadecuado pueden ocasionar daños a las cajas durante el transporte, afectando la calidad del producto y la satisfacción del cliente.

S3. Regulaciones y barreras comerciales:

C3.1 Desconocimiento o falta de cumplimiento de las regulaciones de exportación e importación entre El Salvador y Costa Rica.

C3.2 Barreras arancelarias u otras restricciones comerciales que limitan el acceso de las cajas de papel/cartón corrugado salvadoreñas al mercado costarricense.

C3.3 Complejidades en la obtención de certificaciones y cumplimiento de normativas fitosanitarias y de calidad exigidas por las autoridades costarricenses.

Las regulaciones y barreras comerciales dificultan la exportación de cajas de papel/cartón corrugado de El Salvador a Costa Rica, generando demoras y problemas. Las restricciones arancelarias limitan el acceso al mercado costarricense, disminuyendo la

competitividad de los productos salvadoreños. Además, la obtención de certificaciones y el cumplimiento de normativas fitosanitarias y de calidad añaden obstáculos adicionales para las empresas salvadoreñas que desean exportar a Costa Rica.

S4. Competencia Internacional:

C4.1 Presencia de Países que ofrecen el mismo producto hacia Costa Rica que ofrecen cajas de papel/cartón corrugado a precios competitivos.

C4.2 Falta de diferenciación de los productos salvadoreños frente a la competencia internacional en términos de calidad, precio o servicio.

La competencia Internacional en Costa Rica plantea un desafío para las empresas salvadoreñas que desean exportar cajas de papel/cartón corrugado a este mercado. La presencia de competencia que ofrecen productos similares a precios competitivos dificulta la entrada de los productos salvadoreños. Además, la falta de diferenciación de los productos salvadoreños frente a la competencia local puede limitar su capacidad para atraer a los consumidores costarricenses y ganar cuota de mercado.

1.3. Formulación.

Las cajas de cartón corrugado son un elemento esencial en la cadena de suministro global, ya que protegen y transportan una amplia variedad de productos. Debido a su versatilidad y resistencia, las cajas de cartón corrugado han adquirido un papel fundamental en múltiples sectores industriales, desde la alimentación hasta la electrónica, como consecuencia de ello la demanda de cajas de cartón ha crecido considerablemente, siendo El Salvador el país que mejor calidad de cajas tiene en la región.

1.4. Enunciado del problema.

¿Cómo afectan las dificultades logísticas en la exportación de cajas de papel/cartón corrugado desde El Salvador hacia Alajuela, Costa Rica en la capacidad de las empresas salvadoreñas para competir en el mercado costarricense?

1.5. Delimitación del problema.

1.5.1. Geografía y temporal.

Provincia de Alajuela, Costa Rica, para el segundo semestre de 2025

1.5.2. Teórica.

Según el Sistema de información Comercial del Ministerio de Economía de El Salvador, Costa Rica cuenta con un Tratado de Libre Comercio en el cual se amplía la zona libre de comercio y se realiza un apartado de reglas comerciales lo que permite el fortalecimiento de cadenas productivas, si bien se sabe para facilitar el intercambio de las mercancías, el producto debe contener su respectivo código arancelario y descripciones establecidas por Sistema Arancelario Centroamericano, en este caso especifica la partida a utilizar para la internacionalización de cajas de cartón corrugado es 48.19.

actualmente Costa Rica cuenta con una política y economía estable, desde 1960 dicho país ha triplicado su PIB, convirtiéndose en uno de los países atractivos para para inversión extranjera y oportunidades lucrativas. En 2023, Costa Rica importó un total de US \$ 22.4 mil millones de bienes y servicios. Los principales orígenes de importación de Costa Rica son los Estados Unidos, China, México, Guatemala y Japón.

Adicional según, el estudio de Baker Alajuela es la provincia número dos de Costa Rica, dicha provincia obtiene el primer lugar en la economía gracias la producción agrícola como café y caña de azúcar, además también produce granos básicos como, arroz

frijol y maíz, es importante destacar que en Alajuela operan las zonas francas como El Coyal, Saret, Montecillos, Bes entre otras.

Por otro lado, el Periódico de la República, indica que Alajuela y San José comparten la segunda casilla en el Índice LATAM de Economía Compartida 2021, con una calificación de 95, este estudio mide el avance de las ciudades en la oferta de servicios colaborativos.

Si bien se sabe las empresas optan por embalar sus productos en la caja de cartón corrugado ya que son de mayor protección, resistencia, de fácil rotulado y manipuleo, claro esto dependerá del producto que desea ingresar, las cajas de cartón circulan en el mercado con mucha facilidad ya que es un producto reutilizable y no genera contaminación al medio ambiente.

Algunas de las ventajas que las cajas de cartón le generan al cliente son:

- Es un material que permite al consumidor generar agujeros esto facilita que al producto le ingrese aire frío y este tenga una mejor duración.
- Es muy fácil la impresión y rotulado que el cliente desee ingresar.
- Amortigua el choque que los productos puedan tener en el tránsito.

1.6. Justificación del problema.

1.6.1. Novedad

Las exportaciones de cajas de papel/cartón corrugado hacia Alajuela, Costa Rica están en constante crecimiento según cifras del “Centro de comercio Internacional”, El Salvador tiene un potencial de mercado de diecisiete millones de dólares anuales con una exportación real de doce millones teniendo una oportunidad de mercado que ronda los

cuatro punto cuatro millones, la industria salvadoreña a través de estrategias innovadoras podría capitalizar este mercado pendiente, además gracias al contexto global de la sostenibilidad es común que se apueste por materiales reciclados como el papel/cartón corrugado y eso genera un valor añadido al producto es cuestión.

1.6.2. Utilidad Social.

El Salvador actualmente vive un auge en el tema de las exportaciones algunas entidades tales como, Coexport con su plan de capacitación “La Ruta del exportador”, Banco Central de Reserva a través del CIEX y otras iniciativas públicas y privadas buscan crear las condiciones necesarias para que más salvadoreños puedan conocer de primera mano cual es el proceso por seguir y con ello generar más fuentes de empleo directo e indirecto en este caso con la exportación cajas de papel/cartón corrugado hacia Alajuela, Costa Rica.

1.6.3. Factibilidad.

El Salvador y Costa Rica gozan de excelentes relaciones comerciales tal como se indica los datos obtenidos del Banco Central de Reserva (ver tabla 2) donde se observa que un amplio crecimiento en los últimos cuatro años de las exportaciones, para ser puntuales de la Clasificación de Productos según Sistema Arancelario Centroamericano (SAC) capítulo 48: Papel y Cartón; Manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón.

1.7. Objetivos.

1.7.1. Objetivo General.

Identificar el potencial de mercado para la exportación de cajas de papel/cartón corrugado desde El Salvador hacia Alajuela, Costa Rica, mediante el diseño de un plan de internacionalización que cumpla con los estándares de calidad requeridos por el país de destino.

1.7.2. Objetivos Específicos.

- Señalar la demanda que tiene el mercado de Alajuela, Costa Rica
- Estudiar las dificultades que enfrenta una empresa salvadoreña durante el proceso de internacionalización identificando barreras internas y externas en Alajuela, Costa Rica.
- Identificar la regulación aduanal y las barreras comerciales que tenga el mercado de cajas de cartón corrugado de Alajuela, Costa Rica.

1.8.Marco Teórico

1.8.1. Marco Histórico.

Las relaciones diplomáticas entre Costa Rica y El Salvador se formalizaron en 1845, según el sitio web del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de Costa Rica, mediante la acreditación del señor Marcos Idígoras como enviado de ese país en San José y la firma, el 10 de diciembre de ese año, del tratado de amistad y alianza Calvo-Idígoras. El primer agente diplomático de Costa Rica en El Salvador fue el General Don José María Cañas Escamilla, acreditado en 1848.

El 14 de octubre de 1951, en el marco de una extensa reunión de ministros de Relaciones Exteriores de los países centroamericanos, desarrollada en la ciudad de San Salvador, se produjo la firma del documento conocido como la Carta de San Salvador, la cual dio origen a la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA).

En 1991, se crea el Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) el cual está integrado por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Belice y República Dominicana.

En julio de 2004 se firma el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, Estados Unidos y Republica Dominicana (DR-CAFTA)

En octubre de 2011 se firma el Tratado de Libre comercio entre Centroamérica y México el cual entro en vigor el 1° de julio de 2013

Actualmente Costa Rica y El Salvador gozan de excelentes relaciones comerciales y diplomáticas, una muestra de ello es que para el año 2022 se exportaron \$304M desde El Salvador, los principales productos fueron Papel higiénico (\$70M), Tapas de plástico (\$33,7M), y Pescado procesado (\$19,3M) y por contraparte Costa Rica exporto \$383M de los cuales los principales productos fueron Otras preparaciones comestibles (\$51,5M), Salsas y condimentos (\$19,8M), y Cable aislado (\$18,2M) (Observatorio de Complejidad Económica (OEC))

El Sector Industrial Papel Cartón y Derivados tiene una actividad de gran relevancia al elaborar empaques de productos de consumo masivo.

Este sector ha contribuido a fortalecer a la economía nacional con el incremento de las exportaciones hacia Centroamérica. Esta participación en las exportaciones ha permitido al sector ser más competitivo, y ha conducido a que estas empresas mejoren su tecnología, especializando su mano de obra, e introduciéndose a procesos de certificación en normas de calidad en la producción.

La industria del Papel Cartón y Derivados empezó a incursionar en el mercado salvadoreño haciendo su aparición en la rama de Cajas Plegadizas, que rápidamente tuvo gran aceptación y la preferencia de los clientes en toda el área Centroamericana.

Los primeros años fueron decisivos en el logro de nuevas y mejores experiencias; empleando técnicas actualizadas que les permitieron expandirse en nuevas ramas de la Industria Gráfica. A pesar de que el Sector Industrial Papel Cartón y Derivados ha evolucionado, no se puede omitir el hecho de que la economía salvadoreña sufrió las inclemencias del efecto postguerra civil, trayendo consigo el cierre de muchas empresas y la inmigración de inversionistas nacionales e internacionales, debido a que la economía no proyectaba ninguna estabilidad o futuro a las mismas.

Como parte del desarrollo de este sector industrial, lentamente las exportaciones agrícolas fueron sustituidas por exportaciones de la actividad industrial, oportunidad que tuvo el Sector Industrial Papel Cartón y Derivados para incursionar en mercados internacionales, lo que a su vez demuestra la importancia de este sector en la actividad económica nacional.

La participación del Sector Industrial Papel Cartón y Derivados en las exportaciones es de carácter ascendente, ya que se considera un incentivo para la economía nacional. Las empresas de este sector están en la capacidad de satisfacer cualquier tipo de caja o modelo de empaque de cartón, para quienes lo requieran, por complejo y sofisticado que este sea.

También la fabricación de empaques flexibles para productos médicos y alimenticios. Se ha determinado que el comercio internacional mejora las relaciones comerciales, ayuda a desactivar las tensiones entre las naciones y económicamente hablando, refuerza a la economía, además eleva el nivel de vida de las personas.

Entre los antecedentes de esta industria se encuentran la historia y la evolución del Aprovechamiento de Empresas de Industrias Gráficas, de R.L. (ACOASEIG) para apoyar al Sector Industrial Papel Cartón y Derivados financieramente, con la finalidad de hacerlo más competitivo; se desarrollan ferias nacionales con la participación de reconocidas empresas en el ámbito internacional con el objeto de efectuar un intercambio de experiencias en el uso de maquinaria, forma de operar y estar a la vanguardia con lo último en tecnología avanzada.

La Industria de Papel y Cartón, surgió con fuerza a inicios de la década de los años 50, la cual estaba representada por pequeños fabricantes, quienes procesaban un tipo de cartón prensado, duro, con poca flexibilidad de los que obtenían las cajas que necesitaba la incipiente industrialización del país y de toda el área centroamericana.

Con el crecimiento de la economía a través de toda la década de los años 50, surgida por la firma de tratados multilaterales por parte de las cinco naciones centroamericanas, la producción de los bienes se diversifica e intensifica, provocando una demanda de los productos de empaque. Ello da origen a que también los empaques sean variados y mejorados técnicamente, es decir, el empaque de cartón procesado y duro es desplazado por un cartón más suave y flexible.

La primera máquina corrugadora, de Centroamérica se establece en Guatemala y la segunda en Costa Rica. Posteriormente, la máquina que estaba en Guatemala es trasladada a El Salvador, convirtiéndose en la primera máquina corrugadora que es establecida en este país, en los años 1960; esto se debió a que El Salvador tenía una posición más estratégica en lo concerniente a la distribución de productos de cartón para toda Centroamérica.

En cuanto a este tipo de cartón fue, y es hasta ahora, el mejor cartón corrugado de toda Centroamérica. Por el año de 1966, surge la segunda planta de cartón corrugado en El Salvador (como una respuesta a la gran demanda de la Industrialización Centroamericana). Al mismo tiempo fueron surgiendo otras empresas que elaboraban un tipo de cartón más sencillo y flexible, el cartón plegadizo. La procedencia de la materia prima para fabricar cartón corrugado en el país ha sido desde su origen: Estados Unidos, Canadá y algunos países de Sudamérica. (Análisis y propuesta de mejorar en el proceso de exportación para el sector de papel y cartón, 2014)

1.8.2. Marco Conceptual.

Teorías de Comercio Internacional

La internacionalización de las empresas, entendida como la entrada de estas a mercados extranjeros con el objetivo de crecer, generar valor y contribuir al desarrollo económico del país de origen (Escandón y Hurtado, 2014), se ha convertido en un tema central de la literatura científica del área de la economía y los negocios. En este sentido son varias las teorías que han intentado explicar los motivos para que las empresas decidan incursionar en mercados internacionales. A continuación, se presentan algunas de las más importantes.

Teoría clásica del comercio internacional

La internacionalización tiene sus orígenes en la teoría clásica del comercio internacional, la cual, si bien se enfoca en el país como unidad de análisis, establece las bases para entender el comportamiento de las empresas. Sus principales exponentes son Adam Smith y David Ricardo, los cuales señalan que un país se especializará en la producción de aquellos bienes y servicios que le resulten más baratos producir. De esta manera cada país exportará aquellos productos que puede generar de manera más eficiente e importará los que produzca de manera menos eficiente. (Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2022)

Smith basó en el concepto de ventaja absoluta su explicación del comercio internacional. Un país goza de ventaja absoluta en un bien cuando su costo es menor al de los demás países (o lo que es lo mismo cuando usa menos factores de producción). Por ende, los países se enfocarán en la producción de los bienes en los que tienen ventaja absoluta y los exportarán a los demás. (Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2022)

Este planteamiento resulta insuficiente para explicar la existencia de comercio entre dos países, donde uno de ellos tiene ventaja absoluta en todos los bienes. Es por esto por lo que Ricardo desarrolló el concepto de ventaja comparativa. De acuerdo con la ventaja comparativa aun cuando un país tuviera ventaja absoluta en la producción de todos los bienes, el comercio internacional podría darse si este país tuviera mayor ventaja en la producción de un bien que en la de otro, pues en este caso lo mejor sería especializarse en el producto en el que se tiene una ventaja comparativamente superior e importar aquel en el que se tenga una ventaja menor. Esto permitiría que el país que no cuenta con ventaja absoluta en ninguno de sus bienes pueda especializarse en la exportación del producto para el que su desventaja relativa es más pequeña. (Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2022)

Teoría de Heckscher-Ohlin

Según el modelo Heckscher-Ohlin (planteado por Heckscher en 1919 y publicada por su discípulo Ohlin en 1933) la ventaja comparativa de un país depende de su dotación de factores productivos. Es decir, es la desigualdad en la disponibilidad de recursos entre los países lo que explica la diferencia en los costos de producción de distintos bienes. De esta manera aquel país en donde abunde un factor productivo como el capital tenderá a especializarse en la producción de los bienes y servicios que sean intensivos en dicho factor y por ende lo exportará a los demás países. Por otra parte, los bienes y servicios que se producen a partir del factor que resulta escaso serán más costosos y se importarán. (Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2022)

Teoría de Porter

De acuerdo con Porter (1990) la explicación del comercio internacional y de las ventajas que ostentan los países en la producción de ciertos bienes y servicios, va más allá

de las diferencias en las dotaciones de los factores productivos. Según este autor, algunos países son capaces de crear condiciones para que las empresas de ciertos sectores puedan innovar y crear ventajas competitivas. Los elementos que explican la competitividad internacional de las empresas se clasifican en cinco grandes categorías: a) Las condiciones de los factores productivos, b) Las condiciones de la demanda doméstica, c) Los sectores afines, d) La estrategia de la empresa y el grado de rivalidad del sector, e) El papel del gobierno. (Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2022)

Estos elementos conforman lo que se ha dado a conocer como el diamante de competitividad de Porter, en el cual se relacionan un conjunto de variables que no habían sido tenidas en cuenta en explicaciones anteriores (Eusebio, 2002). (Universidad Autónoma de Bucaramanga, 2022)

Plan de internacionalización.

Previo a definir lo que es un Plan de Internacionalización es óptimo conocer primero a que se refiere la Internacionalización de productos.

El término internacionalización define al proceso por el cual una organización desarrolla capacidades para poder comercializar y/o producir sus productos (en sentido amplio: bienes o servicios) en otro país del mundo, diferente a su país de origen, para de esta manera ampliar su impacto geográfico. Los vínculos que genera la organización son permanentes, estables y sustentables, ya sea con un mercado externo (filial/subsidiaria propia) o bien con otra organización extranjera (alianzas permanentes) (Hill & Jones, 2011).

Se define como proceso dado que las empresas deben evolucionar, creando nuevos vínculos y capacidades para colocar sus productos/servicios en esos nuevos mercados. La internacionalización posibilita el acceso a otros mercados, con el objeto de crecimiento

económico, y organizacional. Trae como consecuencia el aumento del intercambio de bienes y servicios entre los países del mundo.

A través del proceso de internacionalización las empresas buscan adaptar su producto a las demandas de diferentes economías sin generar cambios significativos en su forma de producción y de originalidad, de esta forma no solo mantienen su firma característica, dicho proceso se realiza con el objetivo de ampliar la marca, así como sus volúmenes de venta y del mismo modo su beneficio.

Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla.

Un plan de internacionalización es entonces un modelo sistemático que a través de un proceso cultural de las empresas tiene el objetivo de que estas lleven a cabo una reflexión de su posición actual en el mercado que les ayuden identificar los retos para expandirse y abrir fronteras. Este se suele crear cuando la empresa ya está consolidada y se plantea una serie de problemas o mejoras que con la internacionalización puede solucionar.

Partiendo de la estrategia definida, se desarrolla un plan operativo para la puesta en marcha y ejecución de las acciones que la empresa debe llevar a cabo para lograr los objetivos marcados en el plan.

En el caso que la empresa se plantea externalizar el negocio con un plan de internacionalización que se establece como guía durante todo el proceso donde se determinan las metas y retos a largo de la empresa tomando en cuenta los problemas y

mejoras para que la internacionalización pueda funcionar correctamente. Así se permite hacer una metodología estructurada durante su elaboración.

Si bien se sabe la internacionalización es la capacidad que tiene una empresa ya sea grande o pequeña o también se podría decir un emprendedor, para comercializar un producto o servicio en otro país alrededor del mundo, con el fin de lograr un crecimiento económico.

Es importante conocer cuatro importantes pasos para realizar una internacionalización eficaz entre los cuales tenemos:

- **Conocimiento del mercado internacional:** En esta se refleja la data de los clientes o mercado objetivo en el cual nos pensamos expandir, dado que en cada uno de los países cuentan con gustos y preferencias diferentes, de igual manera es importante conocer los competidores que obtendríamos al internacionalizar nuestro producto o servicio, para tomar en cuenta los riesgos y oportunidades que este presenta.
- **Conocimiento de la normativa comercial:** En dicha normativa debemos tomar en cuenta que cada país cuenta con una base legal diferente cada una es propia y distante a los demás, al momento de internacionalizar el bien es importante conocer los obstáculos y barreras al comercio internacional o si bien si este cuenta con políticas proteccionistas.
- **Conocimientos de socios comerciales:** Cuando una empresa toma la decisión de internacionalizarse un punto clave o hacerse de socios comerciales o de

distribuidores así al momento que nuestra mercancía ingrese al país destino cuenta con movilidad en el mercado.

- Conocimiento de personal calificado: Es un punto muy importante ya que si bien se sabe el producto no se debe solo esto dependerá de cada uno de los departamentos de la empresa un trabajo en conjunto por parte del personal de comercial, marketing, finanzas incluso legales, personal altamente calificado que cuenten con experiencia o que conozcan el mercado para incrementar sus ventas y más que todo el reconocimiento y posicionamiento de la marca.

Investigación de mercados.

Se trata de llevar a cabo la recopilación y análisis de información cualitativa y cuantitativa. En la actualidad internet es una herramienta muy útil en la investigación de mercados, pues facilita el acceso a la información porque disminuye los tiempos, anula las distancias y los costos de transportación, cabe mencionar que para tener una mayor certeza sobre la información que se maneja, se recomienda que la información provenga de fuentes oficiales o de empresas que tengan un reconocimiento mundial (UES, 2023).

Investigación Y Selección De Mercados Exteriores

La investigación de mercados internacionales es ardua, compleja y costosa, pero supone un importantísimo ahorro de costes para la empresa exportadora. Sólo las multinacionales del sector de gran consumo, servicios, etc. son las que suelen contratar servicios de consultoría externa para esto. El resto no suelen disponer de recursos necesarios para ello y deberán realizarlo con sus propios recursos.

Producción del Bien

El proceso de Producción de las cajas para posterior uso parte principalmente a partir de fibras de papel reciclado y pulpa de madera. El cartón puede ser de una o varias capas, lo que se conoce como cartón simple, doble o triple pared, posteriormente pasa por una máquina llamada onduladora, que forma las ondulaciones o flautas, dándole resistencia y estructura. Este se pega entre dos capas de papel plano o más, dependiendo del tipo de cartón.

Después de fabricar el cartón ondulado, se corta en grandes láminas que se adaptan a las dimensiones deseadas de la caja. Estas láminas se cortan y pliegan usando una máquina troqueladora, que también hace las ranuras para los dobleces y cortes para las aletas de la caja. (en caso de necesitarse se puede imprimir el logo sobre una de las paredes de la caja).

Las láminas cortadas se pliegan en las formas prediseñadas de las cajas y se pegan, generalmente en las costuras laterales, usando pegamento o grapas. En algunas ocasiones, se realiza un corte adicional para ajustar mejor la caja, y se hacen los dobleces finales para asegurar que la caja mantenga su forma.

Una vez ensambladas, las cajas de cartón se apilan y envían en su forma plana a los clientes, quienes luego las ensamblan completamente cuando necesitan usarlas.

1.8.3. Marco Legal.

Tabla 3.

Ámbito de Aplicación Internacional

Nombre del documento	Ley, reglamento o norma	Breve descripción
ISO 14001	Norma	Estándar internacional que establece los requisitos para un sistema de gestión ambiental. Ayuda a reducir el impacto ambiental en la fabricación y exportación de productos como las cajas de cartón.
ISO 9001	Norma	Estándar internacional que establece los requisitos para un sistema de gestión de calidad, asegurando la consistencia en la producción y exportación de cajas de cartón.
ISO 18601-18606	Norma	Serie de normas ISO que establece los requisitos de gestión de embalajes y su impacto ambiental, incluyendo reciclabilidad y reutilización.
Reglamento REACH (CE 1907/2006)	Reglamento Europeo	Reglamento sobre el registro, evaluación, autorización y restricción de sustancias y preparados químicos en la UE. Aplica a cajas de cartón que contengan sustancias químicas peligrosas.
Reglamento CLP (CE 1272/2008)	Reglamento Europeo	Reglamenta la clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas químicas, incluyendo ciertos requisitos para productos exportados como cajas de cartón.
Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN/US MCA)	Tratado internacional	Promueve el libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, reduciendo o eliminando aranceles para productos como las cajas de cartón.
Acuerdo de Facilitación del Comercio (OMC)	Tratado internacional	Acuerdo bajo la Organización Mundial del Comercio para reducir las barreras comerciales y facilitar el flujo de mercancías, aplicable a la exportación de cajas de cartón.
Certification FSC (Forest Stewardship Council)	Certificación	Asegura que las cajas de cartón provengan de fuentes forestales sostenibles, lo que es importante para mercados sensibles a la sostenibilidad como la UE y EE. UU.
Normativa de la CITES	Tratado Internacional	Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres, aplica si las cajas de cartón contienen elementos de flora protegida.

ISPM 15 (FAO)	Norma Internacional	Norma que regula el tratamiento de los materiales de embalaje de madera utilizados en el comercio internacional.
------------------	---------------------	--

Nota. Elaboración propia.

Tabla 4.

Ámbito de aplicación Regional.

Nombre del documento	Ley, reglamento o norma	Breve descripción
ISO 9001	Norma	Norma internacional para sistemas de gestión de calidad, asegurando consistencia y control de calidad en la fabricación de cajas de cartón exportadas a los países de América Latina.
ISO 14001	Norma	Norma de gestión ambiental que ayuda a reducir el impacto ambiental de los procesos de fabricación, muy relevante en países de América Latina que promueven la sostenibilidad.
ISO 18601-18606	Norma	Serie de normas internacionales que establece criterios de sostenibilidad, reciclabilidad y reutilización para el embalaje, aplicable a la exportación de cajas de cartón.
Certification FSC (Forest Stewardship Council)	Certificación	Certificación internacional que asegura que los productos de cartón provienen de fuentes forestales gestionadas de manera sostenible, valorada especialmente en América Latina.
ISPM 15 (FAO)	Norma Internacional	Norma que regula el tratamiento de materiales de embalaje de madera, aplicable si las cajas de cartón contienen elementos de soporte de madera, obligatoria en la mayoría de los países de América Latina.
Acuerdo de Asociación Económica entre Mercosur y la Unión Europea	Tratado Internacional	Acuerdo de libre comercio que facilita el intercambio comercial entre los países del Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay) y la Unión Europea, eliminando barreras arancelarias para cajas de cartón.
Tratado de Libre Comercio entre México y América Latina (ALADI)	Tratado Internacional	Promueve el comercio libre entre México y varios países latinoamericanos miembros de la ALADI, reduciendo aranceles en la exportación de productos como cajas de cartón.
Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y América Latina	Tratado Internacional	Facilita el comercio entre la UE y diversos países de América Latina, eliminando barreras comerciales para productos como cajas de cartón.

(diferentes países) ISPM 15 (FAO)	Norma Internacional	Norma que regula el tratamiento de materiales de embalaje de madera, aplicable si las cajas de cartón contienen elementos de soporte de madera, obligatoria en la mayoría de los países de América Latina.
RTCA 67.01.33:06	Reglamento Técnico Centroamericano	Establece las especificaciones técnicas de empaques y embalajes en Centroamérica, aplicable para garantizar la calidad de las cajas de cartón exportadas a la región.
Convenio sobre Transporte Internacional Terrestre (ALADI-SIECA)	Tratado Internacional	Establece normas que facilitan el transporte internacional de mercancías entre los países miembros de ALADI y SIECA, aplicable a cajas de cartón en rutas comerciales terrestres.
Normas de Etiquetado de Mercosur	Reglamento Regional	Conjunto de regulaciones que establecen los requisitos de etiquetado para productos comercializados en los países del Mercosur, aplicable a cajas de cartón usadas para contener productos dentro del bloque.
Ley de Protección al Consumidor (diferentes países)	Ley Nacional	Cada país de América Latina tiene leyes específicas de protección al consumidor, las cuales impactan las regulaciones sobre etiquetado y seguridad de cajas de cartón exportadas.
Ley General de Residuos Sólidos (diferentes países)	Ley Nacional	Reglamenta el manejo de residuos sólidos en diversos países de América Latina, aplicable a la exportación de cajas de cartón que deben ser reciclables y seguir buenas prácticas ambientales.
Tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos	Tratado Internacional	Facilita la exportación de productos, como cajas de cartón, entre Perú y EE. UU., eliminando aranceles o simplificando trámites aduaneros.
Tratado de Libre Comercio entre Chile y la Unión Europea	Tratado Internacional	Acuerdo que reduce barreras comerciales entre Chile y la UE, permitiendo la exportación eficiente de productos como las cajas de cartón.

Nota. Elaboración propia.

Tabla 5.
Ámbito Aplicación País

Nombre del documento	Ley, reglamento o norma	Breve descripción
ISO 9001	Norma	Norma internacional para sistemas de gestión de calidad, asegura que las cajas de cartón exportadas a Costa Rica cumplan con los estándares de calidad consistentes.
ISO 14001	Norma	Norma de gestión ambiental que garantiza que la fabricación de cajas de cartón minimice su impacto ambiental, algo que es valorado en Costa Rica por su enfoque en la sostenibilidad.
Certification FSC (Forest Stewardship Council)	Certificación	Certificación de manejo forestal sostenible, importante en Costa Rica dado su compromiso con la conservación ambiental. Garantiza que las cajas de cartón provienen de fuentes gestionadas responsablemente.
Ley de Protección al Consumidor de Costa Rica	Ley Nacional	Establece regulaciones sobre etiquetado y seguridad de productos, aplicable a cajas de cartón que se utilicen para proteger bienes de consumo en Costa Rica.
Ley de Gestión Integral de Residuos (No. 8839)	Ley Nacional	Reglamenta el manejo y tratamiento de residuos sólidos en Costa Rica, aplicable a cajas de cartón que deben ser reciclables o tener un manejo adecuado de residuos.
RTCR 450:2013	Reglamento Técnico de Costa Rica	Reglamento técnico que especifica los requisitos de etiquetado de productos, aplicable a cajas de cartón para garantizar que cumplan con las normativas de etiquetado del país.
Tratado de Libre Comercio entre México y Centroamérica	Tratado Internacional	Facilita el comercio entre México y Costa Rica, eliminando aranceles y barreras comerciales, lo que reduce costos en la exportación de cajas de cartón.
Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y Estados Unidos (CAFTA-RD)	Tratado Internacional	Establece reglas de libre comercio entre Costa Rica y EE. UU., aplicable para la exportación de cajas de cartón a Costa Rica sin barreras arancelarias o con tarifas reducidas.
Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica (AAEU-CA)	Tratado Internacional	Promueve el comercio entre la Unión Europea y Costa Rica, facilitando la exportación de productos como las cajas de cartón hacia el país.
ISPM 15 (FAO)	Norma Internacional	Estándar que regula el tratamiento de embalajes de madera. Aunque principalmente aplica a embalajes de madera, es relevante

Reglamento de Etiquetado General de Productos Alimenticios (Decreto 26039-S)	Reglamento Nacional	para cajas de cartón que usen elementos de soporte de madera. Aplica a las cajas de cartón utilizadas en la cadena de suministro de alimentos en Costa Rica, requiriendo un etiquetado adecuado y cumplimiento con las normas de seguridad alimentaria.
Ley de Zonas Francas de Costa Rica (No. 7210)	Ley Nacional	Promueve la inversión y el comercio en zonas francas, proporcionando beneficios fiscales para la exportación de productos, como las cajas de cartón, desde estas áreas.
Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 67.01.33:06	Reglamento Técnico	Establece las especificaciones técnicas para empaques y embalajes en Centroamérica, aplicable a cajas de cartón que se exporten a Costa Rica para garantizar calidad y seguridad.

Nota. Elaboración propia.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1. Método.

Para llevar a cabo la investigación se empleó una combinación enfoques cuantitativos y cualitativos para garantizar un análisis integral y sistemático de la viabilidad de exportar cajas de cartón corrugado desde El Salvador hacia Costa Rica, haciendo uso de técnicas de investigación así como instrumentos de investigación se ha diseñado sistemáticamente el plan de internacionalización del producto cajas de papel /papel corrugado para lograr obtener resultados válidos y fiables que respondan a los objetivos planteados.

Observación científica o estructurada: Se basa en una metodología y un procedimiento concreto para analizar e investigar un asunto, utilizando instrumentos, herramientas de observación y análisis.

2.2. Enfoque.

Representa un conjunto de estrategias técnicas y procesos implementados por una empresa con el objetivo de posicionar su marca en un mercado nacional externo a su país de origen, adecuando su propuesta de valor a las características culturales, económicas y sociales del nuevo mercado meta

2.3. Técnicas e instrumentos de investigación.

2.3.1. Técnica.

“Representan el conjunto de herramientas, procedimientos e instrumentos utilizados para obtener información y conocimiento. Se utilizan de acuerdo con los protocolos establecidos en una metodología de investigación determinada”.

Para el proyecto las técnicas serán las siguientes:

- Recolección de información:

Esta se basa en la obtención y análisis de datos que pueden expresarse en forma numérica, en datos reales expresados en el mercado, con el fin de minimizar posibles sesgos, en esta técnica se implementaran realizar diferentes entrevistas a entidades con experiencia en exportar a Alajuela, Costa Rica, en el cual se le solicitaran información como, la calidad y duración de las cajas de cartón poseen actualmente.

- Documentales:

Esta se basa en la recopilación de datos, pero de diferentes fuentes tales como: libros, tesis, revistas periódicos, etc. ya que ellos puedes encontrar información verídica basada en números es decir en volumen y cantidad comercializada, realizando así un estudio de mercado histórico.

- Campo:

Se basa en la observación directa del producto ya en el mercado, con el fin de extraer la mayor cantidad de información posible.

2.3.2. Instrumento.

Representan las herramientas de medición diseñadas para obtener datos sobre un tema de interés de los sujetos de investigación.

Para el proyecto el instrumento será el siguiente:

- Entrevista:

Brinda datos coherentes y reales al ser información verídica, además de presentar la posibilidad de aclarar dudas durante el proceso de exportación, obteniendo respuestas más útiles.

- Fichas de contenido:

Propone la obtención de información histórica y estadística que sea de utilidad para identificar los datos de interés.

- Análisis de la competencia:

Permite identificar los puntos fuertes que el producto cajas de cartón tiene y las debilidades que se pueden mejorar para que este sea aceptado en el mercado, y comprender y pensar lo que el cliente y la competencia piensa, al conocer estas ventajas y desventajas, el producto se puede posicionar y enfrentar las diferentes estrategias que la competencia tenga.

2.4. Fuentes.

se han utilizado diversas fuentes de información que se dividen en primarias y secundarias. Estas fuentes permitieron una comprensión integral del mercado costarricense y de los factores clave para la exportación de cajas de cartón corrugado.

Fuentes Primarias: consisten en la recolección de datos originales, obtenidos directamente de la interacción con el mercado objetivo y los actores involucrados en el proceso de exportación, del mismo modo la recolección de datos que permitan identificar las expectativas y estándares del mercado costarricense, con ello se espera recopilar información de relevancia sobre el comportamiento del consumidor, así como la aceptación y adaptabilidad del producto en el mercado

Fuentes Secundarias: son aquellas que proporcionan información previamente recopilada y documentada, las cuales complementan el análisis y ofrecen un contexto más amplio sobre el mercado y la industria. Estas fuentes incluyen investigaciones previas y publicaciones, como libros, tesis, artículos de revistas, y reportes de instituciones comerciales y académicas, así como informes estadísticos y bases de datos de organizaciones comerciales y gubernamentales brindaron cifras clave sobre el volumen de importaciones y exportaciones de cajas de cartón corrugado, así como sobre la situación económica y comercial de Costa Rica.

2.5. Unidad de investigación.

La investigación tomará como fuente primaria la información obtenida por parte de una empresa la cual tiene experiencia en el ámbito de exportación principalmente en la Exportación de Cajas de Cartón, del mismo se indagará en documentos bibliográficos, sitios web estadísticos o de órganos de gobiernos como el BCR de El Salvador, de Costa Rica o incluso de otras Organizaciones que contengan información acerca de la temática que se está investigando.

2.6. Determinación de población y muestras

Existe una dificultad al momento de seleccionar la población y, por ende, la muestra, debido a que el tipo de producto seleccionado es un producto intermedio, es decir, su uso está destinado a empresas de diferentes sectores ubicadas en la provincia de Alajuela, Costa Rica que lo utilizarían para almacenaje y traslado de productos. Esta característica limita las opciones disponibles para definir la población objetivo y, por consiguiente, muestra representativa.

2.7. Diagnósticos de internacionalización.

2.7.1. Análisis de barreras y miedos.

Análisis: Como es bien conocido una barrera es un obstáculo que se puede observar en la empresa para que esta obtenga un crecimiento, en este caso específicamente se estudia el producto caja de papel/cartón corrugado, como se observa en la matriz únicamente cuenta con una barrera permanente el cual esta es no hablar el idioma, se puede vencer sin embargo actualmente es una barrera con la que se dificulta que el producto sea comercializado en diferentes mercados, Las cajas de cartón corrugado como normalmente se conocen son utilizadas para el almacenamiento de productos o traslado de mercadería, sin embargo, aunque este producto sea muy rentable en el país de Costa Rica, la falta de información, falta de apoyo y problemas financieros, dificultan la internacionalización del producto, limitaciones del producto y como afecta en el comercio.

2.7.2. Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP).

En este se observa como las empresas modifican y mejoran sus productos con el fin de ingresar al mercado señalado, esto se realiza ya que los clientes en diferentes países sus costumbres, creencias, culturas y necesidades son muy diferentes y el producto se debe adaptar a cada una de ellas.

2.7.3. Factores de potencial de exportación.

Según el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), el producto cajas de papel en Costa Rica aportó un 3.3% el valor bruto de la producción del sector manufacturero, adicional indica que emplearon a más de 6.773 personas, además señala que algunas de las empresas principales de manufactura son; Corbel, Corrugados Burgos, Corrugados Belén y Smurfit Kappa, el sector de papel, cartón y sus manufacturas alcanzaron el valor de US\$1.596,1 millones en 2021, el Ministerio indica que el producto se registra en el quinto lugar de los principales productos en el sector de Costa Rica, obteniendo un 74065.1 tonelada métrica de volumen, Para el tercer trimestre del 2022, las compras de cajas de papel o cartón corrugados en la región de Centroamérica se incrementó en 34% alcanzando \$182 millones, en América Central el mayor importador fue Costa Rica, por otro lado según Central América Data indica que en enero a septiembre de 2022 el principal importador de cajas de papel o cartón corrugados en Centroamérica fue Costa Rica con \$139 millones, seguido de Guatemala con \$58 millones, Panamá con \$45 millones, Honduras con \$44 millones, El Salvador con \$18 millones y Nicaragua con \$15 millones.

2.7.4. Conclusiones del diagnóstico de la situación.

Las condiciones para poder realizar una exportación son favorables dado que después de un exhaustivo se puede concluir que se cuenta con una sólida oportunidad de mercado para poder darle seguimiento y lograr una internacionalización exitosa, la adaptación técnica del producto y los altos estándares de calidad nos permite lograrlo, además de contar con las ventajas del sistema armonizado centroamericano exonerando al producto de barreras arancelarias y tramites aduanales más flexibles respecto a otros competidores de otras regiones del mundo, adicional a ello al identificar ciertas cifras económicas se nota la viabilidad de dicha internacionalización.

CAPÍTULO III PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN.

3.1. Decisiones de mercado.

Una de las etapas de gran importancia para la creación de un plan de internacionalización, es definir y entender el comportamiento del consumidor.

El comportamiento del consumidor comprende las conductas de las personas y cómo se relacionan con la obtención, uso y consumo de bienes y servicios, además estudia en qué condiciones se dan dichos consumos, y por ello trata de comprender, detallar o predecir, las acciones humanas relacionadas con el consumo (Rivas & Esteban, 2015).

Para la internacionalización de las cajas de cartón corrugado hacia Costa Rica específicamente a la ciudad de Alajuela se cuentan con ciertas ventajas y es que en dicha ciudad se encuentra el principal aeropuerto internacional del país donde llegan miles de turista cada año y desde donde se moviliza una buena parte del flujo comercial costarricense.

3.1.1. Estudio de mercado.

i. Comportamiento del consumidor.

Para analizar el comportamiento del consumidor es vital observar su conducta en el punto de compra, debido a la imposibilidad de realizar una investigación de campo se retoman datos e informes de sitios de gobierno oficial y otras entidades relacionadas a la temática.

Los costarricenses tienen un estilo de vida alegre y dinámica, a la hora de tomar una decisión de compra se basan en la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente lo que refleja la frase tan conocida de “Pura Vida” y es que el “tico” como también se le conoce está atravesando un profundo interés por el comercio justo, el apoyo a los emprendedores locales y en la riqueza de su gastronomía, la búsqueda de productos frescos y amigables con el medio ambiente, esta

conducta nos puede dar una tendencia de un hábito de consumo muy interesante. Es importante destacar el proceso de compra que sufren los consumidores potenciales y se ve reflejada en 5 etapas(negociables) las cuales se detallan a continuación:

- Reconocimiento del problema
- Búsqueda de información
- Evaluación de alternativas
- Decisión de compra
- Comportamiento post compra

Cada una de estas etapas influye en la compra de servicios y productos, en algunas culturas es más notorio que en otras dado que entran en juego otra serie de factores tales como escolaridad, nivel de ingresos, edad, uso del producto o servicio, frecuencia de compra entre otros.

Tabla 6

Comportamiento del consumidor

Indicadores	Resumen
Elementos demográficos	Según datos de ENAHO para julio 2022 en Alajuela hay un total de 370,189 viviendas de las cuales el 88,9% de ellas está ocupada con un promedio de ocupación de 3,1% por vivienda, el total de habitantes 1,035,464 habitantes de los cuales el 50,2% son hombres y el 49,9% son mujeres
Elementos económicos	Según la ENAHO, el 23% total de hogares del país viven en situación de pobreza, que alcanzó ₡120.136 en julio del 2022 (monto mínimo requerido para que una persona pueda satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias). El ingreso promedio del país ronda ₡1.023.641 mensuales, y se presenta un incremento de 3,2% respecto al año anterior, cuando se estimó en ₡991.568.

Tendencias de consumo

Durante los primeros dos meses del 2024, los costarricenses registraron un gasto promedio de US\$6.14 (3,070 colones, aproximadamente) a la hora de realizar compras en las tiendas de barrio o pulperías, con variaciones significativas entre regiones.

En cuanto a las franjas horarias, entre las 10:00 a.m. y las 2:00 p.m., y entre las 5:00 p.m. y las 8:00 p.m., son las horas en que los costarricenses realizan la mayor cantidad (55%). Específicamente, los sábados y domingos son los días donde se realizan el 32% de las transacciones, mientras que los viernes también juegan un papel importante, representando el 15% del total. de transacciones en las tiendas, destacando momentos claves para las actividades promocionales y de marketing.

Las personas que realizan compras por un medio electrónico en Costa Rica alcanzaron el 48,5% según lo reveló la Primera Encuesta de Comercio Electrónico en Costa Rica.

realizada por el Centro de Investigación Observatorio del Desarrollo (CIOdD), de la Universidad de Costa Rica (UCR), para el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), con el fin de generar un perfil del consumidor digital en el país. De este 48,5%, se destacan edades que oscilan entre los 18 y 54 años, representando el 81,2%. El medio favorito para hacer estas compras es el celular (65,3%), seguido de la computadora (32,8%) y por último la tableta (1,8%).

Según la encuesta, las mujeres compran más en línea, representando 51,3%, mientras que los hombres son 48,7%.

Con respecto al nivel educativo de quienes utilizan el comercio electrónico, el 39,5% cuenta con título universitario o superior, el 41,9% posee la secundaria y el 18,6% primaria o menos.

Los principales compradores en plataformas digitales se ubican en San José, con un 36,8%, seguido de Alajuela con un 16,4%, Heredia 12,8%, Puntarenas con un 9,5%, Cartago con un 9,3%, Guanacaste con un 7,5% y Limón con 5,6%.

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de: "Consumer Trends Canal Tradicional", elaborado por la firma dichter & neira, INEC-Costa Rica. Estimación de Población y Vivienda, junio 2022, Encuesta Nacional de Hogares (ENAH0)

Con los datos presentados en la tabla anterior se puede comprender que el consumidor costarricense se asemeja mucho al consumidor salvadoreño, cabe destacar, que existen muchas semejanzas entre ambos países como lo es el idioma, gastronomía, costumbres y tradiciones.

ii. Perfil Comercial.

Empresa seleccionada: Cajas Internacional S.A. de C.V. El Salvador y Comercializadora Caisa S.A de C.V.(CAISA)

Ubicación: km 15 ½ Autopista Comalapa, distrito de Santo Tomas, Municipio de San Salvador Sur, El Salvador.

Horario: lunes-viernes 7:00 am – 4:30 pm.

Teléfono: 23166000

Página Web: www.Caisacarton.com

¿Qué es Caisa?

Caisa fue fundada en el año 2002, con el objetivo de satisfacer las necesidades importantes que un mercado innovado, global y demandante impone al mercado nacional e internacional de consumidores de cajas de cartón corrugado para que pueda seguir siendo competitivo.

Visión: Ser el principal fabricante de empaque de cartón corrugado y tubos de papel de la región satisfaciendo las necesidades del cliente con productos de alta calidad y el mejor servicio de tiempo de entrega.

Misión: Somos una empresa fabricante de empaque corrugado y tubos de papel en donde buscamos la satisfacción de nuestros clientes a través del cumplimiento de los requisitos y sus requerimientos de tiempo de entrega.

Valores: Disciplina, pasión, proactividad, perseverancia, disponibilidad al cambio, responsabilidad, aprendizaje.

Política de Calidad: Caisa se dedica a la fabricación y comercialización de cajas y productos corrugados, así como tubos de papel, con prioridad a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y partes interesadas pertinentes de los clientes y partes interesadas pertinentes.



iii. Localización y selección de canales de acceso al mercado.

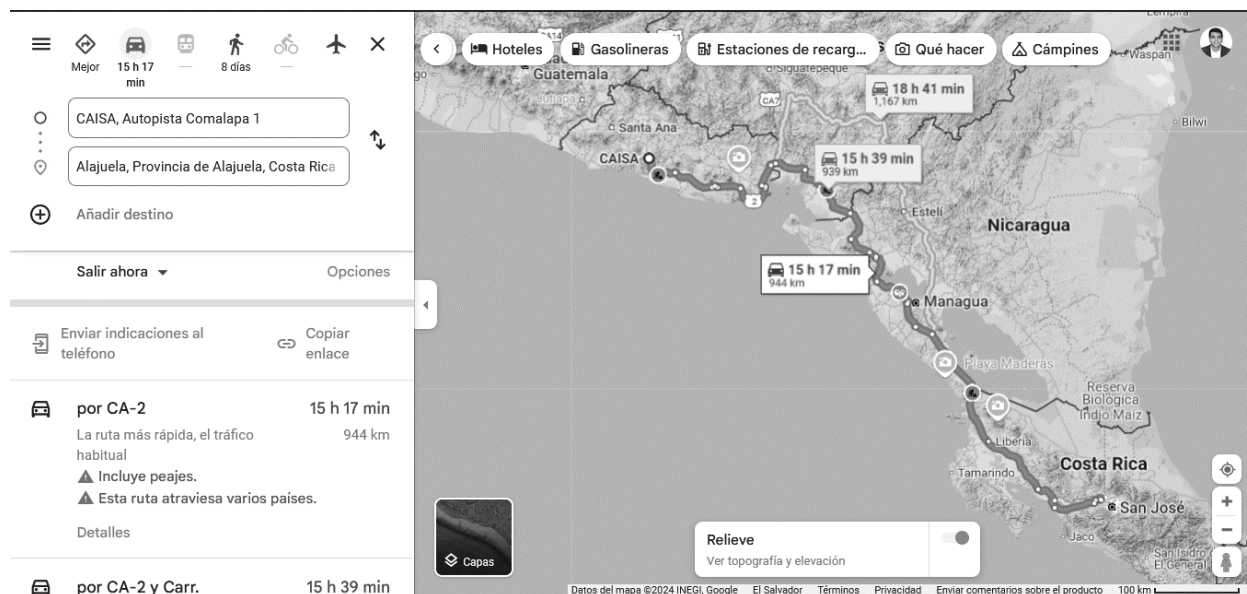
La entrada a un mercado nuevo es una decisión muy difícil de tomar debido a que va a repercutir en el corto, mediano y largo plazo del futuro, es necesario aclarar que: Existen muchos tipos de entrada a mercados internacionales y dependerá de varios factores la elección de la más adecuada, es importante analizar temas tales como si se realizar una exportación directa o indirecta, el tipo de transporte a utilizar e incluso algunos detalles como los incoterms utilizados en la negociación.

El canal de acceso al mercado alajuelenses es por medio del canal indirecto dado que se está utilizando un intermediario que se encarga de llevar el producto al consumidor final como se

detallará mas adelante en el documento, la empresa salvadoreña con filial en Costa Rica (GLC) se encargará de dicho proceso, por otra parte, también sirven para aumentar la eficiencia en el desplazamiento de mercancías, facilitar el mantenimiento de las redes comerciales y reducir los costes y riesgos para el fabricante.

A continuación, se muestra el tiempo estimado que tomaría llevar el producto desde la planta de distribución hasta la ciudad de Alajuela, Costa Rica, esto de forma terrestre como se detalla más adelante.

Imagen 1: Ruta de transito terrestre desde Zona franca en Santo Tomas hacia Alajuela Costa Rica.



Basándose en las tendencias de consumo y las oportunidades de exportación, establecer una alianza estratégica con distribuidores e importadores será fundamental para la empresa salvadoreña. Esta colaboración permitirá acceder a la experiencia de profesionales que conocen a fondo el comportamiento del mercado objetivo, así como los procesos y canales de venta más adecuados, evitando así costos excesivos.

Una alternativa a considerar son las licencias y franquicias; sin embargo, esta opción podría no ser la más adecuada para el tipo de producto que se desea internacionalizar, ya que implica un enfoque diferente al necesario para un producto originario de El Salvador.

De acuerdo con el análisis previo, se determina que la estrategia más efectiva para acceder al mercado costarricense es a través de la utilización de agentes o distribuidores mediante contratos comerciales. En caso de que esta opción no sea viable, la instalación de sucursales podría ser considerada; no obstante, esta última alternativa podría presentar desafíos significativos debido a los altos costos operativos y la fuerte competencia local ya establecida.

iv. Cadena de precios de exportación.

Tabla 7.

Cadena de precios de exportación.

Descripción de Elemento	Importe
Coste Variable Bruto del Producto (CVB)	2.65
Coste Variable Neto del Producto (CVN)	0.2
Margen de Contribución (MC)	1.3
Valor Ex Works (VEW)	0.4
Valor FAS (Franco al Costado)	0
Valor FOB/FOT/FOR (Franco a bordo Camión/tren)	0.4
Total	4.95

Nota.

v. Promoción internacional.

“El plan de promoción internacional es el proceso global de planificar y ejecutar estrategias para la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes o servicios, con el fin de generar intercambios que cumplan con los objetivos tanto individuales como organizacionales”. (Comex Cámara de Madrid, 2024)

Considerando la estrategia a utilizar con las cajas de Cartón/Papel corrugado en su exportación hacia Alajuela, Costa Rica, es importante mencionar que se trabaja con distribuidores o agentes intermediarios, ante lo cual se debe considerar la adaptación del producto a la hora de su llegada a suelo costarricense, el tipo de publicidad y promoción que se le dará a las cajas, la publicidad BTL que sería en medios online y patrocinios, gestión de relaciones públicas (revistas económicas, periódicos, eventos sociales y la gestión de crisis) así como también la asistencia a ferias internacionales.

Dentro de la adaptación del producto se deben considerar elementos y especificaciones que se solicitan por parte de los consumidores, considerando que los costarricense se decantan por los productos nacionales y su fuerte fervor por el nacionalismo se pueden incluir banderas nacionales en las cajas a modo de crear una conexión con los consumidores y que las marcas que utilicen el producto también encuentren un valor agregado.

Relaciones públicas: La gestión de esta herramienta permite administrar la reputación del producto, difundiendo información positiva atrayendo potenciales clientes, además permite preparar a la empresa para una crisis de diferentes aristas.

Publicidad BTL: Se enfocará mucho en los medios digitales y una estrategia de inbox marketing, SEO y SEM, así como la publicidad en redes sociales y se pretende realizar una campaña de diseño en la que los y las alajuelense puedan diseñar una caja de cartón y esta sea utilizada por un tiempo determinado en la región.

Asistiendo a ferias: Aprovechando ferias comerciales en el lugar de destino en el cual puedan presentar su producto a futuros compradores. Al igual que otras industrias las Cajas de Cartón al ser mayormente bienes intermedios su objetivo de uso suele ser relevante mayormente

para el embalaje y posterior distribución de otro bien, la empresa fabricante de cajas puede delegar un equipo que realice un viaje al país destino para identificar potenciales compradores y realizar negociaciones para contratos comerciales. También se pretende asistir a eventos de algunas de las instituciones que brindan apoyo para la participación en ferias son: COEXPORT, PROESA (Invest In), Ministerio de Economía, CONAMYPE.

vi. Transporte y Logística.

Descripción: El servicio se realiza bajo el incoterm DDP, esto significa que el cliente final no realizará ningún trámite ni en Origen ni en destino, todo lo ejecutará el proveedor, se recolectará la carga desde la bodega del distribuidor y se entregará directamente al cliente.

Origen: El Salvador

Destino: Alajuela, Costa Rica

Modalidad: Terrestre

Servicio: DDP

Unidad: M3/KGS

Peso bruto: 1,000 Kgs

Capacidad de carga: 1,500 kgs.

vii. Localización de barreras.

Documentos para la exportación:

- Factura de Exportación (Bienes y Servicios).
- Lista de Empaque (Packing list) (Bienes).

- DUCA o declaración de mercancías (Bienes).
- Certificados de origen según el destino de la exportación (Bienes)
- Permisos específicos de acuerdo con el producto y servicio del país destino (Bienes y Servicios).
- Manifiesto de Carga (Transportista) (Bienes).
- Documento de transporte dependiendo del medio utilizado: Terrestre: Carta de porte (Bienes).

Barreras no arancelarias:

- Normas técnicas: Las normas técnicas son disposiciones o medidas gubernamentales basadas en las normas internacionales vigentes, para proteger la salud pública, el medio ambiente y los derechos del consumidor. Los países que las aplican intentan evitar que terceros países exporten a la región desechos y sustancias peligrosas.

Barreras arancelarias:

- Arancel: Para el producto 481910, tanto El Salvador como en Costa Rica, ambos están suscritos a los tratados de libre comercio como: TLC Centroamérica y República Dominicana, en ambos casos, para este producto el arancel es cero, pues este cuenta con libre paso.

Impuestos locales

- IVA: Es del 13% y se aplica sobre bienes, servicios, la importación de bienes o servicios.

3.1.2. Perfil país.

Costa Rica está situada en el Istmo centroamericano. Limita al norte con Nicaragua y al sur con Panamá, al noreste con el Mar Caribe y al suroeste con el Océano Pacífico, su superficie territorial

es de 51,100 km², de los cuales 516 km conforman sus fronteras, el país está dividido en siete provincias, 84 cantones y estos en 489 distritos. Actualmente ostenta el cargo de presidente de la república el economista Rodrigo Chaves Robles, durante el periodo de 2022-2026.

Además de los organismos de integración regional, Costa Rica es miembro de la ONU, OEA, CELAC, etc.

Tabla 8.

Perfil país

Aspectos País	Elementos	Descripción
Políticos	Índice de Corrupción	Para el año 2023 sus índices de: 55, con un ranking de 45 de 180 países evaluados (Organización de Transparencia Internacional)
	Sistema de Gobierno	El Gobierno del país es esencialmente civil, republicano, democrático y representativo: Se sustenta en los poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial (Embajada de Costa Rica).
Económicos	Producto Interno Bruto	68,380.8 mill. En 2022 (Banco Mundial).
	Ingreso per cápita	13198.80 en 2022 (Banco Mundial)
	Facilidades para abrir un negocio.	Según el reporte Doing Business 2020 del Banco Mundial, el proceso para iniciar un negocio en el territorio costarricense se compone de 10 procesos, que toman alrededor de 23 días en total, siendo un procedimiento mucho más largo en comparación de la media que en el resto de los países de la región (Doing Business Costa Rica, EY, 2023).
	Inflación	Para el año 2023 el país reflejo una variación de 0.5% de inflación con respecto al año anterior (Banco Mundial, 2024).
Sociales	Aspectos Demográficos	5.212.173 habitantes. Densidad de población: 102 (hab/km ²).

		2.8 millones de turistas, La capital: San José (1.7 millones hab.)
	Nivel de educación	La UNESCO muestra que la población tiene un porcentaje de alfabetización del 97.8%.
Tecnológicos	Herramienta de investigación	En su mayor parte, la información necesaria se encuentra en fuentes secundarias como reportes y estadísticas.
	Recursos Tecnológicos.	Costa Rica sobresale por democratizar el uso de tecnología digitales y tener cifras de acceso a internet de más de 74% de la población.
	Leyes sobre el producto	Se establecen a partir del uso final que se tienen de las cajas, por ejemplo: embalaje de alimentos o Transporte de mercancías varias.
Legales		Sin cinturón – CR ₡94.000 - US 181.41
		Uso de Celular –
	Sanciones de tránsito	CR ₡280.000 – US 54.04
		Luz Roja – CR ₡189.000 – US 364.75
		Licencia suspendida – CR ₡280.000 – US 540.38
		Licencia vencida – CR ₡280.000 – US 540.38
	Tratados de libre comercio	TLC Centroamérica y TLC CAFTA-DR.

Nota: Tabla de elaboración propia.

3.2. Operaciones y clientes.

La exportación de cajas de cartón corrugado presenta una fuerte oportunidad de mercado en Costa Rica, al tener una extensión territorial de casi 51.100 km² y con un sector agroindustrial muy fuerte según datos de la SICA “La división industrial de alimentos, bebidas y tabaco, es la más importante en términos de producción industrial (genera el 46% de la producción total), para lo cual emplea al 29% del total de empleados industriales.”

Según el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica 2022, entre los principales productos exportados en 2019, el banano representa el 8,7 % del total, la piña el 8,4 %, las preparaciones alimenticias un 4,1 % y el café un 2,4 %. Costa Rica ha mantenido su posicionamiento en el comercio de frutas tropicales ya que es el mayor exportador de piña al mundo, y se ha mantenido dentro de los principales cuatro países exportadores de banano. Considerando los datos anteriores se prioriza el sector agroindustrial sobre otros sectores para la búsqueda de clientes potenciales y adaptación del producto al mercado destino.

3.2.1. Plan de acción

i. Políticas de adaptación al mercado internacional.

Dichas políticas son esenciales para la empresa que desean expandirse y tener éxito a nivel global. La adaptación de productos implica modificar ciertos aspectos del producto para satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores en diferentes países y culturas.

Política de Producto.

Producto: Cajas de papel/cartón corrugado.

Descripción: El Cartón Corrugado es un material utilizado fundamentalmente para la fabricación de envases y embalajes. Generalmente se compone de tres papeles planos y un corrugado medio o flauta.

Uso: El Cartón Corrugado es utilizado, normalmente como empaque secundario, en empresas del sector farmacéutico alimenticio, cuidado de la salud, calzado, bebidas, autopartes, etc.

Almacenamiento: El cartón Corrugado debe almacenarse en bodegas cubiertas, ambientes secos con buena ventilación y sobre estibas.

Tiempo de Vida Útil: Seis (06) meses bajo condiciones adecuadas de almacenamiento.

Origen: salvadoreño.

Es importante destacar que entre las políticas del producto se debe considerar lo siguiente:

- Rentabilidad del producto: Las cajas de papel y cartón corrugado, tiene una rentabilidad, muy considerable, en el 2023 la industria papelera de Costa Rica indica que dicho producto incrementó un 34% en la compra de cajas/papel corrugado, debido a que proporciona un embalaje adecuado para muchos productos.
- Productividad: Las cajas de papel/cartón corrugado, son productos reutilizables, brindan la oportunidad de ser reciclados y ser utilizados nuevamente en otro tipo de embalaje.
- Facilidad de transportar el producto: Para el transporte de las cajas de papel/cartón corrugado, hacia el mercado de Alajuela, Costa Rica, la vía más adecuada y económica es vía terrestre, en el cual se cuenta con todos los permisos correspondientes que permita trasladar el producto por los dos puestos fronterizos, El Amatillo, El Espino y Peñas Blancas.

- **Facilidad para adaptación en el mercado:** Existe una alta ventaja al adaptar un producto salvadoreño al mercado de Alajuela, Costa Rica, debido que el principal proveedor en el país costarricense es El Salvador, por lo tanto, tienen referencia sobre el producto recibido, como por ejemplo el branding en las cajas de cartón aumentando el valor percibido y dando la impresión de que la experiencia del consumidor es importante, incluyendo elementos propios de la región.
- **Oportunidad de comercialización:** La comercialización más efectiva a implementar para los productos de cajas de papel/cartón corrugado, es ofrecerles a las empresas grandes soluciones de empaque fácil y ecológicos que cumplen con los requerimientos de calidad (ISO 9001, ISO 14001 e ISO 26001).

El embalaje a utilizar para el traslado de las Cajas de papel/cartón corrugado, Papel de empaque Fleje polipropileno es uno más adecuado para que el producto no llegue dañado o mojado a su destino final, por lo tanto se ofrece al cliente embalarlo con papel de empaque este permite tener una temperatura adecuada en las cajas, adicional dependiendo de las unidades solicitadas adicionar fleje polipropileno el cual se coloca el color indicado por el cliente para diferenciar el tamaño de la caja que solicitó este fleje está hecho de plástico, de igual manera contamos con fleje textil el cual adapta al producto de una manera profesional no dañando el producto.

Tabla 9.

Política de producto

Producto	Cantidad (Unidades del producto)	Materiales del empaque	Peso	Medidas	Altera
----------	--	------------------------------	------	---------	--------

Empaque Primario	24	Papel de empaque	4.53 kg	80X80X80 CM	Temperatura ambiente
		Fleje polipropile no			
Empaque secundario	48	Papel de empaque	9.06 kg	160X160X1 60 CM	
		Fleje PP			
Empaque terciario	72	Papel de empaque	13.59 kg	240X240X2 40 CM	
		Fleje textil			

Política de precio.

El ingreso a nuevos mercados suele ser un reto muy común que tiene dificultades que entorpecen la entrada de nuevos competidores, no obstante, esta brecha se incrementa más cuando se quiere atravesar la frontera de un país distinto al de origen, la búsqueda por sobresalir sobre el resto de los competidores es más agresiva más aún si ya existe otro que tiene más tiempo dentro del mercado o tiene como lugar de origen el país objetivo.

En el caso de las cajas de cartón es de los productos con alto potencial de exportación hacia Costa Rica por su alta demanda y necesidad en los procesos de producción por ser un bien intermedio, a partir es importante plantear políticas respecto a precios que generen una preferencia por cajas de origen salvadoreño.

Precios diferenciados: Con el objetivo de ingresar y crear una preferencia por el producto, ofrecer precios especiales a los primeros compradores otorgando un precio menor u ofreciendo un descuento a partir de cierto volumen que se solicite, esto sería una estrategia para crear preferencia por el producto.

Política de plaza

Es importante evaluar los criterios que mejor favorecen a la decisión de establecerse como empresa en nuevo mercado, las distintas variables que se observan del mercado destino y cómo estas influyen en la percepción que el consumidor tiene de las cajas de cartón corrugado. Considerando que se decantó por la opción de distribuidores/alianzas podemos entender que no es una exportación directa tal como se menciona anteriormente y es que es necesario retomar ese punto dado que todas las acciones a realizar deben ser congruentes con la forma de exportar.

La empresa Grupo Logístico de Carga El Salvador y su filial en Costa Rica se encargarán de realizar toda la logística de transporte (desde bodegas de empresa, hasta distribuidor en Costa Rica), aduana y otros elementos importantes de la logística de la exportación.

Política de promoción

La política de promoción es de suma importancia para que el producto tenga un mejor recibimiento en el mercado destino, considerando todos los factores que influyen en la mente del consumidor tales como packaging, paleta de colores, materiales de lo que está compuesto el producto,

compromiso social de la empresa entre otros factores que son necesarios y se deben tomar en cuenta para poder realizar dicha política la cual estará dividida en 3 etapas o fases.

Investigación Inicial: Conocer las necesidades del cliente, verificar de primera mano la viabilidad de la internacionalización en ese mercado, estudiar los canales de distribución y clientes, entre otros

Desarrollo de la política: Por medio de elementos como la publicidad ATL, BTL, la asistencia ferias internacionales, no solo en el país de destino si no también en países limítrofes y otras regiones que se puedan convertir en socios estratégicos para la exportación como tal.

Análisis de resultados obtenidos.

A continuación, se detalla un presupuesto estimado para una (1) exportación:

Tabla 10.

Presupuesto. CAISA

Relaciones Públicas	
Prensa	\$2,500.00
Eventos sociales	\$4,000.00
Revistas económicas	\$2,500.00
Gestión de Crisis	\$5,000.00
Sub Total RR.PP.	<u>\$14,000.00</u>
Publicidad BTL	
Email Marketing	\$600.00
Redes Sociales	\$1,300.00

SEO y SEM	\$800.00		
Campañas de diseño	\$300.00		
Subtotal BTL		<u>\$3,000.00</u>	
<hr/>			
Ferias			
<hr/>			
Feria	FRUIT		
LOGÍSTICA(Alemania)	\$9,000.00		
EXPOCOMER(Panamá)	\$3,500.00		
Sub Total Ferias		<u>\$12,500.00</u>	
Total, Política de Promoción			<u>\$29,500.00</u>
<hr/>			

ii. Localización de Agentes/Distribuidores.

Tabla 11

Plan de localización de Agente

Modo seleccionado	Transporte Terrestre	Siendo una de las vías más económicas para el traslado del producto de manera fácil y rápida.
----------------------	----------------------	---

Listado de intermediarios logísticos	<p>La empresa</p> <p>Grupo Logístico de Carga de El Salvador S.A de C. V se encargará del rol de la logística, junto con su empresa hermana</p> <p>Grupo Logístico de Carga Costa Rica</p>	<p>Operador Logístico: Es la empresa dedicada a diseñar, gestionar y controlar el manejo de las mercancías.</p>
	<p>Servicio de Aduana: Gestionan trámites aduaneros en nombre del exportador, asegurando cumplimiento para todo tipo de operaciones internacionales.</p>	
		<p>Almacenaje simple y fiscal: Su principal función es el almacenamiento y custodia de la mercancía en sus diferentes modalidades de almacenamiento.</p>
		<p>Transporte Logístico: Es el encargado de efectuar el traslado de la mercancía, en medios propios.</p>
		<p>Carga consolidada: Es el tipo de traslado en el cual se consolidan varios embarques de diferentes clientes.</p>
		<p>Seguros al Transporte de Carga: Es un servicio de protección financiera, que asume la responsabilidad por daños o pérdidas de la mercancía.</p>
		<p>Seguridad Logística: Persona encargada de la protección de las mercancías que se están transportando.</p>

Nota: Tabla realizada en base a información de Asociación Salvadoreña de Agencias de Carga (ASAC).

En una era tan globalizada que el acceso al internet es tan sencillo, es importante destacar la forma en la que podemos encontrar a nuestros clientes es importante realizar una investigación

para determinar la viabilidad del cliente, el rubro al que se dedica entre otra serie de factores como se detalla a continuación:

- Identificación de los Sectores Clave, como es la industria manufacturera, de alimentos, la industria de comercio electrónico, sector de construcción.
- Analizar la competencia
- Búsqueda en plataformas tales como LinkedIn
- Relaciones públicas, asistencia a ferias y eventos relacionados a la temática de exportación e importación, embalaje y otros usos que pueden tener las cajas de cartón corrugado.
- Analizar las tendencias de consumo y con base a ello realizar networking

Clientes potenciales

Considerando que el principal sector al cual se pretende llegar es al sector agroindustrial se considera como posibles clientes los productores de café y productores de frutas, verduras y hortalizas.

Como se menciona anteriormente se pretende realizar alianzas estratégicas con entidades que nos permitan dar a conocer las cajas de cartón y así lograr un posicionamiento idóneo, algunos de los socios comerciales que se buscaran:

- Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE)
- Productores cafetaleros privados.
- Cámara de comercio de Costa Rica
- Cámara de Comercio de España de Costa Rica
- Cámara de comercio de Alajuela

iii. Documentación de Exportación (y proveedores de servicios)

Tabla 12.

Plan de exportación - Documentación

	Documentación
Modelos de documentación básica para exportación	Factura de Exportación: Documento que el exportador emite al importador una vez confirmada la venta, dicho documento debe incluir información precisa de la mercancía como, precio unitario, cantidad y monto total de este, término de compra, dirección tanto del exportador e importador, nombre de la empresa, entre otros datos: ejemplo ver Lista de Empaque: Es un documento que indica información detallada del producto, como el peso, las dimensiones, las unidades, bultos y tipo de embalaje que este tiene, es detallando de forma descriptiva lo que indica la factura.
Modelos de documentación específica para exportación	DUCA F: Es la declaración que debe utilizarse para comerciar con productos originarios de Centroamérica. Carta de porte: Es el documento utilizado para la exportación en modalidad terrestre el cual acredita la legal estancia y tenencia de bienes y mercancías durante su traslado en territorio nacional.

Nota. Tabla realizada en base a información de CIEX El Salvador

3.2.2. Finanzas.

El presupuesto para las políticas consiste en planear las acciones a realizar en términos monetarios para tomar buenas decisiones que permitan una buena gestión para el producto a internacionalizar. Es importante destacar que el éxito de la exportación también recae en las finanzas de la empresa, a lo largo del tiempo se ha podido percibir como grandes marcas ingresan a otros mercados con sus productos, pero debido a malos presupuestos y estimaciones de ventas, la exportación como tal se viene abajo sin importar el potencial que se tenga en el mercado destino.

Dado que la idea es generar ganancias y prestigio para la empresa y el producto como tal la operación en Alajuela debe ser sostenible en el tiempo.

Tabla 13.
Presupuesto.

CAJAS INTERNACIONAL, S.A DE C.V.		
Política de Producto		
Empaque y embalaje	\$7,000.00	
Requerimientos técnicos	\$2,000.00	
Etiquetado	\$4,000.00	
SUBTOTAL		<u>\$13,000.00</u>
Política de Precio		
Materia prima	\$33,000.00	
Mano de obra	\$8,500.00	
Costos indirectos	\$4,500.00	
SUBTOTAL Política de Precio		<u>\$46,000.00</u>
Política de Plaza		
Adaptación de producto	\$2,000.00	
Distribución de producto en país destino	\$2,500.00	
Responsabilidad Social	\$1,500.00	
Logística (Transporte desde bodega de empresa hasta bodega en Alajuela)	\$6,700.00	
Almacenamiento país destino	\$3,300.00	
Trámites aduanales	\$500.00	
Gestión y aseguramiento de la calidad (normas ISO)	\$3,000.00	
SUBTOTAL Política de Plaza		<u>\$19,500.00</u>
Política de Promoción		
RR. PP.	\$14,000.00	
BTL (Publicidad medios digitales, redes sociales)	\$3,000.00	
Ferias (Alemania y Panamá)	\$12,500.00	
SUBTOTAL Política de promoción		<u>\$29,500.00</u>
TOTAL, DE EXPORTACION		<u>\$108,000.00</u>

Nota. Tabla elaboración propia

CONCLUSIONES.

La presente investigación, enfocada en la viabilidad de exportar cajas de cartón corrugado a Alajuela, Costa Rica, ha permitido identificar oportunidades significativas y desafíos a superar, para lograr entrar a un mercado tan complejo como es el costarricense.

Conclusión sobre Política de Producto:

- Los consumidores costarricenses prefieren los productos amigables con el medio ambiente, por ello es por lo que las cajas de cartón corrugado buscan satisfacer las necesidades este mercado apostando fuertemente por reducir el impacto ambiental y desarrollar un producto que cumpla los más altos requerimientos de calidad.
- Las cajas de cartón se adaptan a las exigencias técnicas que solicita el país de destino dedicando un segmento de su presupuesto de exportación a cumplir dichas exigencias.

Conclusión sobre Política de Precio:

- Contar con precios accesibles y productos de calidad muchas veces se vuelve un reto mayúsculo, para las cajas de cartón corrugado se pretende tener un producto de calidad con un precio competitivo.
- Capturar un segmento de mercado dispuesto a pagar más por productos que cumplen con estándares de calidad y respeto al medio ambiente, alineándose con las preferencias del consumidor costarricense.

Conclusión sobre Política de Plaza:

- La adaptación del producto al mercado meta, permite tener una experiencia de compra más enriquecedora para el consumidor, generando una aceptación de este y logrando una conexión entre producto y cliente.

- La logística de la exportación cumple un papel clave dentro de la misma, contar con socios estratégicos brinda una ventaja competitiva para la penetración del mercado meta.

RECOMENDACIONES.

- Establecer alianzas con operadores logísticos locales será clave para mejorar la eficiencia del transporte, aprovechando la experiencia de empresas costarricenses que ya operan en Alajuela. Esta estrategia puede reducir costos y garantizar tiempos de entrega más competitivos. Además, se debe priorizar el desarrollo de empaques

resistentes, utilizando materiales que soporten condiciones climáticas adversas y movimientos durante el transporte, asegurando así la integridad del producto.

- Para posicionar las cajas de cartón en un mercado sensible al medio ambiente, es sumamente importante destacar su sostenibilidad, resaltando que son reciclables y están alineadas con el consumo responsable promovido en Costa Rica, por lo que, realizar estrategias digitales tendrán un rol crucial, con campañas dirigidas a compradores empresariales en plataformas como LinkedIn y portales B2B, enfatizando la calidad del producto y su conformidad con estándares internacionales.
- Realizar un estudio continuo del mercado costarricense para identificar tendencias de consumo, oportunidades de crecimiento y cambios en las preferencias locales. Paralelamente, se monitoreará a la competencia, analizando sus fortalezas para desarrollar propuestas diferenciadoras que destaquen en el mercado.
- Establecer una red de distribuidores locales con experiencia en la comercialización de empaques en Alajuela, complementada con promociones y descuentos iniciales que incentiven a los primeros clientes. Estos beneficios pueden incluir precios especiales por volumen y ventajas logísticas.

REFERENCIAS.

Banco Central de Reserva de EL Salvador. (2023). Estadísticas de exportaciones totales al resto del mundo desde 2012 al 2022. Obtenido de [bcr.gob.sv: https://www.bcr.gob.sv/comex/ce_comercio_exterior.php](https://www.bcr.gob.sv/comex/ce_comercio_exterior.php).

ASAC. Asociación Salvadoreña de Agencias de Carga.

UNAB (Universidad Autónoma de Bucaramanga). (s.f.). Comportamiento de las empresas Exportadoras de Santander frente a los Tratados de Libre Comercio entre Colombia con Costa Rica y México

UES (Universidad de El Salvador). (s.f.). “Análisis y Propuesta de Mejora en el Proceso de Exportación para el Sector de Papel y Cartón”

UES (Universidad de El Salvador). “Plan De Internacionalización Para: Cereales Base De Maíz Insuflado O Tostado, Hacia Santo Domingo, República Dominicana”, 2024

UCA (Universidad Centroamericana José Simeón Cañas). (s.f.). “Estudio de Factibilidad Técnica Financiera para la Fabricación de Embalaje para Productos de Limpieza (detergentes, jabones y limpiadores) a partir del Reciclaje de Papel y Cartón, y su Comercialización a Nivel Nacional e Internacional”

Inteligencia Comercial. Gobierno de El Salvador.

<https://inteligenciacomercial.economia.gob.sv/>

Secretaria General del Sistema de la Integración Centroamericana

https://www.sica.int/busqueda/busqueda_archivo.aspx?Archivo=dis1_57467_2_03032011.html

Observatorio de Complejidad Económica

<https://oec.world/es>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de Costa Rica.

<https://www.rree.go.cr/>

ANEXOS.

Anexo 1. Análisis de barreras de miedo, primera parte.

GRADO DE IMPORTANCIA		Nada	Algo	Media
Alta	Muy Alta			
	1. Falta de información			X
	2. Falta de apoyo		X	
	3. Es muy costoso		X	
	4. Los precios son malos		X	
	5. Falta de tamaño de empresa		X	
	6. No tenemos ventajas competitivas			
	7. No hay departamento exportación			
	8. No tenemos las homologaciones precisas		X	
	9. Nuestro enfoque es local / estatal			
	10. No hablamos idiomas correctamente	X		
	11. No nos lo hemos planteado			
	12. Nuestro producto no soporta el "transporte"			
	13. No tenemos agentes/representantes		X	
	14. La documentación es muy compleja		X	
	15. Conocer el mercado exterior es caro			
	16. No somos competitivos en el exterior			
	17. El mercado interior es suficiente			
	18. Nos falta financiación		X	
	19. No tenemos tiempo para hacerlo			
	20. Nos falta organización		X	

Nota: Matriz de elaboración propia, formato provisto en especialización de internacionalización de producto

Anexo 2. Análisis de barrera de miedos, segunda parte.

BANDEJAS DE ENTRADAS	ORIGEN BARRERAS					MOMENTO	
	Mercado	Interna Empresa	Financiera	Producto	Entorno	Solo momento inicial	Permanente
1 falta de información				X		X	
2 falta de apoyo			X			X	
3 es muy costoso			X			X	
4 los precios son malos	X				X	X	
5 falta de tamaño de empresa					X	X	
6 no hablamos idiomas correctamente	X					X	
7 no tenemos agentes/representantes	X				X	X	
8 la documentación es muy compleja	X					X	
9 nos falta financiación			X			x	
10 nos falta organización		X				X	
TOTALES	4	1	3	1	3	10	0

Nota: Matriz de elaboración propia, formato provisto en especialización de internacionalización de productos.

Anexo 3. Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP), primera parte.

	Características	Elementos trabajados a nivel local (de 1 muy trabajado, no me preocupo 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	3	3	9
	2 Especificaciones Técnicas del Producto	4	3	12
	3 Exigencias Seguridad/Reglamento	4	4	16
	4 Calidad/Prestaciones Requeridas	5	5	25
	5 Tamaño, Forma, Dimensiones	1	5	5
	6 Gama de Producto	2	5	10
Añadidos	1 Empaque	3	5	15
	2 Embalajes	4	4	16
	3 Diseño	4	5	20
	4 Marcas	3	2	6
	5 Historia	5	1	5
SopORTE	1 Entrega	3	5	15
	2 Instalación	4	5	20
	3 Seguimiento	1	5	5
	4 Garantía	3	5	15

Nota: Matriz de elaboración propia, formato provisto en especialización de internacionalización de productos.

Anexo 4. Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP), segunda parte.

Características		Traslade el total y señale con una X																								
Oferta básica	1 Producto Básico	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	2 Especificaciones Técnicas del Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	3 Exigencias Seguridad/ Reglamento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	4 Calidad/Prestaciones Requeridas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	5 Tamaño, Forma, Dimensiones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	6 Gama de Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
Añadidos	1 Empaque	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	2 Embalajes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	3 Diseño	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	4 Marcas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	5 Historia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
Soporte	1 Entrega	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	2 Instalación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	3 Seguimiento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2
	4 Garantía	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2

Nota: Matriz de elaboración propia, formato provisto en especialización de internacionalización de productos.

Anexo 5. Factores de potencial de exportación.

Matriz posibilidad exportación producto					
Factores		Evaluación			
POTENCIAL DE RENTABILIDAD					
	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA
				X	
CAPACIDAD PRODUCTIVA (VOLUMEN Y PERMANENCIA)					
	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA
				X	
CAPACIDAD DE MOVILIDAD					
	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA
			X		
ADAPTABILIDAD TÉCNICA					
	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA
			X		
CAPACIDAD DE COMERCIALIZACIÓN					
	MUY BAJA	BAJA	MEDIA	ALTA	MUY ALTA
				X	

Nota: Matriz de elaboración propia, formato provisto en especialización de internacionalización de productos.

Anexo 6. Factura Comercial.

NIT: _____ NRC: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ Correo: _____
 Tipo de Establecimiento: _____
 Giro: _____

DOCUMENTO TRIBUTARIO ELECTRONICO FACTURA DE EXPORTACION	
	Código de Generación CD876962-E998-4FC6-A388-96F8FC117618 Sello de Recepción 2024B16674BD94B43428CBE68A1386D2902BWH Número de Control del DTE DTE-11-M001P001-00000000000173
	Modelo de Facturación Prvto Moneda: USD Tipo de Transmisión Normal Versión: 1 Fecha y Hora de Generación: 2024-05-07 09:57:39

Información del receptor



Nombre	Tipo Documento Otro	No. Documento GF
Correo	Teléfono	Condición de la Operación: A crédito
Actividad Comercial		Destino de Exportación:
Dirección Vía 3, 5-42 Zona 4;		

CUERPO DEL DOCUMENTO

# ITEM	CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	DESCUENTO, BONIFICACION, REBAJAS ITEM	VENTAS GRAVADAS

Valor en letras:	Total Operaciones:
OBSERVACIONES	Total Gravado:
	Flete:
	Seguro:
	Monto Total de la Operación:
	Total a Pagar:
ENTREGA	RECIBE
Nombre:	Nombre: Industria
DUI o NIT:	DUI o NIT: CF
F: _____	F: _____

Este documento tributario electrónico ha sido generado a través de la plataforma SEF de Group PBS El Salvador para MERCOSAL. Si tiene dudas o consultas sobre el documento, el reglamento de facturación electrónica emitida por el Ministerio de Hacienda o cualquier tema relacionado a este documento, favor llamarnos al teléfono (503) 2316-8308.

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

1. No Correlativo o referencia		2 No de DUCA		3 Fecha de aceptación		Hoja 2 De 5			
Mercancías	35 Cantidad de bultos	36 Clase de bultos	37 Peso neto	38 Peso bruto	39 Cuota contingente	Liquidación por Línea			
						53.1 Tipo	53.2 Porcentaje	53.3 Total	53.4 MP
	40 Numero de línea	41 País origen	42 Unidad de medida	43 Cantidad	44 Acuerdo				
	45 Clasificación arancelaria	46 Descripción de las mercancías		47.1 Criterio para certificar origen	47.2 Reglas accesorias				
	48 Valor de transacción	49 Gastos de transporte	50 Seguro	51 Otros gastos	52 Valor en aduana				
					53.5 Total General			0.00	
Mercancías	35 Cantidad de bultos	36 Clase de bultos	37 Peso neto	38 Peso bruto	39 Cuota contingente	Liquidación por Línea			
						53.1 Tipo	53.2 Porcentaje	53.3 Total	53.4 MP
	40 Numero de línea	41 País origen	42 Unidad de medida	43 Cantidad	44 Acuerdo				
	45 Clasificación arancelaria	46 Descripción de las mercancías		47.1 Criterio para certificar origen	47.2 Reglas accesorias				
	48 Valor de transacción	49 Gastos de transporte	50 Seguro	51 Otros gastos	52 Valor en aduana				
					53.5 Total General				
Mercancías	35 Cantidad de bultos	36 Clase de bultos	37 Peso neto	38 Peso bruto	39 Cuota contingente	Liquidación por Línea			
						53.1 Tipo	53.2 Porcentaje	53.3 Total	53.4 MP
	40 Numero de línea	41 País origen	42 Unidad de medida	43 Cantidad	44 Acuerdo				
	45 Clasificación arancelaria	46 Descripción de las mercancías		47.1 Criterio para certificar origen	47.2 Reglas accesorias				
	48 Valor de transacción	49 Gastos de transporte	50 Seguro	51 Otros gastos	52 Valor en aduana				
					53.5 Total General				
Mercancías	35 Cantidad de bultos	36 Clase de bultos	37 Peso neto	38 Peso bruto	39 Cuota contingente	Liquidación por Línea			
						53.1 Tipo	53.2 Porcentaje	53.3 Total	53.4 MP
	40 Numero de línea	41 País origen	42 Unidad de medida	43 Cantidad	44 Acuerdo				
	45 Clasificación arancelaria	46 Descripción de las mercancías		47.1 Criterio para certificar origen	47.2 Reglas accesorias				
	48 Valor de transacción	49 Gastos de transporte	50 Seguro	51 Otros gastos	52 Valor en aduana				
					53.5 Total General				
Mercancías	35 Cantidad de bultos	36 Clase de bultos	37 Peso neto	38 Peso bruto	39 Cuota contingente	Liquidación por Línea			
						53.1 Tipo	53.2 Porcentaje	53.3 Total	53.4 MP
	40 Numero de línea	41 País origen	42 Unidad de medida	43 Cantidad	44 Acuerdo				
	45 Clasificación arancelaria	46 Descripción de las mercancías		47.1 Criterio para certificar origen	47.2 Reglas accesorias				
	48 Valor de transacción	49 Gastos de transporte	50 Seguro	51 Otros gastos	52 Valor en aduana				
					53.5 Total General				

CONFIDENCIAL



DECLARACION UNICA CENTROAMERICANA (DUCA)



- HOJA DE AMPLIACIÓN DE INFORMACIÓN -

1. No Correlativo o referencia		2 No de DUCA		3 Fecha de aceptación		4 Garantía	
Hoja 3 De 5							
54.1 Cod. tipo d doc.	54.2 Número de documento	54.3 Fecha de emisión de documento	54.4 Fecha de vencimiento	54.5 País de emisión de documento	54.6 Línea (al que aplica el documento)	54.7 Nombre de la autoridad o entidad que emitió el documento de soporte	54.8 Monto

459.83

Anexo 11: Entrevista



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias Económicas

Proceso de Grado Modalidad Especialización en Comercio Internacional
“Plan de Internacionalización Para: Cajas de Cartón Corrugado Hacia Alajuela, Costa Rica”



Anexo VI Entrevista con Especialista en Materia Aduanal:

Entrevistadores:

Br. Nelson Armando Cortez Gómez
Br. William Alexander Juárez Gámez
Br. Cinthya Damaris Ramos Rivera

Entrevistado:

Licenciado Luis Manuel Cordova, Asesor de la Dirección General de Aduanas.

- 1) **¿Considera usted que la industria salvadoreña pueda adaptarse a los más altos requerimientos técnicos que exigen los países destino a la hora de exportar?**
- 2) **¿Cuáles son las facilidades que Aduana salvadoreña brinda a los exportadores locales?**
- 3) **En el contexto de los problemas logísticos a nivel global ¿Qué sugerencias propone usted para optimizar los tiempos de exportación?**
- 4) **Considerando el volumen de exportación que manejan actualmente ¿Cuál es la proyección estimada para este año?**
- 5) **En términos de demanda ¿Cómo evalúa el mercado costarricense?**
- 6) **¿Cuáles son los principales retos logísticos y regulatorios que se enfrentan a la hora de exportar?**
- 7) **¿Considera usted que la situación política y social afectan las exportaciones? Ejemplo: Venezuela, Haití, Ucrania.**
- 8) **¿Qué avances tecnológicos ha implementado la Dirección General de Aduanas para facilitar las exportaciones y mejorar la trazabilidad de los productos salvadoreños?**
- 9) **¿Cómo se puede mejorar la integración de los productos salvadoreños en cadenas globales de valor, y ¿cuál es el papel de Aduanas en este proceso?**
- 10) **¿Qué consejo daría usted a la industria salvadoreña para que se anime a exportar?**