

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



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

**“PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA: CEREAL A BASE DE MAÍZ  
INSUFLADO O TOSTADO, HACIA SANTO DOMINGO, REPÚBLICA  
DOMINICANA”**

**PRESENTADO POR:**

NOMBRE	CÓDIGO
ALFARO ORTÍZ, GEOVANNY EZEQUIEL.	L10804
CRUZ VALLE, CARMEN ELIZABETH.	L10804
RAMÍREZ HENRÍQUEZ, GLENDA ARELY.	L10804

MARZO 2024

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

## **UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

### **AUTORIDADES CENTRALES**

RECTOR: ING. JUAN ROSA QUINTANILLA QUINTANILLA

VICE-RECTORA  
ACADÉMICA: DRA. EVELYN BEATRIZ FARFÁN.

SECRETARIO  
GENERAL: LIC. PEDRO ROSALÍO ESCOBAR CASTANEDA.

### **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.**

DECANA: LICDA. CELINA AMAYA DE CALDERÓN.

VICEDECANO: MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ.

SECRETARIO: LIC. PEDRO JAVIER RIVAS MEJÍA.

COORDINADOR GENERAL  
DE SEMINARIO DE  
GRADUACIÓN: MAF. RONALD EDGARDO GÁLVEZ RIVERA.

### **AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

CORDINADOR DE LA  
ESCUELA: LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA.

COORDINADOR DE  
SEMINARIO DE  
GRADUACIÓN: LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCÍA.

COORDINADOR DEL CURSO  
DE  
INTERNACIONALIZACIÓN  
DE PRODUCTOS: LIC. ALCIDES DARÍO ALFARO ALFARO.

DOCENTE  
ASESOR: LICDA. DANIELA ALEXANDRA HENRÍQUEZ DE  
SALAZAR.

JURADO  
EVALUADOR: LIC. JAVIER AMÍLCAR SALAMANCA RIVAS.

LIC. ALCIDES DARÍO ALFARO ALFARO.

MARZO 2024

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA.

## **Agradecimientos**

Doy las gracias especialmente a Dios, pues, el guía mi camino siempre, a mis familiares que siempre creyeron en mí y me alentaron a seguir, a mi madre Rita del Carmen, quien me ha apoyado incondicionalmente y representa mi mayor fuente de inspiración y perseverancia, a mis amigos, docentes y colegas académicos, que han formado parte de mi aprendizaje, a Gabriel y Jorge ustedes me han brindado hermandad y aliento a dar mi máximo esfuerzo, a mi esposa Ivannia quien ha compartido mis desvelos, los mejores y peores momentos y siempre mi brinda su apoyo, entusiasmo y alegría en cada etapa de mi vida.

Geovanny Ezequiel Alfaro Ortiz

A Dios quién me ha guiado, a lo largo de mi vida, a mi padre, David Antonio Cruz, por estar siempre pendiente de mí, de mis estudios, por apoyarme en todo momento, por preocuparse por mi seguridad de camino hacia la Universidad, a mi madre Ana Gladis Valle, por apoyarme y siempre estar en mis noches de desvelos, por siempre motivarme a continuar cuando sentía que ya no podía más, a mis hermanos y a todas las personas que siempre me motivaron en mi carrera.

Carmen Elizabeth Cruz Valle.

Agradezco primeramente a Dios por darme la vida y la salud para poder llegar hasta este día y así poder culminar mi carrera, a mi madre Marina Henríquez, una mujer luchadora y valiente, quien me dio el estudio y ha estado siempre a mi lado de principio a fin demostrándome cuanto hay que esforzarse para lograr los sueños.

Glenda Arely Ramírez Henríquez.

## Índice

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>I</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>II</b>
<b>CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>1</b>
1.1. ANTECEDENTES	1
1.2. DESCRIPCIÓN	2
1.3. FORMULACIÓN	3
1.4. ENUNCIADO DE LA PROBLEMÁTICA	3
1.5. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.5.1. <i>Geográfica y Temporal</i>	4
1.5.2. <i>Teórica.</i>	4
1.6. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.6.1. <i>Novedad</i>	5
1.6.2. <i>Utilidad social.</i>	5
1.6.3. <i>Factibilidad</i>	6
1.7. OBJETIVOS	7
1.7.1. <i>General</i>	7
1.7.2. <i>Específicos</i>	7
1.8. MARCO TEÓRICO	8
1.8.1. <i>Histórico</i>	8
1.8.2. <i>Conceptual</i>	15
1.8.3. <i>Legal</i>	19
<b>CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>21</b>
2.1. MÉTODO	21

2.2.	ENFOQUE	21
2.3.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	23
2.4.	FUENTES	23
2.5.	UNIDAD DE INVESTIGACIÓN	26
2.6.	DETERMINACIÓN DE POBLACIÓN Y MUESTRA	27
2.7.	DIAGNÓSTICOS DE INTERNACIONALIZACIÓN	29
2.7.1.	<i>Análisis de barreras y miedos</i>	29
2.7.2.	<i>Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP)</i>	31
2.7.3.	<i>Factores de potencial de exportación</i>	34
2.8.	CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	35
<b>CAPÍTULO 3. DESARROLLO DE PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN</b>		<b>36</b>
3.1.	DECISIONES DE MERCADO	36
3.1.1.	<i>Estudio de mercado</i>	36
3.1.2.	<i>Perfil país</i>	63
3.2.	OPERACIONES Y CLIENTES	66
3.2.1.	<i>Plan de acción</i>	66
3.2.2.	<i>Finanzas</i>	79
<b>CONCLUSIONES</b>		<b>86</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>		<b>88</b>
<b>REFERENCIAS</b>		<b>90</b>
<b>GLOSARIO</b>		<b>99</b>
<b>ANEXOS</b>		<b>101</b>

## Índice de tablas

Tabla 1. Comparativa de complejidad económica entre El Salvador y República Dominicana.	10
Tabla 2. Clasificación de productos por subpartidas del sistema armonizado de la partida 1904.10.	12
Tabla 3. Exportaciones anuales en valor FOB US\$ para “cereales para desayuno” clasificados en la subpartida 1904.10.10.00.	13
Tabla 4. Técnicas e instrumentos.	23
Tabla 5. Fuentes secundarias de la investigación.	25
Tabla 6. Estudio de mercado - Comportamiento del consumidor.	36
Tabla 7. Estudio de mercado – Perfil Comercial.	39
Tabla 8. Resultados sobresalientes de la selección de canal de internacionalización.	43
Tabla 9. Participación de cereal para desayuno, por presentación en gramos, en el mercado destino.	45
Tabla 10. Participación de cereal para desayuno, por precio en dólares estadounidenses en el mercado destino.	46
Tabla 11. Variación promedio de oferta de cereales para el desayuno del mercado destino con respecto al mercado de origen.	47
Tabla 12. Costo promedio marítimo por carga de un contenedor de 20’.	55
Tabla 13. Precios de peaje por categoría de vehículo.	56
Tabla 14. Perfil País Pestel de República Dominicana.	63
Tabla 15. Oferta del Producto.	67

Tabla 16. Distribuidores / Importadores potenciales para el producto cereal para desayuno.	69
Tabla 17. Comparación de precios cereales para desayuno dentro de las presentaciones de 350 a 420 gramos en distribuidores minoristas.	71
Tabla 18. Plan de localización de Agentes / Distribuidores.	76
Tabla 19. Plan de exportaciones - Documentación.	77
Tabla 20. Recursos necesarios para la primera fase de la internacionalización.	79
Tabla 21. Importaciones de la partida 1904.10 registradas por Dirección General de Aduanas de República Dominicana.	80
Tabla 22. Pronóstico de ventas.	82

### **Índice de figuras.**

<i>Figura 1.</i> Porcentaje de exportaciones totales en el periodo de 2018 al 2022 para “cereales para desayuno” clasificados en la subpartida 1904.10.10.00.	14
<i>Figura 2.</i> Exportación a República Dominicana, en el periodo de 2018 a 2022, dentro de la subpartida 1904.10.90.00 - boquitas insufladas.	15
<i>Figura 3.</i> Características logísticas de República Dominicana.	56
<i>Figura 4.</i> Rutas aéreas de la República Dominicana.	58
<i>Figura 5.</i> Propuesta de estructura del canal de distribución	70
<i>Figura 6.</i> Resumen del cálculo del precio de exportación.	72

## Índice de Anexos.

Anexo 1. Guía de entrevista y encuesta a Embajada de República Dominicana en El Salvador.	101
Anexo 2. Guía de entrevista y encuesta a representante de operador logístico en El Salvador.	103
Anexo 3. Análisis de barreras y miedos, primera parte.	105
Anexo 4. Análisis de barreras y miedos, segunda parte.	106
Anexo 5. Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP), primera parte.	107
Anexo 6. Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP), segunda parte.	108
Anexo 7. Factores de potencial de exportación.	109
Anexo 8. Hoja de evaluación de criterios para el acceso al mercado.	110
Anexo 9. Tabla de ponderaciones a evaluación de criterios para el acceso al mercado.	111
Anexo 10. Tabla/ilustración de precios, presentaciones y marcas de cereales para desayuno a base de maíz, en República Dominicana que se asemejan al producto a internacionalizar.	112
Anexo 11. Precios homogéneos entre cadenas de supermercados en Santo Domingo, República Dominicana.	113
Anexo 12. Cotización de operador logístico para envío de mercadería hacia Santo Domingo, República Dominicana.	114
Anexo 13. Cálculo con Herramienta del Precio Exportación.	115

Anexo 14. Imagen del producto único y actual producido y comercializado en El Salvador.	116
Anexo 15. Actual presentación que se encuentra en circulación en el mercado salvadoreño del producto.	117
Anexo 16. Propuesta de diseño para nuevo empaque	118
Anexo 17. Factura de exportación.	119
Anexo 18. Lista de empaque (Packing list)	120
Anexo 19. Formato de Declaración Única Centroamericana (DUCA D Y DUCA F)	121
Anexo 20. Formato de Declaración de Mercancías.	122
Anexo 21. Ejemplo real de certificado de exportación.	124
Anexo 22. Formato de Certificado de origen para el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y los Estados Unidos, (CAFTA-DR)	125
Anexo 23. Formato de Certificado de origen para el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana.	126
Anexo 24. Formato real de manifiesto de carga y Carta de porte.	127
Anexo 25. Formato real de Conocimiento de embarque, (Bill of Landing o BL).	128
Anexo 26. Formato real de Guía Aérea, (Air Waybill)	129
Anexo 27. Formato real de Póliza de seguro.	131

## Resumen ejecutivo

Internacionalizar productos salvadoreños representa un reto en la actualidad para aquellos que no conocen los mecanismos, herramientas y formas para lograrlo, los estudiantes de la especialización en Internacionalización de Productos 2023, en el presente documento abordan el tema, internacionalizar cereales para desayuno salvadoreños hacia el mercado de Santo Domingo, República Dominicana, tomando variables relevantes para lograr un plan efectivo desde los mecanismos para el estudio del mercado y consumidores, así también barreras y miedos del sector productivo sobre exportación, la logística, las relaciones entre estados y de este contexto basándose en el estudio, brindar propuestas que permitan al producto adaptarse al nuevo mercado de forma secuencial, permitiendo tener visualización de los puntos positivos de la internacionalización.

Adicionalmente, permitiendo al lector tener una guía clara del diseño de un plan de internacionalización y dentro de este todos aquellos elementos necesarios a tomar en cuenta ante la toma de decisiones estratégicas para los productores o empresarios salvadoreños que se encuentran en el interés de diversificar sus operaciones a través de la internacionalización de sus productos.

Presentando como ejemplo el cereal para desayuno, el lector tiene una idea más clara sobre los elementos financieros que envuelven la internacionalización y esto permite al final del trabajo presentar resultados notorios para el sector de ejemplo en este.

## **Introducción**

En un mundo cada vez, más globalizado y conectado, las oportunidades se expanden como resultado de cada vez hacer crecer los negocios más allá de las fronteras nacionales. En este contexto, el objetivo principal de este trabajo de investigación es proveer las pautas para el diseño de un plan de internacionalización basado en cereales a base de maíz obtenidos por insuflado o tostado nombrado en muchos casos como: Cereales para desayuno, siendo este el nombre con el que este tipo de producto se clasifica dentro de la subpartida 1904.10.10, para el mercado de Santo Domingo, República Dominicana.

República Dominicana se ha convertido en un destino de gran interés en la comercialización de productos alimenticios y la demanda de alimentos saludables y convenientes, que se ha incrementado en los últimos años. Los cereales para desayuno son una alternativa versátil y nutritiva para suplir como desayuno o fuentes de energía a través de la ingesta de carbohidratos, los cuales se adaptan a las necesidades y preferencias de los consumidores que buscan opciones de desayuno, fuentes calóricas o simplemente, snacks saludables.

Este plan de internacionalización tiene el propósito de ser un referente para abrir nuevas oportunidades de negocio y ampliar la presencia de los cereales para desayuno salvadoreños en el mercado dominicano, así como para cualquier producto nacional. Para ello, se realizará diagnósticos de internacionalización tales como: Análisis de barreras y miedos, Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP) basado en el estudio del consumidor dominicano, el mercado y factores influyentes de este, evaluar la viabilidad de exportación, para el producto en dicho el mercado, descubrir: ventajas, oportunidades y desafíos que presenta el mercado destino y generar propuestas de adaptabilidad a los nuevos mercados.

## Capítulo 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En este apartado se describe el problema de investigación, sus antecedentes, síntomas, efectos inmediatos y futuros, causas probables, soluciones intentadas, preguntas por responder en la investigación (Moreno C, Marthe Z, & Rebolledo S, 2010).

### 1.1. Antecedentes

La República Dominicana es un país que se beneficia de su ubicación geográfica, como puente hacia la región del Caribe, así como también hacia el resto del continente americano y los demás países del mundo. El Salvador y República Dominicana desde inicios de este milenio iniciaron procesos dentro del marco de relaciones exteriores y comerciales mediante la implementación de acuerdos comerciales como: Tratado de Libre Comercio Centroamérica - República Dominicana, donde República Dominicana entra en vigencia con El Salvador a partir del año 2001 y posteriormente estos dos se suscriben al Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana o mejor conocido como CAFTA-DR por sus siglas en inglés en el año 2006 (Banco Mundial, 2019).

Según estudio realizado por El Observatorio de Complejidad Económica (OEC) en 2021, República Dominicana importó \$495k en comida de cereal y gránulos, convirtiéndose en el importador número 135 de comida de cereal y gránulos en el mundo. En el mismo año, Comida de cereal y gránulos fue el producto número 852 más importado en República Dominicana. En República Dominicana los principales proveedores de comida de cereal y gránulos principalmente de: Estados Unidos (\$182k), España (\$149k), India (\$41,6k), Italia (\$37,3k), y Turquía (\$31,1k).

En 2018, el arancel promedio para República Dominicana en comida de cereal y gránulos fue 6,80%. Los países con los aranceles de importación más altos para comida de

cereal y gránulos fueron Angola. Entre 2020 y 2021, los mercados de importación de más rápido crecimiento en Comida de cereal y gránulos para República Dominicana fueron Estados Unidos (\$91,3k), India (\$41,6k), e Italia (\$23,7k) (Observatorio de Complejidad Económica, 2018).

Los tratados de libre comercio estimulan el libre flujo del comercio entre sus países miembros, reduciendo significativamente los aranceles existentes y garantiza de manera permanente la posibilidad de exportar e importar libremente la mayor parte de sus productos y servicios entre ellos, promoviendo la apertura de nuevos mercados y la integración regional.

Según los datos del CIEX EL Salvador en el periodo de 2018 a 2022, los cereales base de maíz insuflados, exportados como cereales para el desayuno en la partida 1904.10.10.00, únicamente se ha exportado hacia Estados Unidos, Guatemala y Nicaragua.

## **1.2. Descripción**

En la medida en que el comercio bilateral crece entre El Salvador y República Dominicana las demandas de productos son mayores cada día, en el mercado dominicano, específicamente en la provincia de Santo Domingo, esta última es un pilar para el comercio debido a que se encuentra en constante crecimiento no solo demográficamente, sino también en cuanto a poder adquisitivo.

En ese sentido para un país como El Salvador es importante identificar oportunidades de negocios que permitan la internacionalización de los productos elaborados, fabricados o producidos, nacionalmente y poder llevarlos a mercados exteriores. Mercados con potencial de desarrollo para el comercio y de esta forma convertir a El Salvador en un referente de productos nacionales cada vez más presentes en mercados exteriores, así, atrayendo mayor inversión y transformando esta en desarrollo económico, tecnológico y social para la población salvadoreña.

### **1.3. Formulación**

Las hojuelas de maíz son consideradas como un alimento que proporciona energía y vitaminas para el consumo humano, por ello han tenido una parte importante en la vida y dieta de las personas creando un impacto importante en la salud humana.

Los cereales más utilizados a nivel mundial son el arroz, el maíz y el trigo, seguidos de otros que se consideran como secundarios, tales como la cebada, el centeno y la avena. A nivel global, los cereales constituyen la fuente principal de energía de la dieta en prácticamente todas las poblaciones. De hecho, se estima que el arroz, el maíz y el trigo representan alrededor del 60 % de la energía que se obtiene de los alimentos a nivel mundial, por lo que constituyen un alimento básico para más de 7000 millones de personas (Hervert-Hernández, 2022).

Según los datos de la página web de Banco Central de Reserva de El Salvador, en el periodo de 2012 a 2022, El Salvador exportó al resto del mundo la cantidad de 62,974.8 millones de dólares a diferentes países del mundo, de los cuales 991.3 millones de dólares fueron hacia República Dominicana, o sea un 1.57% de las exportaciones totales en los últimos diez años, fue al mercado dominicano (Banco Central de Reserva de EL Salvador, 2023). Dando un parámetro de lo poco que se ha explorado dicho mercado.

### **1.4. Enunciado de la problemática**

¿Cuáles son las variables que deben considerar los empresarios y, o productores salvadoreños, de cereales a base de maíz obtenidos por insuflado o tostado, ante la internacionalización de estos, hacia el mercado de Santo Domingo, República Dominicana?

## **1.5. Delimitación del problema**

### **1.5.1. Geográfica y Temporal**

#### **Geográfica.**

La provincia de Santo Domingo ha sido seleccionada por ser el centro del comercio y con mayor importancia de República Dominicana, debido a su ubicación geográfica y estabilidad económica, Santo Domingo atrae a muchas empresas internacionales y franquicias; estas empresas suelen tener sus sedes principales u oficinas regionales en esta ciudad. El crecimiento económico de la ciudad es notable debido a la construcción de torres, centros comerciales, carreteras y una mayor actividad comercial (Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo, 2023).

#### **Temporal: El periodo de estudio es 2018-2022.**

El periodo establecido es de cinco años previos, al desarrollo de este estudio, es importante para el diseño de un plan de internacionalización de productos, en este periodo se obtiene la información necesaria para llevar a cabo la preparación del plan de internacionalización, según los criterios que serán abordados más adelante.

#### **1.5.2. Teórica.**

**Falta de estudios previos acerca del producto a internacionalizar:** nunca se ha llevado un estudio de esta índole donde verifiquen la fiabilidad de este producto siendo producido y exportado por El Salvador.

**Poca producción de cereales para el desayuno en El Salvador:** este producto no es tan producido como otros, en El Salvador, y a ello se le suma la dificultad que es uno de los productos con más abundancia y variaciones tanto en el mercado nacional como, a nivel del mercado internacional, esto brinda indicios de ser un mercado muy desarrollado, para dicho producto, si bien hoy en día es uno de los alimentos más populares en el mundo, a pesar de ello en El Salvador no existe variedad de proveedores.

**Acceso a la información pública:** En El Salvador muchas de las instituciones protegen los datos de las entidades corporativas, empresas y o proveedores, es por ello por lo que al momento de solicitar datos en concretos sobre productores de ciertos productos esto se vuelve un tema complejo, la burocracia que existe en las instituciones gubernamentales permite que, uno a otros se excusen la responsabilidad de brindar la información y así transformado está en información cada vez más y más de carácter hermético.

## **1.6. Justificación del problema**

Se muestra la importancia de la investigación.

### **1.6.1. Novedad**

La internacionalización puede ser fuente de ventaja comparativa frente a la competencia, si los cereales para el desayuno salvadoreños salen al extranjero, esto implica al país de tal forma que este internacional de estar forma impulsar la competitividad pueda iniciar nuevas oportunidades de crecimiento comercial. Y convertir las marcas salvadoreñas como un referente de calidad y buen precio en mercados extranjeros, con unos índices de productividad más altos y mayores volúmenes de negocio.

La internacionalización no es el simple hecho de exportar productos a nuevos mercados, sino más bien, realizar una serie de movimientos estratégicos imprescindibles que, si se hacen con toda la profesionalidad que se requiere, los productos pueden permanecer en los nuevos mercados de forma indefinida.

Pero para ello, la toma decisiones estratégicas que llegan después del análisis de oferta salvadoreña, es necesario distinguir los puntos clave de este proceso.

### **1.6.2. Utilidad social.**

La internacionalización de estos productos busca tener un alcance a nivel internacional que impacte positivamente el desarrollo económico de El Salvador. Al generar un plan de

internacionalización más productores salvadoreños pueden motivarse a internacionalizar productos, como por ejemplo el estudiado: cereales para desayuno, esto beneficiaría el crecimiento y expansión del comercio salvadoreño, obteniendo resultados como: influir en gran medida una ayuda económica y social para los salvadoreños, en la medida más empresas y productores salvadoreños exporten sus productos esto promueve la generación de empleos, empleos que mejoran la calidad de vida de las familias salvadoreñas, teniendo acceso a más recursos como buena alimentación, recreación, internet y educación para las nuevas generaciones.

A su vez, reconocimiento internacional, de esta forma impulsar la competitividad salvadoreña y poder generar mayor impacto tanto en la economía nacional como en los clientes internacionales que se pueden obtener en el resto del mundo.

### **1.6.3. Factibilidad**

El propósito de la investigación es factible para que al concluir los resultados presentados sean claros y se encuentre en concordancia con la metodología de investigación seleccionada, sin embargo, también cabe recalcar que se encuentra un aspecto relevante a considerar y es que debido a que el campo de estudio es dinámico y que está ligado a la libre divulgación de indicadores comerciales entre ambos países, así como las empresas que se dedican a comercializar con el producto anteriormente definido, pueden surgir cambios que afecten el grado de fiabilidad de la investigación y su finalidad. Asimismo, es importante mencionar que el equipo cuenta los recursos limitados para llevar a cabo la investigación, en cuanto a los medios disponibles para su realización, un punto a destacar es que podría presentar algún tipo de dificultad en el proceso investigativo, esto debido a que no se cuenta con estudios previos realizados acerca del tema de investigación y la información que se encuentra disponible proviene de páginas web, datos e indicadores publicados por las entidades destinadas a la realización de dichos reportes y datos estadísticos relacionados con el tema de

investigación, así como también contando con apoyo en los tratados de libre comercio entre los países determinados para el aprovechamiento de los beneficios decretados en ellos para el comercio transfronterizo. La planificación de la investigación resulta factible debido a que esta se realizará en fases a lo largo de seis meses, por lo que los resultados de la investigación serán presentados en un tiempo no prolongado.

El tema de investigación resulta importante para la disciplina de las ciencias económicas, debido a que este pretende resaltar puntos relevantes sobre un plan de internacionalización y presentar los resultados en formato claro para poder ser considerado por empresarios o productores de cereales insuflados ante la posibilidad de abrirse camino en la exportación y permanecer en los mercados destinos, así como es el caso de esta investigación para el mercado dominicano, lo cual permite realizar un análisis de los puntos importantes para el desarrollo del plan y los beneficios que se pueden obtener a través de la internacionalización de productos salvadoreños, hacia mercados exteriores.

## **1.7. Objetivos**

En este apartado es de importancia definir cuáles son los resultados esperados con la investigación.

### **1.7.1. General**

Desarrollar un plan de internacionalización para cereales a base de maíz insuflados o tostados, hacia el mercado de República Dominicana, y que de esta forma pueda ser una guía de ejemplo para futuros exportadores salvadoreños.

### **1.7.2. Específicos**

Determinar el potencial de los cereales a base de maíz insuflados o tostados salvadoreños ante la demanda de estos en el mercado de la provincia de Santo Domingo.

Identificar las principales oportunidades de mercado que ofrece los tratados de libre comercio entre El Salvador y República Dominicana para su consideración al momento de exportar.

Comprobar la fiabilidad de la internacionalización del producto seleccionado, en el mercado de Santo Domingo, República Dominicana.

## **1.8. Marco teórico**

En este espacio se menciona aquellos elementos, teorías y conceptos claves; así mismos aspectos legales relacionados al desarrollo de la investigación.

### **1.8.1. Histórico**

#### **Relaciones comerciales entre El Salvador y República Dominicana.**

La República Dominicana se destaca de su ubicación geográfica, ya que sirve como tránsito para muchas mercancías tanto hacia el Caribe como hacia todo el continente americano y otros países del mundo. Para aumentar aún más las ventajas mencionadas, el país ha firmado cinco acuerdos comerciales desde 1985. El Acuerdo de Libre Comercio de Alcance Parcial con la República de Panamá, el Tratado de Libre Comercio con la Comunidad del Caribe (CARICOM), el Tratado de Libre Comercio con Centroamérica (Honduras, El Salvador, Guatemala, Costa Rica y Nicaragua), el cual ha sido ampliamente reemplazado por el Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Centroamérica (DR-CAFTA) y el Acuerdo de Asociación Económica de Libre Comercio todos con el objetivo de fomentar el comercio entre las partes, lo que permitirá la expansión y diversificación del intercambio de bienes y servicios.

En lo que respecta a la República Dominicana y El Salvador, ambos países forman parte del Acuerdo de Libre Comercio de la República Dominicana con Centroamérica y posteriormente del Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Centroamérica (DR-CAFTA). Este último acuerdo fue propuesto como una alternativa a la Iniciativa de la Cuenca

del Caribe (ICC), que ha estado en marcha desde la década de los 80. Además de República Dominicana y El Salvador, se incluyen Guatemala, Estados Unidos, Honduras, Nicaragua y Costa Rica en el mismo. El DR-CAFTA es más utilizado por la República Dominicana y El Salvador para el comercio.

### **Comercio bilateral entre El Salvador-República Dominicana.**

**Importaciones:** A pesar de que las importaciones desde República Dominicana hacia El Salvador disminuyeron un 40.8% entre 2013 y 2014, aumentaron hasta US\$9.111 millones entre 2014 y 2017, representando el 0.1% del total de las exportaciones dominicanas.

En 2017, las importaciones desde República Dominicana hacia El Salvador experimentaron un notable aumento con una variación del 37%.

El 75% de las importaciones fueron para los cuatro productos principales. Los productos que se importaron más fueron:

- Plástico y sus manufacturas
- Preparaciones alimenticias diversas
- Tela de algodón
- Carne y despojos comestibles

**Exportaciones:** Durante el período analizado, hubo un aumento en las exportaciones de bienes de El Salvador hacia República Dominicana. En 2017, estas alcanzaron los US\$105,888 millones, con una variación positiva del 9%. Es importante señalar que, durante el año 2016, la República Dominicana contribuyó con el 1.8 por ciento de las exportaciones de El Salvador.

Sin embargo, entre las exportaciones realizadas a República Dominicana en 2017 se pueden destacar las siguientes:

- Productos farmacéuticos.
- Plástico y sus manufacturas.
- Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre.

- Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón.
- Aluminio y sus manufacturas.
- Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas.
- Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería.
- Azúcares y artículos de confitería.

Durante el período estudiado, la República Dominicana ha mantenido un déficit comercial con El Salvador, el cual ha incrementado con el pasar de los años. Aunque las importaciones que realiza El Salvador desde República Dominicana han incrementado, el volumen de las exportaciones que realiza El Salvador hacia República Dominicana es mayor, por consiguiente, El Salvador presenta un superávit en balanza comercial, frente a República Dominicana. En contraparte, República Dominicana presenta un déficit y en el periodo (2014-2015) ese déficit se redujo únicamente un 1.3% y posteriormente siguió aumentando hasta un 8.2% en el 2017 (Ministerio de Industria, Comercio & Mipymes de la República Dominicana, 2018).

### **Comparativa de complejidad económica entre El Salvador y República Dominicana.**

Tabla 1.  
Comparativa de complejidad económica entre El Salvador y República Dominicana.

Elementos comparativos	El Salvador	República Dominicana
PIB 2021	\$28,7MM	\$94,2MM
Crecimiento del PIB (2009-2019)	41,7 %	62,4 %
Exportaciones 2021	\$137M	\$31,8M
Principal producto en 2021	\$31,3M (Medicamentos envasados)	\$5,71M (Camisetas de punto)
Ranking de complejidad económica para el año 2021	66/131	63/131

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos del Observatorio de Complejidad Económica (<https://oec.world/>).

Se puede apreciar una relativa diferencia entre ambos países porque la economía dominicana tiene casi un 300% la producción interna de El Salvador, pese a ello El Salvador demuestra tener un mayor aprovechamiento de los diferentes tratados y convenios con República Dominicana, por el hecho de que este supera por arriba de un 400% las exportaciones que El Salvador realiza a República Dominicana que las que esta última realiza al país Centroamericano.

**Exportaciones salvadoreñas de productos de cereales a base de maíz registrados en la partida arancelaria 1904.10, en el periodo de estudio de 2018 a 2022.**

Tanto El Salvador como República Dominicana utilizan los mismos códigos arancelarios del Sistema Arancelario Centroamericano (SAC), sistema que parte de la creación del marco institucional de la Integración Regional Centroamericana mejor conocido como Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), creado por los Estados de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, del cual El Salvador es parte desde su constitución en diciembre de 1991 y posteriormente se adhirieron como miembros plenos Belice en el año 2000 y la República Dominicana, a partir de 2013 (Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), 2023)

Es por ello por lo que en la partida arancelaria 1904.10 se clasifican los mismos productos para ambos países, el inconveniente radica que las consultas que se pueden hacer sobre las exportaciones de productos dentro de esta partida son muy ambiguas dado que tanto la Dirección General de Aduana de República Dominicana como Dirección General de Aduanas de Ministerio de Hacienda de El Salvador, únicamente manejan datos a nivel consolidado de subpartida, de esta forma:

1904.10.10 – “Pellets” de harina, de arroz

1904.10.90 – Otros.

Dicho de otra forma, se suman todos los valores de exportaciones o importaciones de los distintos productos, dentro de estas subpartidas y presenta por la suma total de los productos, dando como inconveniente el no reflejar los productos detallados con sus respectivos cifras de exportación e importación, para efectos de esta investigación se logró obtener acceso al registro de las exportaciones clasificadas por productos dentro de estas partidas en la oficina de CIEX El Salvador, así se obtuvo que:

Tabla 2.  
Clasificación de productos por subpartidas del sistema armonizado de la partida 1904.10.

Clasificación de productos por subpartidas del sistema armonizado de la partida 1904.10 y el consolidado de sus exportaciones desde enero de 2018 a diciembre de 2022, en valor FOB US\$	
Clasificación	Exportaciones en Valor FOB US\$
1904.10.10.00	\$1,338,121.68
Cereales para desayuno	\$1,338,121.68
1904.10.90.00	\$993,181,344.68
Avena en granola	\$16,869.08
Avena en hojuelas	\$96,143.96
Boquitas insufladas	\$988,667,660.67
Boquitas saladas no insufladas	\$3,444,445.89
Cereal de hojuelas de maíz	\$17,809.55
Productos a base de cereales	\$938,415.53

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de exportaciones de productos de cereales a base de maíz registrados en CIEX El Salvador - Banco Central de Reserva de El Salvador, período entre año 2018 y 2022.

Como se visualiza en la tabla anterior, existen distintos productos que se clasifican dentro de estas subpartidas, existe la posibilidad que incluso haya otros productos en estas subpartidas, en vista que al momento de realizar la consulta se mencionó que se requerían datos de los productos de cereales a base de maíz dentro de estas subpartidas, basado en que el CIEX no proporciona abiertamente la información si no es solicitada de manera muy específica, y ese fue el parámetro que siguió el personal de la unidad.

**Exportación de cereales a base de maíz obtenidos por insuflado o tostado posteriormente llamados “Cereales para desayuno”, en el periodo de 2018 a 2022.**

Para efectos de este estudio solo se tomarán en cuenta los datos clasificados como “Cereales para desayuno” en la subpartida 1904.10.10, los cuales son derivados del maíz y cumplen con las especificaciones del producto a exportar, se excluye “Cereal de hojuelas de maíz” en vista de que este solo presente dos momentos de exportación el primero dio a lugar en enero del 2018 con una exportación en valor FOB \$6,575.00 hacia Honduras y el segundo en diciembre de 2019 con una exportación en valor FOB de \$11,234.55 hacia Guatemala, la oficina del CIEX El Salvador, no ahondo por qué o detalles del uso de esa subpartida, el resto de cereales obtenidos por insuflado o tostado a base de maíz se clasifican en la subpartida arancelaria 1904.10.10.00 con nombre “Cereales para desayuno”.

Tabla 3.

Exportaciones anuales en valor FOB US\$ para “cereales para desayuno” clasificados en la subpartida 1904.10.10.00.

Exportaciones anuales en valor FOB US\$ para “cereales para desayuno” clasificados en la subpartida 1904.10.10.00						
País	2018	2019	2020	2021	2022	Total general
Estados Unidos		\$3,427.25		\$45,253.80		\$48,681.05
Guatemala	\$194,634.68	\$261,127.77	\$178,592.15	\$296,193.12	\$346,921.04	\$1,277,468.76
Nicaragua			\$11,971.87			\$11,971.87
<b>Total general</b>	<b>\$194,634.68</b>	<b>\$264,555.02</b>	<b>\$190,564.02</b>	<b>\$341,446.92</b>	<b>\$346,921.04</b>	<b>\$1,338,121.68</b>

*Nota:* Elaboración propia con datos obtenidos de exportaciones de productos de cereales a base de maíz registrados en CIEX - Banco Central de Reserva de El Salvador, período entre año 2018 y 2022.

De tal forma que las exportaciones de Cereales para desayuno solo se han realizado hacia tres países del continente americano dejando un saldo total de exportaciones en de este producto en el periodo de 2018 a 2022 de \$1,338,121.68 expresado en valor FOB.



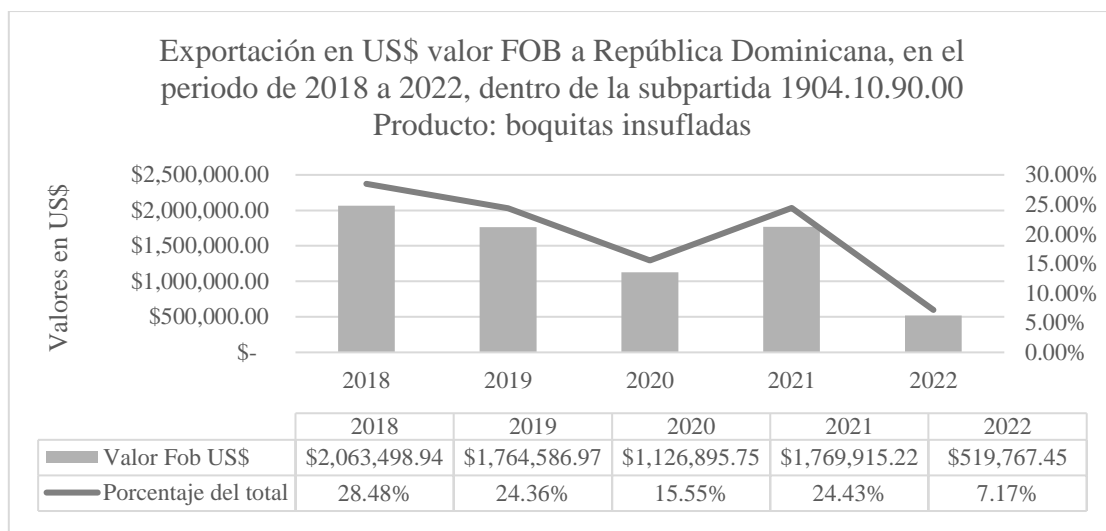
*Figura 1.* Porcentaje de exportaciones totales en el periodo de 2018 al 2022 para “cereales para desayuno” clasificados en la subpartida 1904.10.10.00.

Elaboración propia con datos obtenidos de exportaciones de productos de cereales a base de maíz registrados en CIEX - Banco Central de Reserva de El Salvador, período entre año 2018 y 2022

El 95.47% de las exportaciones del producto “Cereales para desayuno” se realiza hacia el mercado guatemalteco, esto indica que la exportación presenta una tendencia positiva desde 2018, con excepción a los datos registrados del año 2020, donde la exportación tuvo una ligera caída, donde pudo haber incidido en gran medida la pandemia global por covid-19, pero a pesar de ello retoma su tendencia positiva a partir del 2021.

#### **Relación entre El Salvador y República Dominicana a través de la subpartida arancelaria del sistema armonizado 1904.10**

El Salvador ya cuenta con interacción con el mercado dominicano utilizando la subpartida arancelaria del sistema armonizado 1904.10, pero a diferencia de los datos anteriores no fue en la subpartida 1904.10.10.00, por el contrario, esta relación está bajo la subpartida 1904.10.9.000 con el producto clasificado en esta como “Boquitas insufladas”, durante el periodo estudiado de 2018 a 2022, donde el valor FOB total exportado fue de \$7,244,664.33, dando un valor promedio anual estimado de \$1,448,932.87.



*Figura 2.* Exportación a República Dominicana, en el periodo de 2018 a 2022, dentro de la subpartida 1904.10.90.00 - boquitas insufladas.

Elaboración propia con datos obtenidos de exportaciones de productos de cereales a base de maíz registrados en CIEX - Banco Central de Reserva de El Salvador, período entre año 2018 y 2022

Si bien la tendencia ha sido a la baja desde 2018, cabe recalcar que los valores exportados se han mantenido en valores similares a excepción del año 2020, donde el comercio internacional se vio afectado por la pandemia global por covid-19, adicionalmente los datos recibidos por parte de CIEX El Salvador, en cuanto a los cereales para desayuno del año 2022 son de enero a agosto.

### 1.8.2. Conceptual

A lo largo del presente trabajo se utilizarán muchos conceptos de los cuales se presentan de forma clara para que el lector tenga presente estos:

#### **Cereales para desayuno.**

Son productos alimenticios empaquetados que a base de cereales como el trigo, arroz, maíz, avena, quinoa, entre otros, dirigido a niños y adultos, con la finalidad de obtener en menor tiempo una forma balanceada y saludable de alimentación (Guerra Guerra, 2012).

**Cereales insuflados o inflados.**

Se elaboran insuflando aire a presión a pequeños fragmentos de masa creados con harina refinada de diversos granos. Son más ligeros y crujientes que otros cereales, pero contienen menos fibra (Alim Lezcano, 2018).

**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.

**Ventajas de la internacionalización.**

- Aumenta las ventas efectivas: al poner pie en otros mercados, tu empresa podrá aumentar sus ventas tanto en su entorno local como en otros.
- Aprovechar los recursos locales: puede crear un sistema de producción que parte de los recursos locales y así reducir los costos.
- Esto alarga la vida de un negocio o de su producto: por ejemplo, si el mercado local está saturado, se puede optar por llegar a un mercado menos competido. Al final, esto asegura la supervivencia de la empresa a mediano y largo plazo.

**Desventajas de la internacionalización.**

- Puede convertirse en complicado: ya que este proceso no se hace de la noche a la mañana, y tampoco es gratis: tomando en cuenta que los impuestos pueden ser el obstáculo más difícil para la internacionalización, luego se tienen las regulaciones.
- Conlleva obstáculos regionales: las diferencias culturales y de idioma suelen ser los obstáculos para muchos empresarios, que prefieren no arriesgarse cuando el lenguaje y los hábitos no coinciden con los suyos.
- Habrá largas distancias: cuando se comienza un proceso de esta naturaleza, dependemos en gran medida del transporte y de intermediarios para ofrecer un producto en suelo extranjero. Por ello, querer una reducción de los gastos, no es algo que se verá reflejado de inmediato.

**Etapas de la internacionalización de empresas.**

- Etapa de marketing doméstico: una empresa llega al reconocimiento en el mercado local.
- Etapa de exportación: se da cuando la organización decide hacer exportaciones a pequeña escala con sus contactos comerciales.
- Etapa de experimentación: inicia a experimentar alianzas a largo plazo, así como a establecer oficinas con enfoque de venta en otras localidades.
- Etapa de involucramiento: este proceso es de inversión en el extranjero para reducir costes o lograr un beneficio estratégico.
- Etapa de compromiso: el negocio o empresa está constituida en otro país distinto al de origen, de acuerdo con la regulación local y de cooperación entre naciones, para llegar a una actividad comercial a largo plazo.

**Ventajas competitivas:** son aquellos aspectos y características que buscan generar producto o servicios de formas diferentes al resto de la competencia (De la Fuente S. & Muñoz C., 2003).

### **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 (Vargas, 2017).

### **Marketing internacional.**

El marketing internacional puede definirse como: el desempeño de las actividades comerciales diseñadas para planificar, asignar precios, promover y dirigir el flujo de los bienes y servicios de una compañía a los consumidores o usuarios de más de un país con el fin de obtener ganancias. La única diferencia entre las definiciones del marketing doméstico y el marketing internacional es que, en el último caso, las actividades de marketing se realizan en más de un país. Esta diferencia, que parece ser pequeña, en más de un país, explica la complejidad y diversidad que enfrentan las operaciones del marketing internacional (Cateora, Gilly, & Graham, 2014, pág. 9).

Para Czinkota & Ronkainen, (2019) el “marketing Internacional consiste en la actividad, las instituciones y los procesos más allá de las fronteras nacionales que crean, comunican, entregan e intercambian ofertas que tienen valor para los grupos de interés y la sociedad”.

**B2B o Bussines to bussines:** Momento en el cual dos o más empresas se ponen de acuerdo para comercializar entre sí (Martin-Guart & Botey López, 2020).

### **1.8.3. Legal**

#### **Requisitos de registro y certificación en República Dominicana.**

##### **Requisitos Fitosanitarios de Importación.**

Los requisitos fitosanitarios de importación son aquellos que hacen referencia a las medidas específicas impuestas por un país importador a los envíos de productos de origen vegetal que se movilizan hacia el mismo, con la finalidad de mantener el nivel de protección necesaria para evitar el ingreso de plagas al país.

En la República Dominicana, los requisitos fitosanitarios de importación se han establecido para diversos productos y subproductos, procedentes de países con los cuales se mantienen relaciones comerciales.

##### **Requisitos Generales de Importación de Productos de Origen Vegetal.**

- Certificado fitosanitario original del país exportador.
- Permiso de otras dependencias como Departamento de Semillas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Departamento de Promoción Agrícola y Ganadera.
- Las bodegas del barco y/o furgones/contenedores deben estar limpias y desinfectadas antes de colocar la mercancía o envío.
- La mercancía o envío estará sujeta a inspección fitosanitaria al arribo a puerto dominicano.
- Algunos productos o subproductos requieren tratamiento fitosanitario.
- Deben estar libres de plagas y/o tierra/suelo.
- Los embalajes hechos de madera deben cumplir con la NIMF No15-Revisión 2009.

(Ministerio de Agricultura de la República Dominicana, s.f.)

##### **Tratado de Libre Comercio Centroamérica – República Dominicana.**

“Aun cuando la República Dominicana forma parte del CAFTA-RD, el acuerdo comercial bilateral se mantiene vigente y constituye una opción para exportar a dicho mercado, ya que ofrece algunas ventajas para los exportadores salvadoreños, particularmente

relacionadas con las reglas de origen contenidas en dicho Instrumento” (Sistema de Información Comercial – Ministerio de Economía, 2022).

En ese sentido, cabe aclarar que para efectos de exportación entre El Salvador y República Dominicana, el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana define como mercancía originaria a la enteramente obtenida en cualquiera de sus territorios o cuando se incorporen mercancías no originarias deberá existir un grado de transformación (Centroamérica y República Dominicana, 1999). Mientras que para CAFTA-DR define como mercancía originaria aquella que es una mercancía obtenida en su totalidad o producida enteramente en el territorio de una o más de las partes, a partir exclusivamente de materiales originarios (Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana, 2004.). Dicho lo anterior, el tratado de relevancia para este tipo de exportación será el convenido entre Centroamérica y República Dominicana.

#### **Impuestos y aranceles.**

Para el caso de: Productos a base de cereales obtenidos por insuflado o tostado (por ejemplo: hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz) en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto la harina, grañones y sémola), precocidos o preparados de otro modo, no expresados ni comprendidos en otra parte con partida arancelaria para ambos países 1904, el arancel o DAI es cero, este producto tiene libre paso al mercado dominicano.

Así mismo su subpartida: 1904.10 (Sistema de Información Comercial – Ministerio de Economía, s.f.).

## Capítulo 2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.1. Método

Como lo menciona Hurtado León & Toro Garrido (2005), existen diferentes métodos generales de investigación como: la deducción, la inducción, el analítico-sintético y la observación. Ya que estos forman parte de todo tipo de investigación dentro de los diferentes paradigmas, porque son parte fundamental del proceso del pensamiento humano.

El desarrollo del plan de internacionalización es bajo el método deductivo ya que este es un proceso mental o de razonamiento que va de lo universal o general a lo particular. Consiste en partir de una o varias premisas para llegar a una conclusión. Es usado tanto en el proceso cotidiano de conocer como en la investigación científica (Hurtado León & Toro Garrido, 2005).

### 2.2. Enfoque

El enfoque investigativo es de tipo mixto, ya que como afirman Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, (2018), este enfoque entrelaza y mezcla el enfoque cualitativo y cuantitativo de tal forma que suma los anteriores e implica su interacción y potenciación. De tal forma que este enfoque utiliza datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender los problemas en las ciencias. Con el enfoque mixto, la investigación puede ser de carácter exploratorio y descriptivo, lo cual permitirá complementar la investigación así como afirma (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018) que “la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cualitativa ni a la investigación cuantitativa, sino utilizar las fuerzas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales” (p.610).

**Investigación exploratoria:** Se toma este método de investigación, puesto que este se caracteriza por examinar un tema o problema de investigación poco estudiado del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes, y si bien es cierto, se encuentra información sobre los acuerdos comerciales con República Dominicana y algunas investigaciones ya antes realizadas sobre exportaciones realizadas hacia este país, sobre el producto cereal a base de maíz insuflado o tostado, la información que se encuentra es escasa. Para el cumplimiento de la investigación exploratoria se utilizará todas las fuentes proporcionadas para esta investigación y demás encontrada en el transcurso de esta, las cuales nos ayudarán a llevar a cabo el desarrollo del trabajo realizando una búsqueda exhaustiva para encontrar toda la información necesaria.

**Investigación descriptiva:** se utilizó para definir las características, actitudes, hábitos del objeto de estudio de cada mercado. En esta etapa se usa tanto la investigación en entrevistas como la investigación documental, este método de investigación descriptiva se llevó a cabo con las características del mercado al cual los cereales para desayuno serán exportados, tal es el caso de Santo Domingo en República Dominicana, desarrollando el perfil de este país lo que ayudará a conocer cuáles será el impacto que este producto podría tener en el mercado.

### 2.3. Técnicas de investigación e instrumentos de investigación

Para recolectar la información, procesarla, organizarla y posteriormente presentarla, teniendo en cuenta el logro de los objetivos de la investigación se utilizó de acuerdo con las siguientes técnicas e instrumentos.

Tabla 4.  
Técnicas e instrumentos.

Técnica	Instrumento	Finalidad	Acciones
Entrevista	Guía de entrevista	Recopilar información importante que ayudará a conocer sobre la producción y exportación del producto.	Este instrumento se aplicará a agentes logísticos, representantes de República Dominicana en El Salvador y Empresa del ramo de producción de cereales para el desayuno en el país, cuyo contenido se determinará por preguntas abiertas respecto a los diferentes aportes que estos pueden realizar al tema de investigación.
Análisis estadísticos	Guía de análisis estadísticos	Obtener la información como estadísticas de exportaciones del producto al mercado destino.	En este instrumento se recopilará información de entidades gubernamentales del país exportador, así como del país destino.
Análisis documental	Guía de análisis documental	Obtener la información como la documentación necesaria para exportar a República Dominicana, tendencia de consumidor, restricciones, entre otros.	En este instrumento se recopilará información de libros, revistas, informes, documentos, entre otros. Se utilizarán sitios web.

*Nota:* A través de estas técnicas e instrumentos se podrá recabar información importante para efectos de esta investigación, Tabla de elaboración propia.

### 2.4. Fuentes

Uno de los aspectos más importantes en el desarrollo de una investigación de estas características es la selección de fuentes de la información, puesto que para el desarrollo de un

plan de internacionalización como este se deberá contener con fuentes de información fiables para la toma de decisiones cruciales cuando el proceso se lleva a cabo, los autores Miranda Soberón & Acosta E. definen las fuentes de información como: “Son todos aquellos medios de los cuales procede la información, que satisfacen las necesidades de conocimiento de una situación o problema presentado y, que posteriormente será utilizado para lograr los objetivos esperados” (Miranda Soberón & Acosta E., 2008), así mismo hablan de las fuentes primarias y secundarias las cuales parafraseando se puede afirmar que:

**Fuentes primarias:** son aquellas obtenidas a través de un instrumento de investigación aplicado a una población o muestra de las mismas, además es información que nunca ha sido publicada, filtrada, interpretada o evaluada por nadie más (Miranda Soberón & Acosta E., 2008).

**Fuentes secundarias:** aquellas cuyo contenido está basado en datos preelaborados, provenientes de recopilaciones estadísticas, medios de comunicación, fuentes privadas como entes gubernamentales y fuentes privadas como personas o entes no gubernamentales, y estas serán utilizadas cuando contesten a si la información brindada es: pertinente, obsoleta, fidedigna y confiable (Miranda Soberón & Acosta E., 2008).

Para efectos de esta investigación, las fuentes primarias fueron plasmadas en el numeral 2.5. Unidad de investigación, las demás son fuentes secundarias donde se obtendrán datos relacionados con la investigación y su temática, en la siguiente tabla se provee una vista de las principales fuentes secundarias:

Tabla 5.  
Fuentes secundarias de la investigación.

Fuentes	Lugar	Descripción
Centros internacionales de estudio económicos	Export Potential Map	Se verificó el índice de exportación e importación para ambos países y definir el potencial de exportación del país a exportar.
	Trade Map Org	Datos sobre la partida arancelaria con respecto a las exportaciones e importaciones.
	Observatorio de Complejidad Económica	Estudios sobre parámetros y estadísticas de los países en su relación con el exterior.
	Aduanas de El Salvador (DGA – Ministerio de Hacienda)	Se solicitó la aclaración de los productos que son incluidos en la partida arancelaria 1904.10 y datos de exportación de los cuales se negaron a brindar detalle de los productos clasificados en dicha subpartida así como en los incisos arancelarios que la componen 1904.10.10.00 y 1904.10.90.00 respectivamente
	Banco Central de Reserva de El Salvador.	Estadísticas de comercio exterior de los años 2018 a 2022.
Entidades gubernamentales de El Salvador	Ministerio de Economía	Asesoría para indagar sobre los productos agregados en las subpartidas e información de proveedores de cereales para el desayuno en El Salvador
	Centro de Trámites de Importaciones y Exportaciones (CIEX – BCR)	Estadísticas de exportaciones segregadas por productos en el periodo de 2018 a 2022. Productos incluidos en las subpartidas 19041010 y 19041090
	Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA)	Indagación de proveedores de cereales para el desayuno en El Salvador, a lo cual se niegan a brindar esa información específicamente por ser de carácter privado.
	Actualmente llamado (2023): Invest In El Salvador	Dentro del Directorio de Nacional de Empresas Exportadoras se obtuvo el dato del único proveedor en El Salvador de cereales para el desayuno: Productos Alimenticios Bocadeli, S.A. de C.V.
Entidades gubernamentales	Banco Central de República Dominicana	Reportes de la actividad y estadísticas del sector externo economía de su país.

de República Dominicana	Dirección General de Aduanas de República Dominicana – DGA-DO	Estadísticas de importaciones de los años 2018 a 2022. Específicamente de los productos incluidos en las subpartidas 19041010 y 19041090
	Ministerio de Hacienda, Trabajo, Salud, Economía	Generalidades que pueden impactar en los datos investigados para el desarrollo del plan
	Oficina Nacional de Estadísticas (ONE)	Estadísticas de diferentes dimensiones del país
Tratados de libre comercio entre El Salvador y República Dominicana.	Tratado De Libre Comercio Entre Centroamérica Y República Dominicana.	Tratado comercial de mayor antigüedad entre los países y que aún está vigente.
	Tratado De Libre Comercio Centroamérica Estados Unidos CAFTA-DR.	Tratado comercial más reciente entre los países y que está vigente.

*Nota:* Elaboración propia, basados en las fuentes secundarias necesarias para el desarrollo del presente trabajo.

## 2.5. Unidad de investigación

Siendo las unidades de investigación las fuentes primarias para el desarrollo del plan de internacionalización se tomarán en cuenta las siguientes unidades de investigación:

**Productos Alimenticios Bocadeli, S.A. de C.V.:** esta empresa se dedica a fabricar y distribuir productos comestibles como: snacks, galletas y cereales. Resaltando su calidad en los insumos para la fabricación de sus productos y sus precios competitivos en el mercado nacional, adicionalmente son los únicos que producen cereales en el país.

**Embajada de República Dominicana:** teniendo en cuenta que el mercado meta es la provincia de Santo Domingo en dicho país, y una incursión para investigar el mercado y sus hábitos de consumo es nula, se optó por acercarse a la embajada para obtener información de primera mano bajo el modelo de entrevista para tener una perspectiva más clara del mercado dominicano y su consumo de cereales para el desayuno. Ver Cuestionario de entrevista en: Anexo 1.

**Operador logístico:** Transportes y Logística SA de CV. A través de la Gerente de Operaciones Externas de Aduana, la cual habla de los procesos de comercio exterior, documentaciones importantes, aspectos a considerar para los empresarios o productores salvadoreños interesados en internacionalizar, así como recomendaciones. Ver Cuestionario de entrevista en: Anexo 2.

**Dirección General de Aduanas de El Salvador:** a través de asistente técnico administrativo y de operaciones, sobre documentación real y asesoramiento del cumplimiento con las normativas documentales para los procesos de internacionalización.

**Posibles candidatos a ser clientes o distribuidores del producto:** para el proceso de exportación e internacionalización del producto se contempla la opción de optar por distribuidores, siendo este el acceso al mercado con mejores rendimientos al tratarse de cereales para desayuno, el cual es un producto de consumo masivo el cual en la mayoría de casos tanto en El Salvador como en República Dominicana se encuentra en la mayoría de comercios, así también para el mercado en la provincia de Santo Domingo.

## **2.6. Determinación de población y muestra**

### **Población:**

*"Población o universo:* Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones." (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018, pág. 199).

Para efectos de la investigación, se determina la población como todos aquellos productores salvadoreños de cereales a base de maíz insuflados o tostados, denominados para efectos de exportaciones "cereales para el desayuno", a su vez también se incluyen los distribuidores de alimentos de consumo masivo en la región de Santo Domingo, República Dominicana, y en vista de las limitantes para estudiar el mercado dominicano directamente también se incluyó a la Embajada de República Dominicana en El Salvador.

**Muestra:**

Muestra: Subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta, si se desean generalizar los resultados (Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018, pág. 196).

Al momento de elegir una muestra hay dos clases de muestras, la primera es la muestra probabilística en la cual los elementos de esta tienen la misma oportunidad o probabilidad de ser elegidos, esta sería la clase de muestra más idónea para un tipo de investigación más amplio como estudiar un segmento de la población de determinada región, en segundo lugar se encuentra la clase de muestra no probabilística o dirigida, en la que los elementos se eligen de acuerdo a las características o propiedades de la investigación, es decir; no dependen de una probabilidad, más bien dependen de las decisiones de los investigadores y los propósitos que estos tengan para desarrollar la investigación.

Dicho lo anterior, para efectos de este trabajo se usó el tipo de muestreo no probabilístico, y las unidades de muestras son todas los productores salvadoreños de cereales a base de maíz insuflados o tostados, denominados para efectos de exportaciones “cereales para el desayuno”, a través de diferentes medios como los son instituciones gubernamentales como: CIEX El Salvador y PROESA esta última quien durante el desarrollo de este trabajo está en la transición de reestructurarse para el nombre de Invest In, así se logró determinar que en El Salvador solo existe una empresa que se dedica a elaborar y comercializar este tipo de producto, la primera muestra debe ser: **Productos Alimenticios Bocadeli, S.A. de C.V**; para poder estudiar hábitos de consumo en el país destino de la exportación se abocó a la **Embajada de República Dominicana** en El Salvador y así, obtener datos de primera mano, en vista de las limitantes en ir al país destino, **Operadores logísticos** disponibles para profundizar sobre los procesos de comercio exterior, documentaciones, y recomendaciones, **Dirección General de Aduanas de El Salvador**: apoyo en el tema de documentación real y asesoramiento del

cumplimiento con las normativas documentales para los procesos de internacionalización, por último **distribuidores y o importadores** de productos de consumo masivo en la provincia de Santo Domingo.

## **2.7. Diagnósticos de internacionalización**

La finalidad de los diagnósticos a continuación es tener una idea sobre: el producto, la empresa y o mercado destino, de forma individual o por sector comercial.

### **2.7.1. Análisis de barreras y miedos**

#### **Análisis de barreras y miedos, primera parte - Grado de importancia.**

Ver matriz en: Anexo 3.

Detalle por grado de Importancia:

**Algo:** Los cereales, por ser un producto frágil, necesita que su empaque y transporte se maneje con mucha rigurosidad para no tener daños en él. Debe de ser transportado en contenedores que posean protecciones laterales, esta medida contribuirá a evitar daños de los empaques de los alimentos.

**Media:** Una de las principales causas es no contar con agentes o representantes en el exterior, se tendría deficiencia al manejar al mercado en cuestión, ya que ellos se encargan de esto y de poseer cartera de clientes y esto limitaría el agilizar los procesos, puesto que los agentes poseen conocimientos y experiencia para realizar cualquier trámite de forma rápida y oportuna, así como las homologaciones precisas del producto, es una desventaja

**Muy Alta:** Al obtener información sobre exportaciones de cereales hacia República Dominicana es muy complicado y para obtener información de empresas reales o el mercado en sí porque al menos en El Salvador resulta complejo encontrar productos producidos internamente, al investigar en los principales supermercados, se encuentra que todos estos productos son importados, hay que pagar para poder obtenerla y no se encuentra en sitios web

de forma gratuita. Lo cual podría causar muchos inconvenientes para poder ingresar de forma certera al mercado.

### **Análisis de barreras y miedos, segunda parte – Origen y Momento**

Ver matriz en: Anexo 4.

Análisis Barreras indicadas por Origen y Momento.

**Mercado:** *Falta de información, La documentación es muy compleja.*

Estas dificultades se nos presentan en el sector del mercado debido a dificultad que conlleva este mercado con respecto a la información obtenible.

**Interna empresa:** *Falta de apoyos, esta no cuenta con agentes/representantes.*

Tener falta de apoyo y representantes en el extranjero es una enorme desventaja para nosotros como exportadores para poder consolidarnos en el mercado y es considerada como un factor que depende de la empresa poder mejorar.

**Financiera:** *Es muy costoso, Conocer el mercado exterior es caro*

Obtener información del mercado es muy costoso y complejo, pero esta es una barrera que solo permanecerá al momento de iniciar nuestro proceso de exportación.

**Producto:** *No tenemos ventajas competitivas, No tenemos las homologaciones precisas, Nuestro producto no soporta el "transporte", No somos competitivos en el exterior.*

Estos cuatro factores son considerados como barreras que se originan en el producto y que afectarían de manera general en la ventaja competitiva, ya sea interna y externa. La primera afecta en la gestión óptima del producto, pues ofrecer menores precios por la misma calidad te posiciona por encima de nuestros competidores. La segunda se refiere a las características que destacan entre los consumidores, por ejemplo, el precio del producto, como se menciona antes, o la mejor calidad.

### **Momento inicial (Miedos):**

- Falta de información.

- Falta de apoyos.
- Es muy costoso.
- No tenemos agentes/representantes.
- La documentación es muy compleja.
- No somos competitivos en el exterior.

Estos factores se consideran como barreras solo al momento inicial de la exportación, debido a que estando ya consolidados en el mercado desaparecerían.

**Permanente (Barrera):**

- No tenemos ventajas competitivas.
- No tenemos las homologaciones precisas.
- Nuestro producto no soporta el "transporte".
- Conocer el mercado exterior es caro.

Es de considerar que estos factores se mantendrán siempre en el proceso, ya que de no saber manejarlos oportunamente seguirán generando conflicto y en algunos casos ir disminuyendo poco a poco el obstáculo, como, por ejemplo, no conocer en mercado en el exterior, es un aspecto que se mantendrá hasta que se intervenga directamente en este.

**2.7.2. Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP)**

Los resultados obtenidos fueron detallados en la matriz de Diagnóstico de Adaptación de Productos – primera parte: Ver matriz en: Anexo 5.

Los criterios utilizados para el Diagnóstico de Adaptación de Productos – primera parte, fueron bajo los supuestos siguientes:

**Oferta Básica.**

**Producto Básico:** Elementos trabajados a nivel local muy trabajados, pues el producto cumple con su función de ser un cereal para desayuno a base de maíz similar al resto del producto en el mercado, es de poca importancia para el mercado destino ya

que este alimento no se encuentra dentro de los productos más consumidos en República Dominicana.

**Especificaciones Técnicas del Producto:** a nivel local ampliamente trabajados pues este producto cuenta con el detalle de sus ingredientes, así como sus valores nutricionales por porción en cada empaque y los cuales tienen poca importancia para el mercado pues es un producto cuyo grupo de interés son consumidores de bajo nivel adquisitivo o los que desean suplir a una opción diferente como alimento para el desayuno.

**Tabla nutricional:** Muy bien desarrollada y plasmada en el empaque, para el mercado relativo interés en ello pero no determinante en el proceso de compra.

**Ingredientes:** a nivel local se pondera con valor intermedio puesto que existen otros en el mercado que brindan cualidades o ingredientes de superior valor nutricional,

**Tamaño:** el tamaño actual es preocupante ya que en el mercado nacional la presentación que se maneja es de bolsa de 13 G y en el mercado destino los más vendidos las presentaciones se sitúan arriba de los 200 G.

#### **Añadida.**

**Empaque:** es de valores intermedio para ambos sentidos pues en el mercado de cereales para el desayuno la mayoría están en el mismo material, por ende no es tan relevante.

**Embalajes:** muy trabajados cumplen con las especificaciones para el traslado y almacenamiento del cereal y en el mercado destino no es importante.

**Diseño:** el diseño actual es preocupante pues este es convencional y no resalta entre el resto de los productos de la competencia, aun así, sigue siendo irrelevante para el Marca mercado destino.

**Marca:** la marca ya ha trabajado fuertemente en su presencia de marca pese a ello en el mercado local no es tan popular, al mercado esto no parece ser de mucho interés.

**Soporte.**

**Tiempo de Entrega:** se cuenta ya con cadenas de distribución en el mercado local pese a ello no hay mucha presencia del producto en supermercados y minimercados.

**Seguimiento:** en el mercado local solo se encuentra presencia de marca a través de redes sociales como Instagram y esta es la forma en la que comparte tips del producto con el público en general.

**Servicio al cliente:** muy trabajado y poco importante esto debido a que en cada empaque del producto se encuentra los centros de contacto para servicio al cliente como número de teléfono, sitio web y redes sociales.

Evaluación de general del Diagnóstico de Adaptación de Productos – segunda parte:  
Ver matriz en: Anexo 6.

Según la evaluación anterior, los puntos a destacar que necesitan ser verificados con prioridad son:

**Oferta Básica – Tamaño:** para ello es conveniente cambiar la presentación a un tamaño más adecuado al mercado destino para de esta forma ser tomado en cuenta por los consumidores finales, bajo el método, comparación de tamaños, ya que al menos con el producto que circula en el mercado y de origen salvadoreño, su presentación actual es de 13 gramos.

**Oferta Añadida – Empaque y Diseño:** Siendo necesario cambiar el tamaño de la presentación del producto, existe una relación directamente proporcional con el cambio del empaque y diseño, pudiendo ser que o se adapta el diseño existente al nuevo tamaño, o se toma como oportunidad de mejora, pudiendo implementar nuevo diseño.

**Oferta de Soporte – Tiempo de entrega:** Al ser el mercado destino, la República Dominicana, isla ubicada en el mar caribe, para un producto exportado desde El Salvador, el tiempo de entrega, puede llegar a ser un compromiso muy grande, ya que se debe tomar en cuenta factores climatológicos, así también las distancias terrestres y marítimas que existen para que el producto pueda llegar a su destino.

### **2.7.3. Factores de potencial de exportación**

Ver Matriz posibilidad exportación producto en Anexo 7.

Análisis de Factores de potencial de exportación.

#### **Evaluación Alta**

**Potencial de rentabilidad:** Si se requiere que la internacionalización del producto tenga un camino estable, tiene que evaluar con certeza, tener un margen comercial adecuado, de lo contrario, si no es capaz de general rentabilidad, conducirá al fracaso.

**Capacidad de movilidad:** Los cereales por su fragilidad presentan grandes dificultades para su logística y esto podría incurrir en un alza de costos y muy probablemente tiempo. Pero esto no sería impedimento para ser almacenado, transportado y entregado en condiciones de consumo al cliente.

**Adaptabilidad técnica:** La adaptabilidad técnica es importante para nuestro plan al momento de exportar nuestro producto, ya que así aseguran que estos cumplen con la demanda cultural y legislativa del país al que se dirigen. Hay factores que influyen en mayor medida en la adaptabilidad, entre los cuales están los aspectos culturales, el desarrollo de los mercados, la competencia y la legislación.

#### **Evaluación Media.**

**Capacidad productiva:** Puesto que no se trabajará con una empresa como tal.

**Capacidad de comercialización:** Los cereales pueden tener una demanda suficiente y razonable en poco tiempo y se puede descubrir nuevos canales de distribución para que el producto pueda llegar de forma adecuada al cliente potencial.

## **2.8. Conclusiones del diagnóstico de la situación**

La principal dificultad que se puede presentar en el plan de internacionalización es la poca información sobre exportaciones del producto, hacia República Dominicana, y el poco conocimiento de empresas que se dediquen a ello. Seguido del elevando costo que implica poder obtener información del mercado de destino. Lo más difícil de migrar hacia nuevos mercados no es salir del mercado actual, sino entrar a uno nuevo.

El Salvador tiene participación en exportación hacia República Dominicana en productos a base de cereales, con la fracción 1904.10, la cual incluye todo tipo de cereales, claro que la partida engloba distintos productos a este, conocidos popularmente en El Salvador por el nombre de su marca “Corn Flakes”, barras nutritivas, boquitas, entre otras, teniendo como resultado la dificultad de poca información de empresas proveedora.

### Capítulo 3. DESARROLLO DE PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

#### 3.1. Decisiones de mercado

##### 3.1.1. Estudio de mercado

###### i. Comportamiento del consumidor

Una de las etapas de gran importancia para la creación de un plan de internacionalización, es definir el comportamiento del consumidor. El comportamiento del consumidor comprende las conductas de las personas y como 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 el caso de República Dominicana, específicamente en la provincia de Santo Domingo, en vista de la imposibilidad de ir e investigar directamente el mercado de la región, se optó por solicitar información primaria a la embajada de República Dominicana en El Salvador, y utilizar fuentes secundarias para establecer un marco de referencia sobre el comportamiento de consumo en dicha región sobre el producto a internacionalizar.

Tabla 6.  
Estudio de mercado - Comportamiento del consumidor.

Estudio de mercado - Comportamiento del consumidor		
Factores demográficos	Números de hogares	Para el año 2021 se estimaban 934,459 hogares en la provincia de Santo Domingo, contemplando los hogares, unipersonal, nucleares, extendidos y compuestos. A nivel nacional el 37.6% de los hogares está liderado por mujeres.
	Ingreso	Según los datos del ENGIH-2018 del Banco Central de República Dominicana, los ingresos corrientes mensual promedio de los hogares de Santo Domingo es de 53,933 pesos dominicanos, en dólares estadounidenses

	serían: 950.72, El 80.8% es obtenido por ingreso laboral.
Gasto	Así mismo los gastos mensuales promedios son: RD\$ 45,250 que en dólares es: \$ 796.65, un 17.3% de estos es destinado al consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas.
Ahorro	dejando un ahorro corriente mensual promedio de RD\$ 8,683 en dólares \$ 153.06.
Formas de pago	Un 95.7% de los dominicanos prefiere pagar con efectivo, el 2.95% con tarjetas de crédito, débito o transferencia bancaria y 1.3% fiado o al crédito.
Población y edades	En Santo Domingo según las estimaciones y Proyecciones Nacionales de población 1950-2100, 2014. Oficina Nacional de Estadística (ONE), para el año 2022 había 3,004,509 habitantes de ambos sexos y todas las edades. Y para el año 2023 3,054,470 habitantes. Con una población joven donde la mayor parte está entre los 0 a 34 años.
Lugar de compra	Según la ENGIH-2018, la población de República Dominicana, un 67.9% compra insumos para sus alimentos en colmados, tiendas de conveniencia, o mercados populares, y un 16.6% lo hace en supermercados o hipermercados (los anteriores son conocidos como autoservicios o canales minoristas).
Número de veces que compra	1 o 2 veces por semana.
Psicográficos	Los dominicanos en su mayoría a la hora del desayuno prefieren consumir alimentos en base de carbohidratos, esto por su alta influencia de la gastronomía africana, europea y americana, algunos alimentos más frecuentes son: Mangú de plátano encebollado, con queso frito, a la plancha o fresco, salami y/o jamón frito o la plancha y huevos fritos, revueltos o salcochados y para bebida puede ser un chocolate, un jugo de frutas o un café, también pan con chocolate o café, así como frituras y frutas.
Tendencias	Los gustos de los dominicanos es una mezcla por lo “criollo” como por los productos alimenticios “americanizados”.

	<p>Perciben mayor calidad en los productos exhibidos en góndolas de supermercados que en los colmados, tiendas de conveniencia, o mercados populares</p> <p>Para el año 2010 el 50% del intercambio comercial se situaba en Santo Domingo.</p>
Actividades	<p>El estudio: Relación entre los niveles de sedentarismo y las barreras percibidas para la práctica de la actividad física en estudiantes universitarios, el cual fue aplicado a estudiantes de edades entre 18 y 30 años, demostró que los niveles de actividad física de estos son bajos-moderados, dando un indicador de sedentarismo en la población dominicana.</p>
Productos que más compra	<p>Según los datos de Boletín Estadístico del Sector Agropecuario de la República Dominicana, 2018. En cuanto a alimentos, los más consumidos en la región son, arroz, maíz, sorgo, coco seco, maní y frijoles, es destacable que la participación de la producción nacional para los primeros dos productos es de un 99% y un 3% respectivamente.</p>
Fuentes consultadas	<p>(Revista Forbes Centroamérica, 2020)          (Oficina Nacional de Estadísticas de República Dominicana, 2018-2020)          (Banco Central de República Dominicana, 2020)          (Bonifacio, 2020)          (Prada Rozo &amp; Cuevas Gómez, 2022)          (Ministerio de Agricultura de República Dominicana, 2019)</p>

*Nota:* Tabla de elaboración propia, formato provisto en curso de especialización en internacionalización de productos.

Con los datos presentados en la tabla anterior se puede tener una clara vista del tipo de consumidor que se encuentra en la región de Santo Domingo, República Dominicana, y es que este es un muy similar al resto de consumidores en las diferentes regiones de Latinoamérica con una particularidad, y esta es que se asemeja demasiado al perfil consumidor de los salvadoreños, en ese sentido los comportamientos de consumo al ser tan similares la adaptación de productos salvadoreños al mercado dominicano no representaría mayor relevancia, ya que comparten similitudes en cuanto al consumo así como, el idioma y parte de la cultura.

## ii. Perfil comercial

Con el perfil comercial en los estudios de mercado, se indaga sobre ciertas características que definen criterios específicos de interés al momento de seleccionar un mercado para el producto a internacionalizar, Estas características pueden ser tanto internas como externas y serán de vital importancia para identificar las fortalezas y debilidades de la empresa ante el mercado seleccionado.

Tabla 7.  
Estudio de mercado – Perfil Comercial.

Estudio de mercado - Perfil Comercial	
	Para el año de 2022 la población de Santo Domingo era de 3,004,509 habitantes de todas las edades y se estimaba que para 2023 sería de 3,054,470 habitantes.
Tamaño	Según la Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples 2022, de la población de 10 años en adelante (2,335,167) solo el 64.8% se considera Población Económicamente Activa, dando como resultado 1,513,188 habitantes de PEA, y de estos el 60.6% es parte de la Población Ocupada, igual a 916,992 habitantes de Santo Domingo que forman parte de la PO.
Mercado a nivel sector y a nivel producto	Tendencia Los dominicanos prefieren desayunar alimentos altos en carbohidratos y de preparación propia, pero esto no deja de lado la ingesta de cereales para el desayuno, si bien estos no tienen el mismo peso, aún forman parte de su alimentación habitual.
	Clientes Para definir el cliente se partirá de estratificar a los consumidores que tienen ingresos corrientes y son mayores de 18 años hasta los 69 años, de los cuales, las estimaciones del 2022 eran alrededor de 1,900,000 habitantes.
	Consumidores En cuanto a consumidores, serían todos aquellos entre las edades de 10 a 69 años, porque todos estos pueden ser candidatos a consumir cereales para el desayuno, exceptuando a aquellos que por contraindicaciones médicas no puedan hacerlo. Al considerar las edades de 10 a 69 años, que pueden comprar o incidir en la compra de Cereales para el desayuno, se obtiene que en el año 2022 eran 2,335,167

	habitantes, de los cuales un 51% son mujeres y el 49% hombres.
Precios	El precio de los cereales en los supermercados de República Dominicana es relativamente más alto que los precios en El Salvador, un indicador de estudio será una caja de cereal de 300 gramos de la marca Corn Flakes de Kellogg's en RD tiene el precio de RD\$ 224.95 en Supermercados Nacional, convirtiendo este precio a dólar estadounidense, sería \$3.95 y en Super Selectos en El Salvador el mismo producto con las mismas características su precio es \$2.75 o RD\$ 156.61. En promedio el precio para los cereales en dominicana se encuentra en un 30.4% con respecto al mismo cereal en El Salvador.
Productos	Validando la información en algunos sitios en la web de supermercados de República Dominicana, la mayoría de los cereales para el desayuno son de marcas de origen internacional, con la excepción de algunas de estas que son internacionales, pero poseen sus plantas de fabricación en dominicana, así como en El Salvador, y las similitudes son casi exactas a diferencia de un pequeño porcentaje de marcas que en El Salvador no se encuentran.
Medios de publicidad	Según la Encuesta Nacional de Actividad Económica 2020 realizada por Oficina Nacional de Estadística (ONE) de la República Dominicana, en de enero a septiembre de 2020, las empresas del sector comercio utilizaron en un 81.9% Instagram, 72.2% Facebook, un 37.5% página web y en cuarto lugar con un 14.4% Radio/Televisión.
Principales competidores	All Inklusive, Bruggen, Del Día, El Rey, EnviroKidz, Food Club, Gran Día, Kellogg's, Líder, Nestlé, Pops, Post, Vivo Line.
Competidores	Ventajas competitivas
	En vista que el mercado de cereales dominicano se homologa al salvadoreño en cuanto a costumbres y hábitos de consumo, idioma, similitudes de variables económicas, los principales competidores y presentaciones son muy similares a los que hay en el mercado salvadoreño y que los precios son más altos que los del mercado salvadoreño, esto puede convertirse en una ventaja competitiva, en cuanto a poder producir cereales de buena calidad con costos bajos, crear relaciones comerciales que permitan el ingreso al mercado dominicano y poder otorgar un alto margen de ganancias para los productos salvadoreños
Fuentes de consulta	(Comisión Interamericana de los Derechos Humanos - OEA, 1999) (Oficina Nacional de Estadísticas de República Dominicana, 2018-2020)

(Banco Central de República Dominicana, 2020)  
(Supermercados Nacional República Dominicana, 2023)  
(Super Selectos EL Salvador, 2023)  
(Ministerio de Agricultura de República Dominicana, 2019)

---

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

En el perfil comercial se puede apreciar un buen porcentaje de mercado al cual se puede llegar si se incursiona con el producto de cereales para el desayuno en este; sin embargo, hay detalles muy claros que representan retos o barreras para la empresa o productor interesado, y es que en el mercado destino los competidores están muy bien posicionados con una amplia variedad de marcas de este producto, las mismas que son en su mayoría representativas en el mercado salvadoreño, a su vez, existe un indicio de poder generar una estrategia de precios que permita llegar a posicionarse en el mercado dominicano con el producto de origen salvadoreño.

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

La estrategia que la empresa decide elegir y usar, para localizar y seleccionar el o los canales de acceso al mercado dominicano, son de suma relevancia en las decisiones futuras de este proceso, puesto que en el recae en gran medida la responsabilidad del rendimiento en el corto, mediano y largo plazo del negocio o producto y la estabilidad de este en el mercado destino.

Existen muchos tipos de entrada a mercados internacionales y dependerá de varios factores la elección de la más adecuada, uno de los principales factores es el tipo de mercado destino. Con base en las cátedras del curso de especialización en internacionalización de productos, 2023, del Mae. Log. Alcides Darío Alfaro, y para efectos del desarrollo de este plan de internacionalización se consideró tomar en cuenta la exportación indirecta, sin embargo se debe de analizar las definiciones de ambos tipos de exportación:

**¿Qué es la exportación indirecta?** En este método la empresa no asume directamente la responsabilidad de las actividades exportadoras y, en su lugar, otra empresa nacional, como una casa de exportaciones o una compañía comercial, desempeña estas actividades, frecuentemente sin la participación de la empresa fabricante en las actividades de venta de sus productos en el extranjero, entre estos se encuentran: Bróker, Agente de compras de exportaciones, Casa de exportación, Trading Company, Piggyback (Cantón González, 2020).

Teniendo en cuenta las características del producto y los elementos de la exportación directa e indirecta, se estableció lo siguiente: que el método de exportación indirecta queda descalificado para los propósitos de un plan de internacionalización, pues no garantiza la internacionalización como tal, en otras palabras, la permanencia a largo plazo en el mercado destino y que el método de exportación directa se adecua al producto a internacionalizar.

**Exportación directa:** se origina en el momento que la empresa asume la responsabilidad de las actividades exportadoras y tiene contacto directo con el primer intermediario en el mercado extranjero objetivo (Cantón González, 2020), Algunos de estos tipos son: Agentes (o comisionista), Distribuidores / importadores, Sucursales, Licencias/ franquicias, Joint venture o Filiales.

Dicho lo anterior se ha optado por emplear la herramienta “Análisis de selección de canal de internacionalización” y determinar el más adecuado para la empresa (Alfaro Alfaro, 2023), el cual establece y pondera criterios sobre tres dimensiones importantes:

- **Empresa:** factores que dependen de la forma de ser la empresa y de su apuesta económica por el mercado. Esta dimensión no será evaluada para efectos de este trabajo, ya que dicho trabajo se enfoca a nivel de sector, y adicionalmente por indicación del coordinador del curso internacionalización de productos.
- **Mercado:** características del mercado específico destino que se está analizando.
- **Producto:** características específicas del producto y del sector de actividades.

Donde se analizarán los diferentes criterios de cada dimensión en la herramienta con tres tipos de tipificaciones: **Alta**: cuando los cuestionamientos sean contestados de forma positiva, **Baja**: cuando los cuestionamientos sean contestados de forma negativa o **No Procede**: cuando el criterio y en consecuencia los cuestionamientos no apliquen al producto, empresa o sector evaluado.

### **Aplicación del método de evaluación por criterios para el acceso al mercado.**

Según las indicaciones anteriores se evaluó los criterios y cuestionamientos a nivel de mercado y de producto los resultados fueron los siguientes: Ver Hoja de evaluación de criterios para el acceso al mercado, en el Anexo 8.

Las ponderaciones se encuentran en la matriz de ponderaciones a evaluación de criterios para el acceso al mercado, en el Anexo 9.

Según el análisis anterior, los resultados son los siguientes:

Tabla 8.  
Resultados sobresalientes de la selección de canal de internacionalización.

Resultados sobresalientes de la selección de canal de internacionalización		
Nivel de Relevancia	Canal a elegir:	Puntaje obtenido
Opción 1	Distribuidores / Importadores	21
Opción 2	Joint Venture	15
Opción 3	Licencias / Franquicias	13

*Nota:* Tabla de elaboración propia, del resultado obtenido en la herramienta Análisis de selección de canal de internacionalización.

### **Verificando la validez de los medios de ingreso al mercado dominicano:**

Para PROESA (2013), en los procesos de exportación al mercado dominicano para los exportadores de El Salvador era preferible ubicar distribuidores mayoristas con la solidez necesaria, las relaciones comerciales y las capacidades logísticas, para cubrir la demanda en dicho mercado, adicionalmente para exportadores con capacidades limitadas de producción

estos deben limitarse a la cadena minorista en un nicho específico, sí, por el contrario, la capacidad productiva es grande es preferible con distribuidores porque estos se encargaran de abastecer a los minoristas. Mismos argumentos que los expresados por (Oficina Comercial de Chile en República Dominicana - ProChile, 2013)

Para el caso de cereales para el desayuno, basándose en el único producto hecho en El Salvador: “Super Flakes” de la marca “Nutriva” propiedad de Productos Alimenticios Bocadeli, S.A. de C.V., asumiendo que esta empresa es la interesada en la internacionalización de producto en el mercado dominicano las mejores rutas calificadas serían:

En primer lugar: **Distribuidores / Importadores**, este permitirá a la empresa tener cooperación de expertos que conocen de primera instancia el comportamiento del mercado destino y además los procesos y canales de venta adecuados para estos productos en el mercado dominicano sin incurrir en excesivos costes para el vendedor.

Y en segundo lugar, **Joint Venture** buscar un aliado estratégico para la introducción al mercado dominicano, el cual comparta la responsabilidad y de esta forma poder tener mayor margen de maniobra, así como aliados estratégicos en la incursión a nuevos mercados.

En tercer lugar, la opción sería **Licencias / Franquicias**, esta última podría no ser la adecuada para el tipo de producto ni para el proceso que se requiere, ya que el plan es internacionalizar un producto hecho en El Salvador.

Según el análisis anterior, este indica que la mejor forma de seleccionar un canal de acceso al mercado dominicano es con medios ajenos, utilizando contratos comerciales con Distribuidores o Agentes y en su defecto la tercera opción será colocar sucursales, aunque este último puede que no sea la mejor opción, puesto que los cereales para desayuno son un producto de consumo masivo y crear sucursales para su distribución generaría costos muy altos.

#### iv. Cadena de precios de exportación

##### Estudio del precio en el mercado destino

Dentro de la cadena de precios de exportación para el producto de cereales para el desayuno es muy importante considerar el precio que ya posee el producto en el mercado destino y esto se debe en gran medida que al ser un producto de consumo masivo que se encuentra presente en el mercado de Santo Domingo, República Dominicana se debe de considerar el comportamiento del precio en el mercado destino para poder asignar un precio competitivo.

Para ello se realizó consultas sobre los precios en el mercado destino en tres de las principales cadenas de supermercados de Santo Domingo, República Dominicana, los resultados de recopilación de datos se encuentran en la tabla/ilustración en el Anexo 10.

De la tabla/ilustración del Anexo 10, de los precios obtenidos del mercado destino, luego de analizar los datos, se encontró que:

- El 37.0% de los cereales presentes se encuentran en presentaciones entre 400 a 500 gramos, seguido de un 27.8% de presentaciones entre 300 a 400 gramos.

Tabla 9.

Participación de cereal para desayuno, por presentación en gramos, en el mercado destino.

Presentaciones por peso en gramos	Participación de cereal para desayuno, por presentación en el mercado destino.
200-300	5.6%
300-400	27.8%
400-500	37.0%
500-600	11.1%
700-800	3.7%
900-1000	14.8%
Total general	100.00%

Nota: Tabla de elaboración propia, basado en análisis de la oferta de cereales para desayuno en República Dominicana.

- Los precios más comunes representan un 72.2% del total de precios examinados y estos se sitúan en el intervalo de 200 a 350 en pesos dominicanos y simultáneamente en el intervalo de 3.60 a 6.30 dólares estadounidenses.

Tabla 10.

Participación de cereal para desayuno, por precio en dólares estadounidenses en el mercado destino.

Presentaciones por precio en pesos dominicanos	Presentaciones por precio en dólares estadounidenses	Participación de cereal para desayuno, por precio en dólares estadounidenses en el mercado destino.
100 - 150	1.80 - 2.70	7.4%
150 - 200	2.70 - 3.60	3.7%
200 - 250	3.60 - 4.50	24.1%
250 - 300	4.50 - 5.40	11.1%
300 - 350	5.40 - 6.30	37.0%
350 - 400	6.30 - 7.20	5.6%
400 - 450	7.20 - 8.10	7.4%
450 - 500	8.10 - 9.00	3.7%
Total general		100.00%

*Nota:* Tabla de elaboración propia, basado en análisis de la oferta de cereales para desayuno en República Dominicana.

Adicionalmente con los datos obtenidos se realizó un escenario de homologación en cuanto a aquellos cereales que son iguales en nombre, marca, presentación e ingredientes y se comparan con los mismos en El Salvador, de esta forma se toma una pequeña muestra y así poder determinar un parámetro de las variaciones en cuanto al precio entre el mercado de República Dominicana y los precios de El Salvador.

Tabla 11.  
Variación promedio de oferta de cereales para el desayuno del mercado destino con respecto al mercado de origen.

Presentaciones de cereal para desayuno	Precios en US\$ el mercado de República Dominicana			Precios US\$ en el Mercado de El Salvador		Variación promedio entre mercados
	Supermercados Nacional	Sirena Market	Hipermercados Jumbo	Super Selectos	Walmart	
Cereal Musli Con Coco Y Almendras Komplete Kellogg'S 310 Gr CEREALCORNFLAKES Nestlé 530 Gr	\$5.99			\$4.00		33%
Cereal Musli Con Almendras Komplete Kellogg'S 390 Gr	\$5.99			\$4.00	\$3.80	35%
Cereal Musli Con Pasas Komplete Kellogg'S 420 Gr	\$5.99		\$5.99	\$4.00	\$3.80	35%
Cereal Zucaritas Komplete Kellogg'S 490 Gr		\$5.74		\$3.40	\$3.85	37%
Cereal Corn Flakes Kellogg'S 300 Gr CEREALCORNFLAKES GRANDI A 580 GR		\$4.50		\$2.89		36%
Cereal Corn Flakes Kellogg'S 370 Gr			\$4.50	\$3.10		31%
Cereal Zucaritas Komplete Kellogg'S 390 Gr			\$5.38	\$3.40		37%
Cereal Musli Con Chocolate Komplete Kellogg'S 370 Gr	\$5.99			\$4.00		33%
Variación promedio total del mercado destino con respecto al mercado de origen						34%

Nota: Tabla de elaboración propia, en base al análisis oferta de cereales para desayuno en República Dominicana en sus páginas web respectivamente.

Basados en los hallazgos obtenidos sobre los precios de los cereales para desayuno, se concluye que en República Dominicana los precios de los cereales para el desayuno se encuentran un 34% arriba sobre los precios de los mismos productos en El Salvador, adicionalmente, las presentaciones más frecuentes en el mercado destino son la que se encuentran entre 300 y 500 gramos, así también los precios más comunes son los que están

entre en el intervalo de 200 a 350 en pesos dominicanos y en el intervalo de 3.60 a 6.30 dólares estadounidenses.

Lo anterior brinda un claro indicador sobre el interés que tiene la competencia en promover y seguir incluyendo oferta de cereales para desayuno en el mercado dominicano, con mayor presencia en las presentaciones entre los 300 y 500 gramos, además se le suma que el precio promedio de esta se encuentra entre los 5.20 a los 5.70 dólares estadounidenses.

Competencia de precios competitivos en el mercado destino; existen precios homogéneos en las cadenas de supermercados de Santo Domingo, República Dominicana: en base en el estudio realizado, se encontró información de productos homogéneos entre sí en diferentes cadenas de supermercados donde el precio luego de hacer la conversión a dólar estadounidense es el mismo en la mayoría de los casos o en algunos donde la variación en el precio no supera el 12%, tal como lo muestra en : Anexo 11. Precios homogéneos entre cadenas de supermercados en Santo Domingo, República Dominicana.

### **El precio de exportación**

Para calcular el precio de exportación es necesario tener en cuenta las cinco variables que lo componen:

**Costo del producto:** para efectos del costo, será el resultado de la suma de gastos necesarios para producción del producto final, desde materias primas hasta mano de obra, para efectos de internacionalización se sugiere no incluir los costos fijos en los casos donde las exportaciones son de carácter esporádico o poco habituales, pues de esta forma se obtiene mayor competitividad en los mercados exteriores.

Analizando el único producto salvadoreño de cereal para desayuno, se parte del supuesto que por cada presentación de 13 G que se vende a un precio de consumidor final de \$0.10, el 10% de este corresponde a materias primas y transformación (costo del producto),

para producir la cantidad necesaria de una presentación de 390 G entonces para producir esta última es necesario producir la misma cantidad de 30 presentaciones de 13 G:

$$\begin{array}{l} 13 \text{ Gr} = 1 \\ 390\text{Gr} = x \end{array} \quad x = \frac{390 * 1}{13} \quad x = 30$$

Entonces, para producir una unidad de cereal en presentación de 390g se necesitan 30 unidades de 13 g, las actuales en circulación en el mercado salvadoreño.

$$\begin{array}{l} 1 = \$ 0.10 \\ 30 = x \end{array} \quad x = \frac{30 * 0.1}{1} \quad x = 3.00$$

Dicho lo anterior se obtiene que el precio promedio sería de \$3.00

Tomando como base que el 10% del precio final corresponde en este caso al costo de producción, se obtiene que: el costo de producir una presentación de cereal para desayuno de 390 G es de \$0.30, adicionalmente se emplea el supuesto en el cual la cantidad de factores que cambiarían con la producción de una unidad de 390g, se concluye aplicar una reducción del 16.67%, (la sexta parte del costo de producción) al costo unitario y se obtiene el nuevo costo de \$0.25.

Otra forma de calcular el “costo” es a través del método de precio objetivo, donde se calculan los intereses de los clientes y las posibles reacciones de los competidores, forma la base para hallar el **costo objetivo (Target Cost)**, este por unidad es el precio objetivo menos la utilidad objetiva unitaria. La utilidad objetiva por unidad es la utilidad de operación que una compañía quiere y considera puede obtener por unidad de un producto (o servicio) vendido. En ese sentido, el costo objetivo es estimado a largo plazo por unidad de un producto (o servicio), que le permite a la compañía obtener su utilidad de operación objetiva, al vender al precio objetivo (Cuevas Villegas, 2002).

En síntesis, verificar los precios de la competencia en función del interés de los clientes a pagar por los productos, y tomar un precio de partida para asignar las utilidades esperada y

restarles estas últimas al precio objetivo, dando como resultado el precio objetivo o costo estimado.

**Margen de Contribución:** aquel que permite cubrir los costos del producto ya además genera ganancia que permite volver a invertir.

Ejemplo de aplicación: aplicar el cálculo del margen de contribución para la empresa productora del producto “X” cuyo costo variable bruto de producción es \$100.00 y el margen de contribución es un 40%, el cual debe permitir cubrir con los costos y generar rendimiento de la operación ganancias e inversión.

$$\text{Costo variable bruto del producto} * \left( \frac{1}{1 - \text{Margen de contribución}} \right)$$

Ejemplo calculado según el procedimiento impartido en el curso de especialización en Internacionalización de Productos:

$$\$100.00 * \left( \frac{1}{1 - 0.40} \right) = \$166.67$$

$$\text{Margen de contribución} = \$166.67$$

Si, al margen de contribución obtenido se le suma el costo variable bruto del producto se obtiene: El precio de venta máximo sobre ventas. El cual es un elemento clave para el exportador pues utilizar este precio garantiza buen margen de utilidades y margen de negociación.

**Costos de Adaptación:** son todos aquellos gastos relativamente nuevos aplicados al producto con el fin de incursionar en el nuevo mercado, tales como: Costos del nuevo empaquetado paletizado del producto y mano de obra para la preparación de este.

- \$200.00 de Costos de empaquetado para exportación para unidades de 390 G.
- \$100.00 por 5 Pallets americanos utilizados al precio de \$20.00 c/u.
- \$105.00 por 150 cajas de cartón de 60x40x40 Cm al precio de \$0.70 c/u.
- \$100.00 por Mano de Obra para preparación de productos (5 empleados a \$20 c/u).

**Costos Logísticos:** Todos aquellos en los que incurra el producto o empresario para llevar su producto hasta el mercado destino: algunos de ellos como: pago de servicios logísticos, documentación, seguros, manipulación, flete, entre otros.

Ex Works (VEW).

- \$189.45 -- Flete terrestre en origen – Export.
- \$23.60 -- Sec Fee.
- \$189.45 -- Tasa aeroportuaria / Trámite aduanal.
- \$40.00 -- Guía Aérea / BL fee.
- \$151.56 -- Rayos X - X Ray.

FOB/FOT/FOR (Franco a bordo Camión/tren).

- \$42.23 -- Manejo en origen – Export.

CIF (Coste, Seguro y Flete).

- \$2,197.62 -- Flete Aéreo - Air Freight / Flete.
- \$246.29 -- Cargo de Seguridad - Import / Security.

DDP.

- \$246.29 -- CFS fuel charge.
- \$53.10 -- Manejo en destino – Import.
- 151.56 -- Flete terrestre en destino – Import.

Datos según cotización 58415 de Syncro Logistics SRL en Santo Domingo, República Dominicana en colaboración con Transportes y logística S.A. de C.V. en San Salvador, El Salvador, véase en el Anexo 12.

**Costes por canal de distribución:** son los cargos o márgenes de ganancia que esperan los distribuidores del producto, para esta investigación se consideró el canal largo de distribución, en el cual participan los distribuidores mayoristas y minoristas, previo a que el producto llegue al consumidor final. Los márgenes son variados, para el caso de cereales para el desayuno se partirá del supuesto siguiente; el margen de distribuidor mayorista es un 30% y un 40%, mientras que el distribuidor minorista está entre un 40% y un 60%.

Para el cálculo respectivo del margen de contribución, tanto para el mayorista como el minorista, se usará la fórmula de cálculo de margen de contribución sobre venta:

$$\text{costo o precio} * \left( \frac{1}{1 - \text{Margen de contribución}} \right)$$

### **Cálculo del precio de exportación:**

A continuación se presenta el cálculo del precio de exportación basado en las variables anteriores, véase imagen en Anexo 13.

#### **v. Promoción internacional**

Son todas aquellas actividades que pueden beneficiar a la empresa a captar el interés de clientes en mercados exteriores y estas pueden ser de dos tipos privados o públicos.

**Privadas:** medios que le permitan a la empresa promocionarse internacionalmente por libre decisión de esta, sin intervención de instituciones ajenas a la empresa:

**Envase del producto:** verificar si el envase es el adecuado para el mercado destino.

**Marca:** si existen marcas iguales o similares se deberá cambiar o ajustar.

**Catálogos y folletos:** fichas del producto que lo promuevan.

**Página Web:** adaptabilidad al mercado destino, espacios exclusivamente para clientes internacionales donde se muestre la información del o los productos en el idioma del posible cliente.

**Inclusión en directorios:** exponerse como oferentes del producto “X” ante cualquier cliente externo.

**Publicaciones Profesionales:** apoyo de expertos en materia que realicen reseñas del producto.

**Asistencia a ferias:** participar como visitante o expositor y crear esos espacios que permitan visibilidad a la empresa o producto en mercados internacionales.

**Viajes promocionales:** conocer posibles mercados destinos, consumidores, canales de distribución, gustos y preferencias, entre otros.

Todas anteriores son decisiones que el productor o empresario debe considerar antes de salir a mercados internacionales y tomar en cuenta aquellas que beneficien a su producto.

**Públicas:** aquellas actividades cuyo fin es promocionar los productos nacionales o empresas en mercados internacionales y son organizadas y promovidas por instituciones públicas.

**Participación en ferias:** algunas de las instituciones que brindan apoyo para la participación en ferias son: COEXPORT, PROESA (Invest In), Ministerio de Economía, CONAMYPE.

**Misiones comerciales:** COEXPORT, PROESA (Invest In), Ministerio de Economía, CONAMYPE, Ministerio de Relaciones Exteriores, Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.

**Encuentros empresariales:** Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, COEXPORT.

**Visitas guiadas:** SIECA, FUSADES, PROESA (Invest In) (González Ulloa, Moreno Pérez, & Tobar Melara, 2013).

Al contar con la intención de participar en una feria internacional no necesariamente debe ser estrictamente en el país donde se planea internacionalizar, puede que sea el caso como es en República Dominicana, que no hay ferias próximas en su calendario con respecto a la fecha de elaboración de este documento; sin embargo, se puede participar en ferias en países vecinos o cercanos geográficamente porque puede haber participación del país destino en ellas y esto representa una oportunidad de generar vínculos que permitan un mejor acercamiento, como por ejemplo:

**Ferias de negocios próximas aplicables:**

- Americas Food and Beverage Show and Conference

La Feria y conferencia de alimentos y bebidas de las Américas (AF&B) es el foro ideal para conocer a clientes, proveedores de productos, prestadores de servicios, suministradores, distribuidores y expertos del sector.

La Feria y conferencia de alimentos y bebidas de las Américas está abierta solamente a integrantes del sector, por lo que constituye un evento de empresa a empresa (B2B) exclusivamente. A los asistentes a la feria les interesa buscar productos nuevos e innovadores para abastecer sus estantes, añadirlos a sus menús e impresionar a sus clientes.

Además, cuenta con más de 600 expositores, 22,760 m<sup>2</sup>, de espacio para estos y con compradores de más de 50 países en un solo lugar.

Los costos promedio son:

Para participar como asistentes a la feria y compradores:

- Para el año 2022 era gratis hasta el 5 de agosto y después de esa fecha la tarifa de ingreso fue de \$35.

Para participar como expositor:

- Stand en línea \$3,800
- Stand de esquina \$4,300
- Stand premium \$4,800

El próximo se llevará a cabo del 16 al 18 de septiembre de 2024 en Miami Beach Convention Center. Información obtenida de la web site oficial: <https://americasfoodandbeverage.com/>

## vi. Transporte y logística

### Marítimo

#### Puertos principales

- Puerto de Santo Domingo: Punto fundamental para el transporte de café, frutas o azúcar, el río Ozama le brinda beneficios para el tránsito de mercancías, además a través de este puerto se envía: asfalto, gasolina y otros combustibles.
- Puerto de Río Haina: Ubicado entre las provincias de Santo Domingo y San Cristóbal, activo desde los años 50, bastante transcurrido con importaciones y

exportaciones, junto a puerto Caucedo representan el 95% del tráfico de contenedores que llega al país.

- Puerto Caucedo: es uno de los puertos más nuevos y modernos, es gestionado por la Autoridad Portuaria de Dubái, principalmente ocupado por barcos para cargas, y es responsable del 66% de todas las unidades TEU de República Dominicana.

### Costo

Según el estimador de costos marítimos de “Connect Americas” y “Sealand” empresas de Maersk Company, el costo promedio por un viaje marítimo con un contenedor seco estándar de 20’, saliendo de Puerto Cortés, Honduras, con un promedio de diez días en tránsito para finalmente llegar a Puerto Caucedo, República Dominicana es costo estimado es:

Tabla 12.  
Costo promedio marítimo por carga de un contenedor de 20’.

Costo promedio marítimo por carga de un contenedor de 20’	
<b>Transporte Marítimo y Recargos</b>	
Transporte Marítimo Básico	US\$ 720.00
Servicio de Handling Terminal - Destino	US\$ 150.00
Servicio de Handling Terminal - Origen	US\$ 180.00
Total parcial	US\$ 1,050.00
<b>Costos de documentación y manejo</b>	
Costo de Exportación para Puerto Cortés, Honduras	
Cumplimiento fronterizo y portuario	US\$ 601.00
Cumplimiento Documental	US\$ 80.00
Costo de Importación para Caucedo, República Dominicana	
Cumplimiento fronterizo y portuario	US\$ 579.00
Cumplimiento Documental	US\$ 40.00
Total parcial	US\$ 1,300.00
<b>Total estimado</b>	<b>US\$ 2,350.00</b>

Nota: Elaboración propia, con los datos del simulador de connectamericas.com empresa de Maersk Company.

## Terrestre

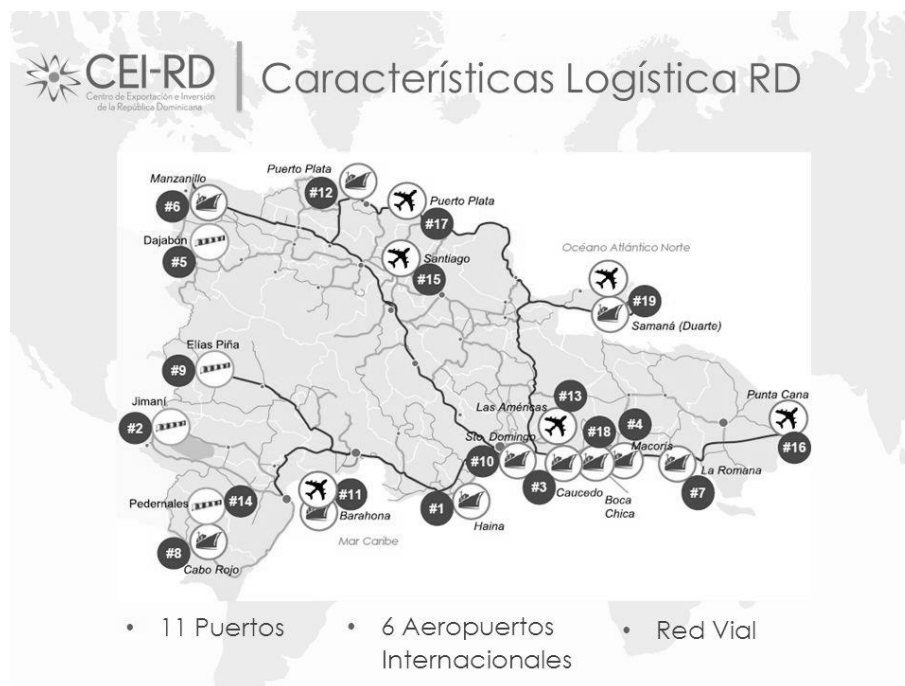


Figura 3. Características logísticas de República Dominicana.

Nota: Fuente de la figura: Presentación como transportar mercancías al Caribe, por Vladimir Hernández del Orbe, Gerencia de desarrollo de oferta exportable, Centro de exportación e inversión de la República Dominicana.

## Peajes y costos

Tabla 13.

Precios de peaje por categoría de vehículo.

Precios de peaje por categoría de vehículo						
Peaje	Moneda	Categoría 1:	Categoría 2:	Categoría 3:	Categoría 4:	Categoría 5:
		Vehículos con 2 ejes	Vehículos con 2 ejes más mellizas	Vehículos con 3 y 4 ejes	Vehículos con 5 y 6 ejes	Vehículos con 7 o más
6 de noviembre	DR\$	60.00	120.00	180.00	240.00	300.00
	US\$	1.09	2.18	3.27	4.35	5.44
Circunvalación Juan Bosch 1	DR\$	100.00	200.00	300.00	400.00	600.00
	US\$	1.81	3.63	5.44	7.26	10.88
Circunvalación Juan Bosch 2	DR\$	100.00	200.00	300.00	400.00	600.00
	US\$	1.81	3.63	5.44	7.26	10.88
Circunvalación Santiago	DR\$	100.00	200.00	300.00	400.00	600.00
	US\$	1.81	3.63	5.44	7.26	10.88
Circunvalación Santiago	DR\$	100.00	200.00	300.00	400.00	600.00
	US\$	1.81	3.63	5.44	7.26	10.88

Coral 1	DR\$	60	120	180	240	300
	US\$	1.09	2.18	3.27	4.35	5.44
Coral 2	DR\$	100	200	300	400	600
	US\$	1.81	3.63	5.44	7.26	10.88

*Nota:* Tabla elaborada con los datos de (Inteligencia Comercial - Ministerio de Economía de El Salvador, 2020).

## **Aéreo**

### **Principales aeropuertos:**

- Aeropuerto Internacional de las Américas: Se encuentra ubicado en Boca Chica, Santo Domingo, en relación con tráfico de pasajeros, es segundo aeropuerto más importante de República Dominicana, consta de dos terminales y trece estaciones de estacionamiento de carga aérea, por la que mueven miles de toneladas y el 70% de esta corresponde a perecederos.
- Aeropuerto Internacional del Cibao: está ubicado en la provincia de Santiago y es el tercer más importante, principalmente por su número de pasajeros dentro de la República Dominicana, cuenta con tres terminales, una doméstica, otra internacional y la última es de carga, mensualmente moviliza 900 toneladas de carga, de alimentos perecederos, industrial, de bebidas y tabacalero.
- Aeropuerto internacional Joaquín Balaguer: es llamado también como: “La Isabela”, a diez minutos del centro de la ciudad en Santo Domingo, en él tiene lugar movimientos de más de 40 mil toneladas de carga aérea al año y cuenta con un espacio para almacenar carga y especializado al manejo de carga perecedera y farmacéutica.

## Rutas y costos



*Figura 4.* Rutas aéreas de la República Dominicana.

*Nota:* Fuente de la figura: Presentación como transportar mercancías al Caribe, por Vladimir Hernández del Orbe, Gerencia de desarrollo de oferta exportable, Centro de exportación e inversión de la República Dominicana.

República Dominicana se caracteriza por su fuerte producción agrícola, pero al ser una isla compartida con Haití, sus opciones de rutas para el comercio exterior se ven limitadas a la vía marítima y aérea, a pesar de ello cuentan con un buen desarrollo de canales logísticos como lo son sus puertos y aeropuertos.

### vii. Localización de barreras

Localización de barreras por producto 1904.10 en República Dominicana.

- Producto 1904.10 – Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado (por ejemplo, hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz) en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto la harina, grañones y sémola), precocidos o preparados de otro modo, no expresados ni comprendidos en otra parte: Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado.

➤ **Regulaciones**

**Instituciones y regulaciones sobre etiquetado, envase, empaque y embalaje.**

**Agrícolas - Ministerio de Agricultura de República Dominicana:**

- La oficina de control de la agricultura orgánica llevará, actualizará y publicará el registro de importadores, productores, procesadores, comercializadores, certificadores e inspectores.
- Establece y publica el listado sustancias coadyuvantes de procesamiento que pueden usarse para la elaboración de productos de origen agrícola.
- La etiqueta de los productos ecológicos indicará a los consumidores que el producto ha sido elaborado bajo el método de producción ecológica cuando el producto haya sido obtenido aplicando las normas de producción contenidas en este reglamento, o haya sido elaborado por un operador sujeto al sistema de control, o importados de otros países con normas equivalentes a las del reglamento: Reglamento para la agricultura orgánica de la República Dominicana.
- Durante toda la operación de almacenamiento, transporte y manipulación se deberá mantener la integridad del producto.
- El importador deberá realizar una descripción completa de las instalaciones y sus actividades, indicando, en la medida de lo posible, los puntos de ingreso al país de los insumos, productos vegetales o alimenticios, así como otras instalaciones que pretenda utilizar para el almacenamiento.

**Agrícolas - Ministerio de Agricultura de El Salvador.**

- La importación de productos definidos como orgánicos deberá contar con un certificado otorgado por la autoridad de control del país de origen, cuyas normas sean equivalentes a las de este reglamento.

**Salud** - Ministerio de Salud Pública de República Dominicana

- La importación, fabricación y venta de artículos de alimentos y bebidas y las correspondientes materias primas deberán ser autorizadas por la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social, previo análisis y registro por el órgano competente.
- La etiqueta debe indicar los alimentos e ingredientes que provocan hipersensibilidad: cereales que contienen gluten, crustáceos y sus productos, huevos, pescado, maní, soja, leche y productos lácteos, frutos secos, sulfitos.
- Para los productos importados deben llevar una contra etiqueta en español.
- En los alimentos preenvasados deben aparecer la siguiente información: nombre del alimento; lista de ingredientes; contenido neto y peso escurrido; nombre y dirección del fabricante, envasador, distribuidor, importador o exportador del alimento; número de registro industrial y sanitario; país de origen, número de lote.

**Ventanilla única de comercio exterior:**

- En El Salvador es el CIEX, administrado por el Banco Central de Reserva, al estar registrado como exportador y contar con acceso a la plataforma SICEX, para realizar las declaraciones de mercancías.
- República Dominicana utiliza VUCE la cual se encuentra en línea como VUCE-RD, y para trámites de importación, exportación o tránsitos de mercancía estos necesitan estar registrado primero en la Dirección General de Impuesto Internos (DGII) y luego solicitar el acceso a través del certificado digital a la Dirección General de Aduanas (DGA).

### **Documentos que presentar para la importación**

- Presentación de la prueba de origen, certificado de origen o declaración en factura, correctamente completada, firmada y sellada, conjuntamente a los demás documentos que forman parte del expediente de importación como BL o guía aérea, factura comercial, certificado de no manipulación cuando fuera requerido, fitosanitario o de otro tipo, acorde a las características de las mercancías de importación.
- Para importar alimentos y bebidas y las correspondientes materias primas, su consumo y venta deberán estar autorizados en el país de origen por la autoridad sanitaria competente. El certificado correspondiente deberá expresar el nombre del producto, su composición, fecha de venta y caducidad.
  - Declaración Única Aduanera (DUA).
  - Factura Comercial
  - Conocimiento de Embarque (BL o AWB).

### **Documentos que presentar para la exportación:**

- Registro de Exportador.
- Declaración de Mercancías (DM) o Declaración Única Centroamericana (DUCA F o D).
- Certificado de exportación.
- Certificado de origen según TLC Centroamérica - República Dominicana o TLC CAFTA-DR, según convenga y aplique.

#### **➤ Barreras no arancelarias**

**Intervención del gobierno:** como se menciona anteriormente, las intervenciones por parte de las secretarías del estado dominicano en cuanto al producto 1904.10, solo serán en cuanto al certificado de origen y etiquetado del producto.

**Registro de Marca:** En República Dominicana el ente regulador del registro de patentes de invención, así como Signos distintivos entre este ultimo las Marcas (comerciales), está a cargo de la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial, para ellos se debe seguir el proceso de Registro de Marca Certificada, en el cual se protege una marca aplicada a productos o servicios de terceros, cuyas características o calidad han sido certificadas por el titular de la Marca. Cuyos costos serán:

RD\$ 5,720.00 Solicitud.

RD\$4,110.00 Clase adicional.

RD\$3,020.00 Publicación de marca y reseña reglamento.

RD\$1,355.00 reclamo de prioridad por cada clase.

Si es una marca multiclases se cobra RD\$1,645.00 cada clase adicional.

**Licencias de importación:** este servicio lo brinda Ministerio de Hacienda de República Dominicana, dirigido a aprobar y atender las solicitudes de los interesados en obtener la Licencia para operar como Agentes de Aduanas en todos los puertos del país, tiene un costo para Personas Físicas: RD\$ 50,000.00 y Personas Jurídicas: RD\$ 100,000.00, se paga por cheque certificado o de administración a nombre del Ministerio de Hacienda.

➤ **Barreras arancelarias**

**Arancel:** para el producto 1904.10, tanto El Salvador como en República Dominicana, ambos están suscritos a los tratados de libre comercio como: TLC Centroamérica y República Dominicana y CAFTA-DR, en ambos casos, para este producto el arancel es cero, pues este cuenta con libre paso.

**Impuestos locales**

**IVA:** Este en dominicana se llama ITBIS y es un impuesto estándar al consumo tipo valor agregado que se aplica a la transferencia e importación de bienes industrializados, así

como a la prestación de servicios y es del 18% a partir de 2016 (Impuestos Internos de República Dominicana, 2023).

Impuesto Sobre la Renta: Desde el año 2017, la tasa del Impuesto Sobre la Renta que deben pagar las Personas Jurídicas es de un 27%.

### ➤ Cultural

#### **Estrategia de negociación:**

- Presentar de forma clara la idea de negocio.
- Estudiar el mercado y resaltar los detalles atractivos para los dominicanos como la rentabilidad del negocio.
- Ser puntual, usar vestimenta adecuada a la ocasión, importancia a las relaciones interpersonales.
- Informarse de la historia y cultura dominicana.

#### **Normas de protocolo**

- **Saludo:** Firme pero amistoso. Para el dominicano las relaciones interpersonales son importantes.
- **Forma de dirigirse:** Respetuosa y conservadora (García, 2023).

### **3.1.2. Perfil país**

Tabla 14.  
Perfil País Pestel de República Dominicana.

Aspectos país	Elementos	Descripción
Políticos	Índice de corrupción	Para el año 2022 su índice es de:32, con un ranking de 123 de los 180 países evaluados (Presidencia de la República Dominicana, 2023).
	Sistema de gobierno	El gobierno del país es esencialmente civil, republicano, democrático y representativo: Se sustenta en los poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial (Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, s.f.).
Económicos	Producto Interno Bruto	\$88.941 mil millones de USD en 2019 (Banco Mundial)

	Ingreso Per-cápita	\$8.080 USD en 2019 (Banco Mundial)
	Facilidades para abrir un negocio	Según el reporte <u>Doing Business 2020 del Banco Mundial</u> , el proceso para iniciar un negocio en el territorio dominicano se compone de 7 procesos, que toman alrededor de 17 días en total, siendo un procedimiento mucho más corto comparado con el resto de los países de la región (BLITA International, 2021).
	Inflación	Para el año 2022 el país cerró con un 8.8% de inflación (Banco Mundial, 2022).
	Impuestos	Impuesto sobre la renta a personas jurídicas: es del 27% después de las deducciones permitidas a la renta bruta.
		Impuesto a la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS). (en El Salvador el IVA): es un impuesto al valor agregado que se aplica al consumo de bienes y servicios en general y es del 18%.
		Impuestos a la Importación: República Dominicana cuenta con siete tasas arancelarias diferentes entre el 0% hasta el 40% según el producto importado, para el caso de cereales para desayuno de la subpartida arancelaria 1904.10.10 el arancel aplicado al producto es del 0%, por TLC entre El Salvador (Centroamérica) – República Dominicana
	Aspectos demográficos	10,5 millones de habitantes. Densidad de población: 225 (hab/km <sup>2</sup> ). 6,5 millones de turistas, La capital: Santo Domingo (5,2 millones hab.)
Sociales	Nivel de educación	La Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) de República Dominicana afirma que su población está libre de analfabetismo, debido a que el porcentaje de personas de 15 años y más que no sabe leer y escribir de este grupo poblacional es un 4.9%.
	Herramientas de investigación	En su mayor parte, los datos necesarios se encuentran en fuentes secundarias como reportes y estadísticas de instituciones gubernamentales dominicanas, así como en estudios realizados en el país.
Tecnológicos	Recursos tecnológicos	La Asociación de Industrias de la República Dominicana, Inc., ha firmado un convenio con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en su calidad de Administrador del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), para el financiamiento parcial de la contratación de servicios de consultoría y la adquisición de bienes, necesarios para la realización del Programa de Innovación Industria.

		El objetivo general del Programa es contribuir a mejorar la competitividad de los clústeres del sector industrial exportador dominicano.
Ambientales	Leyes ambientales aplicadas al producto	La “Ley General de Salud” de República Dominicana, tiene por objeto regular todas las acciones que permitan al estado hacer efectivo el derecho a la salud de la población. El Ministerio de Salud Pública debe llevar el control sanitario del proceso de importación y exportación, registro y evaluación, control de la promoción y publicidad de alimentos, que constituyan un riesgo para la salud y todas las materias e insumos que intervengan en su elaboración
	Leyes sobre el producto	La Ley General de Salud La Ley General de Sistema Dominicano de la Calidad. Ley General de Defensa de los Derechos del Consumidor y Usuario. Reglamento sanitario de alimentos en la república dominicana
Legales	Sanciones de tránsito	Sin licencia - RD\$ 1,000.00 en US\$ 17.57 Licencia vencida - RD\$ 1,000.00 en US\$ 17.57 No portar licencia - RD\$ 1,000.00 en US\$ 17.57 Sin cinturón - RD\$ 1,667.00 en US\$ 29.30 Luz roja - RD\$ 1,667.00 en US\$ 29.30 Uso del celular - RD\$ 1,667.00 en US\$ 29.30
	Tratados de libre comercio	TLC Centroamérica y República Dominicana y TLC CAFTA-DR
Fuentes de consulta:		(Presidencia de la República Dominicana, 2023) (Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, s.f.). (Banco Mundial) (Oficina Nacional de Estadísticas de República Dominicana, 2018-2020) (Ministerio de Trabajo de la República Dominicana, 2012) (Ministerio de Hacienda de República Dominicana, 2016)

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

## **3.2. Operaciones y clientes**

### **3.2.1. Plan de acción**

#### **i. Políticas de adaptación al mercado internacional**

##### **Política de producto**

En cuanto al producto (Ver Anexo 14) al ser el único producto en el país, en el cual se ha basado la investigación y se tomó de ejemplo, se propone no cambiar la composición de este, así como sabores.

Con base en el estudio de mercado previamente realizado y plasmado en el numeral 3.1.1 de este capítulo adicionalmente en investigaciones como Estudio de mercado República Dominicana - Canal autoservicio y tradicional de PROESA en 2013 como método de introducción y visibilidad para el consumidor dominicano quienes buscan mayor valor agregado en sus productos así como similitudes a los que se encuentran en mercados más desarrollados, dándoles una perspectiva de calidad al producto, se propone cambiar de presentación de una de 13 G a una presentación de 390 Gramos de esta forma mantenerse en el mercado destino en competencia con los similares a estos provenientes de marcas extranjeras, pues son las presentaciones que más predominan en dicho mercado. Puesto que no solo es una presentación mucho más grande que la actual, sino también que es en estos tamaños de presentaciones que los competidores en el mercado dominicano, existe una intención de concentrar sus esfuerzos en presentaciones entre los 300 a 500 gramos.

En consecuencia se deberá adaptar el empaque a uno más grande: El producto está en su envase primario, que es una bolsa monocapa con una medida estimada de 20x30 cm (Ancho x Altura), con un máximo de espesor luego de verter el contenido y gas preservante de 5 cm en presentación de 390 Gramos sellado.

Y aplicarse el principio general de la adaptación de productos internacionales y es que modificando el diseño se pueden usar colores similares a los de la bandera del país destino o representativos para este, así obteniendo un mayor impacto en el consumidor final.

Esta adaptación en su fase inicial se calculan costos de \$200 en el desarrollo para el diseño y elaboración de bolsas monocapa, con impresión, (bolsas transparentes con calidad alimentaria, con impresión a color), materiales a utilizar: laminación de polipropilenos transparente de 20 micras, tamaño 20 X 30cms. Según lo conversado con una de las ejecutivas de ventas de artes gráficas de Algier's Impresores S.A. de C.V. el costo promedio de 5000 bolsas de ese tipo esta por \$150.00 y se calculan \$50.00 para el rediseño para la impresión sobre la bolsa.

Realizando los cambios sugeridos, se obtiene que la oferta producto: cereales a base de maíz obtenido por inflado o tostado (Cereal para desayuno) será:

Tabla 15.  
Oferta del Producto.

Oferta del Producto		
Producto Básico	Presentación	390 Gramos
	Ingredientes	Harina de maíz, azúcar fortificada con vitamina A, Glucosa, Miel, Aceite Vegetal de Palma, Sal Fortificada con Yodo, Extracto de Malta Sabor Natural y Artificial a Miel (Saborizante), Lecitina de Soya (Emulsionante), Maltodextrina Dióxido de Silicio (Antiglutinante), FD&C Amarillo No 5 (Colorante Artificial), Edulcorante (Maltodextrina, Sucralosa, Acesulfame de Potasio) FD&C Rojo No 40 FD&C Azul No 1 Colorantes Artificiales, TBHQ (Antioxidante).
	Contenido	Hojuelas de maíz con cobertura de miel
Oferta añadida	Precio	Accesible en el rango de precios de los ya existentes
	Envase	Bolsas monocapa con calidad alimentaria de 20x 30 cm con capacidad de 390 g o 0.003m <sup>3</sup>
	Empaque	Cajas de cartón de 60x40x40 cm con capacidad para 32 bolsas de producto
	Embalaje	Poliestrech al contorno de las cajas apiladas en pallet
	Marca	Super Flakes
Vitaminas y minerales	Fortificado con: Niacina (Nicotinamida), Hierro Reducido (Hierro), Vitamina B2 (Riboflavina), Vitamina B1,	

		(Mononitrato de Tiamida), Ácido Fólico (Vitamina del complejo B), Vitamina D3 (Colecalciferol), Vitamina B12 (Cianocobalamina).
	Etiquetado	En español, como lo determina ministerio de salud de República Dominicana, donde exprese los valores nutricionales, ingredientes y origen del producto.
Oferta de actividades de soporte	Seguimiento	Constante seguimiento con los distribuidores o importadores, canal de servicio al cliente, redes sociales.

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

- **Diseño actual que se encuentra en circulación en el mercado salvadoreño:**  
Anexo 15.
- **Propuesta del nuevo empaquetado:** Anexo 16.

Luego en su empaque secundario estará en cajas de cartón de 60x40x40 Cm, donde cada una contendrá 32 bolsas de cereal, con un peso promedios de 12.63 gramos.

Posteriormente, se acomodarán de 5 cajas por nivel en pallets americanos (pallets de 120x100 Cm), con un máximo de 5 niveles de alto, donde cada pallet, llevara una altura máxima de 215 Cm con un peso de 315.75 Kg más el peso promedio del pallet americano de 25 Kg,

Las cajas de cartón se calculan en un valor estimado de \$0.70 por unidad.

### **Política de plaza**

Al ser una marca nueva en el mercado destino y tomando en cuenta los hábitos de consumo de la población dominicana, pues este tipo de consumidores compran más sus productos alimenticios en colmados, tiendas de conveniencia, o mercados populares en mayor medida, seguido de supermercados, donde los anteriores mencionados forman parte del canal minorista, tomando en cuenta los resultados de la evaluación de criterios para el acceso al mercado y las recomendaciones de estudios previos.

Se propone elegir a los Distribuidores / Importadores, los cuales poseen la capacidad técnica, logística y de almacenaje para llevar el producto y colocarlo en los canales minoristas adecuados para este.

Se recomienda utilizar exportación directa con medios ajenos: Distribuidores / importadores, este permitirá a los productores o empresarios salvadoreños, tener cooperación de expertos que conocen de primera instancia el comportamiento del mercado destino y además los procesos y canales de venta adecuados para estos productos en el mercado dominicano sin incurrir en excesivos costes para el vendedor.

Previo análisis de la situación y los distintos escenarios presentados, puede ser beneficioso para la entrada al nuevo mercado, entrar a través de los Distribuidores / Importadores de bienes de consumo masivo más influyentes en el mercado de Santo Domingo, República Dominicana son:

Tabla 16.  
Distribuidores / Importadores potenciales para el producto cereal para desayuno.

Distribuidor / Importador	Descripción de sus actividades	Dirección	Contacto
Grupo Nacional de Distribución, S.A.S	Empresa de distribución y comercialización, líderes en la representación de marcas exclusivas en el país, dirigidas al mercado Detallistas, Mayoristas y Supermercados Independientes y Regionales	Calle Félix Evaristo Mejía, Santo Domingo, República Dominicana	Tel: +1 (809) 797-8089
Abaxa Corporation, SRL	Empresa que se especializa la importación y distribución productos de consumo masivo y materiales de empaque. Dispone de una eficiente infraestructura y una moderna y sólida plataforma tecnológica y logística que le permite distribuir sus productos a todo el territorio dominicano	Parque Comercial Los Cedros, Km 17 Autopista Duarte, Los Alcarrizos, Santo Domingo, CP 10801, República Dominicana	Tel: +1 (809) 564 1401, E-mail: moc.proxaxaba@ofni
Distribuidora 2000	Empresa con sede en La Vega la cual se encarga de venta y distribución de productos de consumo masivo. Distribuidores autorizados de Colgate, Libretas Apolo, Niveo y cientos de marcas	Juan ballenilla, casi esq guarocuya #25, Herrera Santo Domingo	Tel: +1 (809) 289-2330.

Distribuidora Corripio	Empresa cuyo rubro es la comercialización, fabricación, importación, exportación, y servicio de postventa de prestigiosas marcas y productos	Av. Núñez de Cáceres esq. Calle 1, San Gerónimo, Santo Domingo, Rep. Dom	Tel: 1.809.227.3000, e-mail: info@corripio.com.do.
------------------------	--	--	--

*Nota:* Tabla de elaboración propia. Datos consultados con la embajada de República Dominicana en El Salvador y fuentes de investigación de (PROESA - Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, 2013).

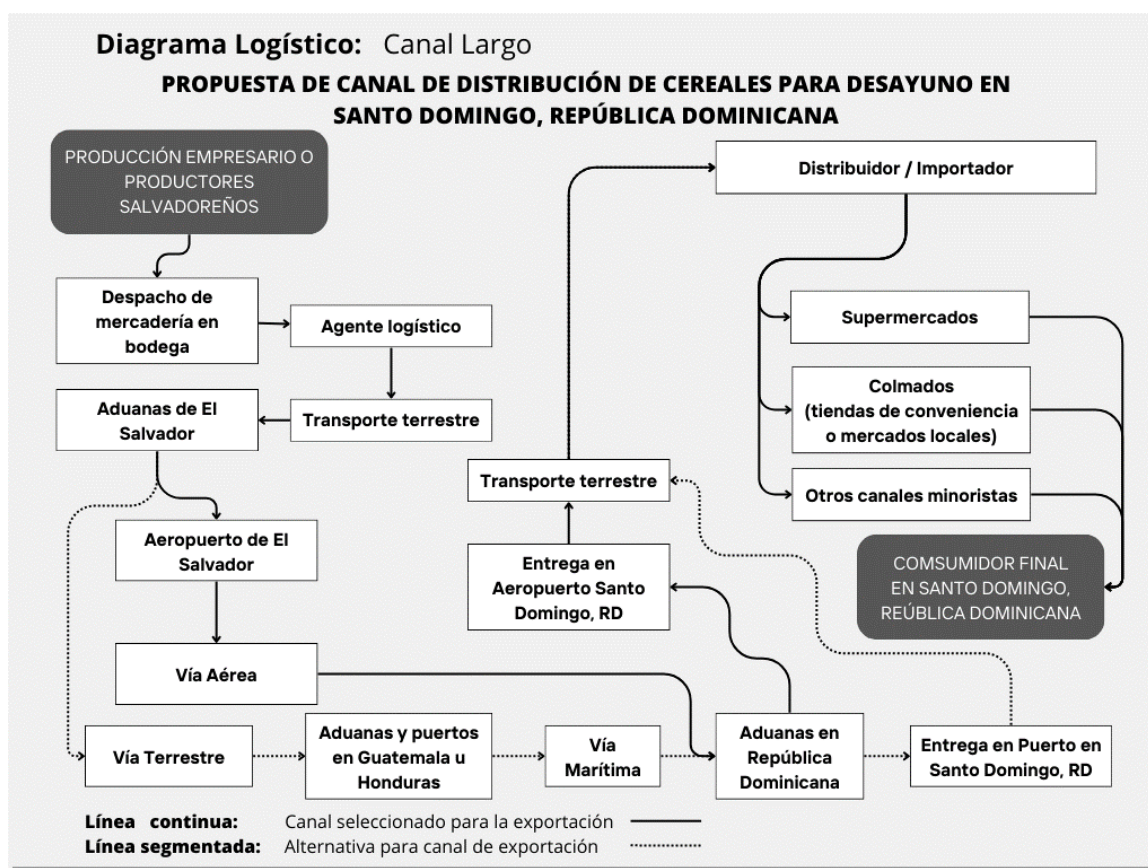
### Objetivos del canal de distribución:

Brindar una mayor rapidez de acceso al producto al consumidor final.

Incorporarse al mercado destino con el acompañamiento de expertos en materia de bienes de consumo masivo.

Incrementar la presencia del producto salvadoreño en el mercado exterior.

### - Propuesta de estructura del canal de distribución



*Figura 5.* Propuesta de estructura del canal de distribución

*Nota:* Figura de elaboración propia, analizando los datos obtenidos en el estudio de mercado de República Dominicana y el perfil logístico de dicho país.

## Política de precio

La fijación de precios es uno de los puntos más importantes del proceso de internacionalización, pues es en este donde se garantiza la estabilidad y rentabilidad del proceso en el largo plazo. Una de las estrategias más comunes es la de establecer precios de referencia porque son los precios que los compradores tienen en mente y comparan cuando examinan un producto específico. Cuando el comprador conoce el precio y la calidad de un producto particular y ve estos relacionados positivamente, puede usar el precio de forma correcta como un indicador de la calidad del producto y se forma a partir de:

- La observación de precios actuales
- El recuerdo de precios anteriores
- La evaluación de la situación de compra

**Precio de referencia:** Por lo anterior, en el estudio de mercado se investigó sobre los precios de los productos que ya se encuentran en el mercado destino, determinado que son homogéneos a los encontrados en el mercado salvadoreño.

Tabla 17.  
Comparación de precios cereales para desayuno dentro de las presentaciones de 350 a 420 gramos en distribuidores minoristas.

Nombre del cereal para desayuno	Supermercado	Marca	Peso en Gramos aproximado	Precio en pesos dominicanos	Precio en dólares estadounidenses
Cereal Musli Con Almendras Komplete Kellogg'S 390 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	390	RD\$ 332.95	\$5.99
Cereal Musli Con Pasas Komplete Kellogg'S 420 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	420	RD\$ 332.95	\$5.99
Cereal Corn Flakes Kellogg'S 370 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg'S	370	RD\$ 249.95	\$4.50
Cereal Zucaritas Kellogg's 390 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg's	390	RD\$ 298.95	\$5.38
Cereal Musli Con Chocolate Komplete Kellogg'S 370 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	370	RD\$ 332.95	\$5.99

Cereal De Chocolate Delight Special K Kellogg'S 13.2 Onz	Supermercados Nacional	Kellogg'S	374	RD\$ 369.95	\$6.66
Cereal Hojuelas Integrales Con Yogurt Vivo Line 350 Gr	Supermercados Nacional	Vivo Line	350	RD\$ 244.95	\$4.41
Cereal Honey Bunches of Oats Con Almendras y Miel Post 14.5 Onz	Sirena Market	Post	411	RD\$ 330.00	\$5.94
Cereal Musli Con Almendras Komplete Kellogg's 410 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg's	410	RD\$ 332.95	\$5.99
Cereal Musli Con Miel Komplete Kellogg'S 415 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	415	RD\$ 332.95	\$5.99
CEREAL POST HONEY ROAST Post 14.5 Onz	Sirena Market	Post	411	RD\$ 329.00	\$5.92
Promedios en gramos y precios			392	RD\$ 317.05	\$5.71

*Nota:* Tabla de elaboración propia, basado en el estudio de la oferta de cereales para el desayuno en República Dominicana.

Partiendo de lo anterior se obtiene un parámetro del precio de referencia: 317.05 pesos dominicanos, el equivalente a 5.71 dólares estadounidenses.

**Precios de exportación:** luego de usar la herramienta para el cálculo del precio de exportación, se puede contar con un abanico de precios con los cuales el producto o la empresa puede negociar con sus posibles candidatos hasta llegar a un punto óptimo en la negociación que garantice la compra del producto para la distribución en el mercado exterior, dando paso a la internacionalización de estos.

Descripción del elemento	IMPORTE
<b>Coste Variable Bruto del Producto (CVB)</b>	<b>0.36</b>
<b>Coste Variable Neto del Producto (CVN)</b>	<b>0.36</b>
<b>Margen de Contribución (MC)</b>	<b>0.71</b>
<b>Valor Ex Works (VEW)</b>	<b>1.19</b>
<b>Valor FAS (Franco al Costado)</b>	<b>0.00</b>
<b>Valor FOB/FOT/FOR (Franco a bordo Camión/tren)</b>	<b>1.20</b>
<b>Valor CIF (Coste, Seguro y Flete)</b>	<b>1.71</b>
<b>Precio Venta al Importador (DDP)</b>	<b>1.76</b>
<b>Precio Venta al Minorista</b>	<b>2.51</b>
<b>PVP Previo</b>	<b>4.19</b>
<b>Precio de Venta Final Público</b>	<b>4.19</b>

*Figura 6.* Resumen del cálculo del precio de exportación.

*Nota:* Figura de elaboración propia, con método y herramienta de cálculo de precio de exportación impartido por Lic. Darío Alfaro,

### Valores unitarios.

Costo variable bruto del producto es de \$0.36.

Precio con Margen de Contribución se parte del supuesto que: *con un margen del 50% sobre el precio de venta la empresa obtiene rentabilidad*, aplicando la fórmula del cálculo del margen de contribución, se obtiene un valor de \$0.71, este valor se le suma al costo variable bruto y de esta forma se obtiene el primer precio (precio de venta máximo sobre ventas):

Precio local = \$1.07.

Precio Ex Works (VEW) = \$1.19.

Precio FOB (franco a bordo) = \$1.20.

Precio CIF (Coste, seguro y flete) = \$1.71.

Precio DDP (Gastos de envío pagos) = \$1.76.

Aplicando la fórmula de un margen de contribución para el Mayorista donde se parte del supuesto que: *con un margen del 30% sobre el precio de venta DDP esté obtiene rentabilidad* obtiene:

Precio de venta mayorista = \$2.51.

Aplicando la fórmula de un margen de contribución para el Minorista donde se parte del supuesto que: *con un margen del 40% sobre el precio de venta mayorista esté obtiene rentabilidad*, se obtiene:

Precio de venta minorista o Precio de venta público final = \$4.19.

Al aplicar este método se obtiene un precio al consumidor final de \$4.19, dicho precio se mantiene dentro de los precios de venta de referencia del mercado destino, claro, a ello se le suma que el producto a internacionalizar es un producto nuevo que necesitara, una característica competitiva, con un precio inferior al del mercado actual, puede generar un impacto positivo en la decisión de compra del consumidor final.

**Política de promoción.****Etapa previa: Investigación.****Táctica 1:** Viajes de prospección

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.

**Táctica 2:** Producto.

Investigar el mercado destino y ajustar el producto a la demanda previos a rediseñar la presentación del cereal a una bolsa de 390 Gramos cada una similar a las demás en el mercado, adaptado el producto al mercado de destino y elaboración del nuevo empaque.

**Etapa Inicial: Comunicación**

Comunicar y posicionar los productos de la mano de los Distribuidores / Importadores.

Se ha vuelto muy popular la tendencia de promocionar productos nuevos o ya existentes a través de redes sociales, en tal sentido se sugiere como táctica de promoción, compartir y etiquetar contenido relacionado con el producto, así como la propuesta de rifas y dinámicas de interés para los usuarios.

**Táctica 1:** Post de redes sociales, Instagram y Facebook.

Post que reflejen la interacción de las personas y el cereal en el desayuno, desde niños hasta adultos, desayuno prácticos y rápidos de hojuelas de maíz con cobertura sabor a miel.

**Táctica 2:** Concursos en redes sociales: Instagram y Facebook.

Una de ellas será redactar un post donde indique en qué lugar se estará llevando los impulsos comerciales del producto y todo aquel que se acerque, se tome una fotografía degustándolo, la comparta en sus redes sociales, mencionado los perfiles de la marca y etiquetando a la mayor cantidad de amigos posible con los cuales les gustaría degustar, este recibirá una bolsa de cereal Super Flakes en su presentación de 390 G gratis así se podrá

promover a bajo costos a mayor número de personas que cada día están interesados en experimentar variedades nuevas de cereales para desayuno.

**Etapa de profundización:** Ventas.

Impulsar la venta en colaboración de los distribuidores /Importadores.

**Táctica 1:** Medios publicitarios BTL.

Estos deben recibir acompañamiento en cuanto a la promoción a través publicidad BTL, donde los distribuidores indiquen que es necesario motivar la venta a través del impulso de la marca, tales como: activaciones de marca en canales minoristas, supermercados, centros comerciales o mercados, Vallas móviles, Perifoneo, entre otros.

**Táctica 2:** Promocionales.

Las activaciones de marca deberán contar con promocionales como pequeños platos o herméticos para preparar el cereal para desayuno. Con la condición de aquellos que presenten pruebas o tickets de compra reciente de 2 presentaciones de cereal para desayuno marca Super Flakes Miel se llevan un promocional gratis.

**Etapa de consolidación:** Evaluación del rendimiento en el mercado destino.

**Táctica 1:** Visita comercial.

Un delegado de la empresa debe viajar y verificar el estatus de las ventas del producto en el país destino, esto para verificar si los cumplimientos de los indicadores comerciales se están cumpliendo, así también este puede indagar de manera cualitativa la aceptación de los productos por parte del consumidor final.

## ii. Localización de Agentes / Distribuidores

Tabla 18.

Plan de localización de Agentes / Distribuidores.

Plan de localización de Agentes / Distribuidores.	
Modo seleccionado	<p><b>Transporte Multimodal:</b> Vía terrestre y Aérea, siendo la vía más rápida con costos dentro de los parámetros aceptables para la creación del precio de exportación.</p>
Listado de intermediarios logísticos	<p>La empresa <b>Transportes y logística S.A. de C.V. de El Salvador</b> se encargará del rol que tienen los siguientes intermediarios logísticos, en conjunto con su homólogo en República Dominicana, <b>Syncro Logistics SRL.</b></p> <p><b>Agente aduanero:</b> Se encarga de efectuar los trámites y operaciones en aduana en nombre del exportador o importador. El empresario puede contratar los servicios de un agente aduanero que lo apoye en dichas formalidades o puede hacerlas directamente.</p> <p><b>Operador logístico:</b> Se dedican a planear, operar, coordinar y manejar mercancías por cualquier medio de transporte, a través de medios propios o subcontratando servicios de empresas de transporte.</p> <p><b>Consolidador de carga:</b> Persona natural o jurídica que consolida varios embarques pequeños para varios clientes en una carga más grande y que puede emitir documentos de transporte.</p> <p><b>Empresa de transporte:</b> Es el encargado de efectuar el traslado de la mercancía, se suele conocer por transportista si el transporte es vía terrestre, naviera si es transporte marítimo y operadores aéreos para carga aérea. Pueden contratarse directamente o mediante los servicios de un operador logístico.</p> <p>Involucrados en la actividad de exportación tanto en El Salvador como en el país de destino.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CIEX El Salvador.</li> <li>- PROESA o Invest In.</li> <li>- Aduanas El Salvador.</li> <li>- Aduanas Honduras.</li> <li>- Aeropuerto de Comalapa El Salvador.</li> <li>- Aeropuerto de Las Américas, República Dominicana.</li> <li>- Aduanas República Dominicana.</li> </ul>
Recomendaciones de embalaje	<p>En cuanto al embalaje se recomienda que:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El producto está en su envase primario que es una bolsa monocapa en presentación de 390 Gramos sellado al vacío.</li> </ul>

- 
- Luego en su empaque secundario estará en cajas de cartón de 60x40x40 Cm, donde cada una contendrá 32 bolsas de cereal, con un peso promedios de 12.63 gramos.
  - Posteriormente, se acomodarán por niveles donde cada nivel consta de 5 cajas en pallets americanos (pallets de 120x100 Cm), con un máximo de 5 niveles de alto, donde cada pallet, llevara una altura máxima de 215 Cm con un peso de 315.75 Kg más el peso promedio del pallet americano de 25 Kg dando un total de 25 cajas por pallets.
  - Una vez armado el pallet se deberá aplicar poliestrech de embalaje en el contorno de todas las cajas en el pallet
- Esto garantiza la integridad del producto, el adecuado manejo de los recursos y protección de la carga.

(CIEX El Salvador, 2023)

Fuentes de consulta: (Chavarría, 2023)

(Rodríguez, 2023)

---

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

### iii. Documentación de Exportación (y proveedores de servicios)

En este acápite se fundamentó en la asesoría por parte de un representante de operador logístico, al cual se le realizó un cuestionario, dirigido a conocer más sobre el tema de comercio transfronterizo, documentación y aspectos relevantes de este, véase cuestionario en el Anexo 2.

Tabla 19.

Plan de exportaciones - Documentación.

---

Documentación	
Modelos de documentación básica para exportar	<p><b>Factura de Exportación:</b> documento que emite el exportador una vez confirmado la operación de venta (previo envío de la factura proforma). Debe incluir información importante de la compraventa, tal como la descripción precisa de la mercadería, precio unitario, cantidad y monto total de la operación, la identidad y dirección del exportador e importador, y los detalles de entrega y pago, entre otros datos: ejemplo Ver Anexo 17.</p> <p><b>Lista de Empaque (Packing list):</b> es una lista que contiene el detalle del peso, volumen, cantidad, contenido y embalaje de los paquetes o bultos. Un control básico es que la lista de empaque debe “cuadrar” con</p>

---

---

las unidades especificadas en la factura de exportación. Es elaborada por el exportador: ejemplo Ver Anexo 18.

**DUCA D:** Es la Declaración que se debe emplear para el comercio de mercancías originarias de la región Centroamericana y para exportación de mercancías con terceros países fuera de la región Centroamericana la autorización de este documento la hará CIEX El Salvador y tiene un costo de US\$17.50 + 13% IVA por cada operación: ejemplo Ver Anexo 21.

**Declaración de Mercancías:** Para empresas que operan en Zona Franca, Depósito para Perfeccionamiento Activo o amparadas por la Ley de Servicios Internacionales, la autorización de este documento la hará CIEX El Salvador y tiene un costo de US\$17.50 + 13% IVA por cada operación: ejemplo Ver Anexo 20.

**Certificados de libre venta, certificado de exportación o certificado sanitario:** Para la exportación de cereales para el desayuno es necesario obtener certificado y registro sanitario, ya que este da validez al producto que está aprobado por el ente regulador en el país de origen, el cual es la Unidad de Alimentos y Bebida, de Ministerio de Salud. La solicitud para tramitar este tiene un costo de \$10.00. Ver ejemplo en Anexo 21.

Modelos de documentación específica para exportar

**Certificados de origen:** para el caso de exportar hacia República Dominicana, este se debe gestionar a través de CIEX El Salvador y se definirá bajo que Tratado de Libre Comercio se requiere exportar, si es por TLC CAFTA-DR, y no tiene costo: ejemplos Ver Anexo 22, y para el caso de aplicar a los beneficios del TLC entre Centroamérica y República Dominicana: Ver Anexo 23.

**Documentos de intermediarios logísticos:**

- Terrestre: Manifiesto de Carga y Carta de porte T: ejemplo Ver Anexo 24.
- Marítimo: Conocimiento de embarque o Bill of Lading, B/L: ejemplo: Ver Anexo 25.
- Aéreo: Guía aérea (Air Waybill) : ejemplo Ver Anexo 26.
- Póliza de seguro si aplica: ejemplo Ver Anexo 27.

Fuentes de consulta: (CIEX El Salvador, 2023)  
(Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), 2019)  
(Chavarría, 2023)  
(Argueta de Urbina, 2023)  
(Rodríguez, 2023)

---

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

### 3.2.2. Finanzas

- **Recursos necesarios**

Tabla 20.  
Recursos necesarios para la primera fase de la internacionalización.

Recursos necesarios para la primera fase de la internacionalización		
Momento	Costos	Descripción
Adaptación del producto	\$ 200.00	Costos de envase primario, empaquetado (diseño y elaboración), para exportación de unidades de 390 Gr.
	\$ 100.00	5 Pallets americanos utilizados y paletizado al precio de \$20.00 c/u.
	\$ 105.00	Costo de envase secundario; 150 cajas de cartón de 60x40x40 Cm al precio de \$0.70 c/u.
Registro de Marca en República Dominicana	\$ 100.00	Mano de Obra para preparación de productos (5 empleados a \$20 c/u)
	\$ 102.96	Solicitud.
Promoción Internacional	\$ 54.36	Publicación de marca y reseña reglamento.
Tramites	\$ 5,500.00	Presupuesto estimado para promoción.
	\$ 19.78	Autorización de Declaración de Mercancías o Documento Único Aduanero por cada operación.
	\$ 10.00	Certificados de libre venta, certificado de exportación o certificado sanitario.
	\$ 189.45	Flete terrestre en origen – Export
	\$ 23.60	Sec Fee.
	\$ 189.45	Tasa aeroportuaria/ Trámite aduanal.
	\$ 40.00	Guía Aérea / BL fee.
	\$ 151.56	Rayos X - X Ray.
	\$ 42.23	Manejo en origen – Export.
	\$ 2,197.62	Flete Aéreo - Air Freight / Flete.
Costos logísticos	\$ 246.29	Cargo de Seguridad - Import / Security.
	\$ 246.29	CFS fuel charge.
	\$ 53.10	Manejo en destino – Import.
	\$ 51.56	Flete terrestre en destino – Import.
	Total	\$ 9,623.25
Costos reembolsables	\$ 3,431.15	Es el equivalente a los costos logísticos totales con el incoterm DDP, los cuales son reembolsables en el precio final del producto.
Total real	\$6,192.10	Donde el 89% corresponde al presupuesto de promoción.

Nota: Tabla de elaboración propia.

- **Pronóstico de ventas**

Pronosticar las ventas posibles sobre cereales para el desayuno, dentro del mercado dominicano no es una tarea sencilla en vista que no hay estudios de inteligencia económica que permitan evaluar el producto en dicho mercado, es por ello por lo que para poder tener una idea clara se ha optado analizar este punto desde la perspectiva del sector.

Partiendo de la premisa que:

Los registros a los que está permitido acceder en República Dominicana: se encuentra el dato de importaciones por subpartida 1904.10, en ella, incluyendo productos como:

- Avena en granola
- Avena en hojuelas
- Boquitas insufladas
- Boquitas saladas no insufladas
- Cereal de hojuelas de maíz
- Cereales para desayuno
- Productos a base de cereales

No habiendo así, una segregación por productos, los datos que presenta la oficina de Aduana de República Dominicana son consolidados.

Tabla 21.  
Importaciones de la partida 1904.10 registradas por Dirección General de Aduanas de República Dominicana.

Importaciones registradas por Dirección General de Aduanas de República Dominicana, expresada en millones de US\$ y en valor FOB en el periodo de 2018 a 2022			
Años	De todo el mundo	Desde El Salvador	Participación de El Salvador en las importaciones de la partida 1904.10 de República Dominicana
2018	\$ 20,788,496.62	\$ 2,063,498.94	9.93%
2019	\$ 22,099,133.67	\$ 1,764,586.97	7.98%
2020	\$ 26,157,703.97	\$ 1,126,895.75	4.31%
2021	\$ 28,959,072.15	\$ 1,769,915.22	6.11%
2022	\$ 39,682,873.00	\$ 519,767.45	1.31%
<b>Total</b>	<b>\$ 137,687,279.40</b>	<b>\$ 7,244,664.33</b>	<b>5.26%</b>

*Nota:* Tabla de elaboración propia, con la información obtenida de la Dirección General de Aduanas de República Dominicana - Importaciones de la partida 1904.10.

Si bien los datos de la República Dominicana dentro de la partida 1904.10, no se encuentran segregados, se asume que importan y registran muchos otros tipos de producto en dicha partida, como es el caso de El Salvador, se confirma con un 5.26% que la participación salvadoreña es pequeña aún, si bien cabe aclarar que esta presencia es únicamente debido al producto Boquitas Insufladas, que en promedio por año exportan \$1,448,932.87, este dato se compara a los reportes de exportaciones del CIEX El Salvador en la *Figura 2*, en el capítulo 1 del presente trabajo de investigación.

De lo anterior, PROESA - Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, (2013), afirma que el 50% de la actividad comercial se encuentra en Santo Domingo, partiendo de ello se asume que el promedio anual de las exportaciones realizadas a Santo Domingo, República Dominicana desde El Salvador es de \$724.466.43.

En vista que en el valor de las exportaciones anterior, la participación de cereales para desayuno es del 0.0%, porque no hay exportaciones de ese producto hacia dominicana.

El estudio Análisis del tamaño y la participación del mercado de cereales para desayuno, tendencias y pronósticos de crecimiento (2023 - 2028), calcula una tasa de crecimiento anual compuesta, (esta mide el crecimiento de una inversión como si hubiera crecido a un ritmo estable en una base compuesta anualmente) del 5.08% de 2023 a 2028 en este sector (Mordor Intelligence Research & Advisory, 2023).

Para efectos de desarrollar un pronóstico de ventas para los próximos años se proponen los siguientes supuestos.

Según:

**Supuesto 1:** Cumplir con la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 5.08%.  
Con margen de error de un 0.05%, tomando de base las ventas anuales pronosticadas.

**Supuesto 2:** incrementar las exportaciones promedio anuales en valor FOB a Santo Domingo en un 3% sobre el promedio anual de 2018 a 2022 de las exportaciones en la partida 1904.10 y que este corresponda a la exportación de Cereales para desayuno.

**Supuesto 3:** tomar en cuenta la tasa de crecimiento poblacional para ajustar el incremento en el pronóstico de ventas.

**Supuesto 4:** incrementar el porcentaje de metas de ventas en un 0.5% cada dos años.

Tabla 22.  
Pronóstico de ventas.

Pronóstico de ventas para el producto cereales para el desayuno importados de El Salvador y distribuidos en el mercado de Santo Domingo, República Dominicana, para el periodo de 2023 a 2028.						
Expresado en valor FOB, en dólares estadounidenses						
Pronostico desde la perspectiva de la demanda.						
Año	2023*	2024	2025	2026	2027	2028
Población estimada	3,054,470	3,103,108	3,151,170	3,197,686	3,244,014	3,291,192
Variación poblacional con respecto al año anterior	0.00%	1.59%	1.55%	1.48%	1.45%	1.45%
% de meta de ventas anual	3.00%	3.00%	3.50%	3.50%	4.00%	4.00%
% de crecimiento estimado del mercado (suma de variación poblacional anual más % de meta de ventas anual)	3.00%	4.59%	5.05%	4.98%	5.45%	5.45%
Ventas pronosticadas	\$ 21,734.09	\$ 22,732.20	\$ 23,879.91	\$ 25,068.21	\$ 26,434.13	\$ 27,875.93
Ene – Mar.	\$5,433.52	\$ 5,683.05	\$5,969.98	\$6,267.05	\$6,608.53	\$6,968.98
Abr – Jun.	\$5,433.52	\$5,683.05	\$5,969.98	\$6,267.05	\$6,608.53	\$6,968.98
Jul – Sep.	\$5,433.52	\$5,683.05	\$5,969.98	\$6,267.05	\$6,608.53	\$6,968.98
Oct – Dic.	\$5,433.52	\$5,683.05	\$5,969.98	\$6,267.05	\$6,608.53	\$6,968.98
2023* Año de base						

*Nota:* Tabla de elaboración propia, con la información obtenida de la Dirección General de Aduanas de República Dominicana - Importaciones de la partida 1904.10 y estadísticas de la Oficina Nacional de Estadísticas de República Dominicana.

### **Comprobación No. 1**

El precio FOB del producto unitario es de \$1.20 multiplicado por las 4,800 unidades, da como resultado \$5,760.00, este valor corresponde a la exportación inicial para las operaciones comerciales en el mercado destino, estimado para los primeros tres meses.

### **Comprobación No. 2**

Verificando si el crecimiento de las ventas pronosticadas de cereales para desayuno en el periodo de 2023 a 2028 cumple con la tasa de crecimiento compuesta (CAGR) del 5.08%. Con margen de error de un 0.05%, expresada por (Mordor Intelligence Research & Advisory, 2023), para ello se aplicará la fórmula del cálculo:

$$\text{Tasa de crecimiento compuesta (CAGR)} = \left( (\text{Valor final} / \text{Valor inicial})^{(1/n)} \right) - 1$$

Donde:

Valor Final = las ventas de 2028

Valor Inicial = las ventas de 2023

n = El número de años transcurridos = 5 años

$$\text{Tasa de crecimiento compuesta (CAGR)} = \left( (\$ 27,875.93 / \$ 21,734.09)^{(1/5)} \right) - 1$$

$$\text{Tasa de crecimiento compuesta (CAGR)} = 0.0510359154628877$$

$$\text{Tasa de crecimiento compuesta (CAGR)} = 5.10\%$$

La cual cumple con el margen de error del: 0.05%

- **Formas de cobro**

Para el tema de cobro por parte de los productores o empresarios salvadoreños se propone dos alternativas de cobro.

- El pago se hará por transferencia bancaria, la transacción se realizará en dos pagos, 50% anticipado y el 50% contra embarque será a través del medio más conveniente para los distribuidores o importadores dominicanos.

- Pago anticipado por el valor del costo total del producto, y gastos de envío, con este método se garantiza mantener un punto de equilibrio en caso de algún posible impago por parte del comprador en el mercado destino.

- **Divisa**

Al mes de octubre de 2023 la tasa de cambio en República Dominicana esta: a 56.88 pesos dominicanos por cada un dólar estadounidense, precio de venta o de forma inversa cada peso dominicano equivale a 0.018 de dólar estadounidense (Banco Central de República Dominicana, 2023).

### **Búsqueda de clientes**

- **Búsqueda en directorios**

Candidatos a clientes fueron brindados por el representante de la embajada de República Dominicana en El Salvador, posteriormente fueron verificados en línea con sus antecedentes y capacidades como empresa y fueron seleccionados como posibles candidatos para hacer tratos comerciales de distribución.

**Grupo Nacional de Distribución, S.A.S.:** Empresa de distribución y comercialización, líderes en la representación de marcas exclusivas en el país, dirigidas al mercado Detallistas, Mayoristas y Supermercados Independientes y Regionales, Dirección: Calle Félix Evaristo Mejía, Santo Domingo, República Dominicana Tel. (809) 797-8089.

**Abaxa Corporation, SRL:** Empresa que se especializa la importación y distribución productos de consumo masivo y materiales de empaque. Dispone de una eficiente infraestructura y una moderna y sólida plataforma tecnológica y logística que le permite distribuir sus productos a todo el territorio dominicano. Dirección: Parque Comercial Los Cedros, Km. 17, Autopista Duarte, Los Alcarrizos, Santo Domingo, CP 10801, República Dominicana, Tel. +1 (809) 564 1401, E-mail: moc.proxaba@ofni.

**Distribuidora 2000:** Empresa con sede en La Vega la cual se encarga de venta y distribución de productos de consumo masivo. Distribuidores autorizados de Colgate, Libretas Apolo, Niveo y cientos de marcas. Dirección: Juan ballenilla, casi esq guarocuya #25, Herrera, Santo Domingo, Tel. 1 (809) 289-2330.

**Distribuidora Corripio:** Empresa cuyo rubo es la comercialización, fabricación, importación, exportación, y servicio de postventa de prestigiosas marcas y productos. Dirección: Av. Núñez de Cáceres esq. Calle 1, San Gerónimo, Santo Domingo, Rep. Dom. Tel. 1.809.227.3000, e-mail: info@corripio.com.do.

- **Estudios de mercado**

No existen estudios previos de sobre el producto de cereales para el desayuno en relación con el mercado destino seleccionado, Santo Domingo, República Dominicana.

- **Instituciones relacionadas al comercio exterior privadas y públicas**

- Ministerio de Hacienda – Dirección General de Aduanas El Salvador.
- Banco Central de Reserva - CIEX El Salvador.
- Ministerio de Salud – Unidad de Alimentos y Bebidas.
- COEXPORT.
- PROESA o Invest In.
- Aduanas Honduras.
- Puerto Cortés Honduras.
- Puerto Caucedo República Dominicana.
- Aduanas República Dominicana.

## Conclusiones

En este trabajo se desarrolló un plan de internacionalización para cereales a base de maíz insuflados o tostados, hacia el mercado de República Dominicana, y de tal forma que este sea una guía de ejemplo para futuros exportadores salvadoreños.

Lo más importante para el desarrollo del plan de internacionalización de productos fue explorar la mayor cantidad de variables posibles que influyeron en este, tales como: estudiar el mercado destino, el consumidor, aspectos de relaciones internacionales entre El Salvador y República Dominicana, así también definir el producto en términos de sector, porque de esta forma se puede entender la magnitud de internacionalizar productos y evaluar esos aspectos que influyen en forma positiva o negativa para que la internacionalización sea efectiva.

Fue de gran ayuda el apoyo de fuentes secundarias para contar con información verídica como reportes gubernamentales de ambos países, artículos, y escritos sobre la temática, porque ello permitió en gran medida conocer más en profundidad el mercado destino sin la necesidad de invertir en ir a República Dominicana y realizar un estudio como tal.

No poder estudiar el mercado destino directamente se convirtió en una limitante, ya que la información fue escasa porque no se logró acceder a datos estadísticos de las importaciones de República Dominicana, únicamente del producto pues, estos los presentan en forma consolidada dentro de la partida 1904.10 además de no contar con estudios previos sobre el producto en el mercado destino, y estudiarlo desde la perspectiva de la oferta también, porque en El Salvador solo existe una empresa que se encarga de producir y comercializar este

producto y acceder a una entrevista, fue imposible a causa de la disponibilidad de proveer espacio para la entrevista académica que se esperaba realizar en dicha empresa.

Por lo anterior, se establece que el potencial de los cereales para el desayuno elaborados en El Salvador hacia República Dominicana es escaso en vista de los registros históricos, donde la presencia de este producto tanto en el mercado nacional como internacional es escasa y los elementos como características físicas así como precio no son tan competitivos basándose en los productos de la competencia en el mercado destino.

A pesar de los puntos negativos, se establece que para el producto de cereales para el desayuno, salvadoreños sí existen ventajas a través de los TLC firmados donde también República Dominicana es miembro y es que en mayor relevancia, estos dotan de libre paso fronterizo al producto a ser catalogado en estos con un arancel cero.

Los productos cereales para desayuno salvadoreños, su internacionalización no es tan fiable al mercado de Santo Domingo, República Dominicana, pues bajos los supuestos de la elaboración del precio del producto en el mercado destino, este se mantiene dentro del rango de los de la competencia, pero con desventaja pues la competencia son marcas con mayor producción de cereales para desayuno en el mundo, lo cual se traduce en mayor impacto de aceptación en el consumidor dominicano.

## Recomendaciones

Los productores o empresarios salvadoreños interesados en la internacionalización de sus productos, deben tomar en cuenta las variables expresadas en este trabajo para el diseño de un plan efectivo y sólido, previo a internacionalizar sus productos en los mercados exteriores que decidan explorar, además de tener en cuenta que esto lleva un costo que se puede traducir en una inversión a largo plazo, pues al investigar a fondo las variables involucradas, su internacionalización será efectiva y beneficiosa, por otro lado, existe la probabilidad de pese a todo el esfuerzo investigativo, se determine que no es beneficioso para los interesados internacionalizar a los mercados exteriores seleccionados.

Los investigadores deberán contar con recursos suficientes para llevar a cabo el desarrollo de un plan de internacionalización de productos efectivo, tales como recursos financieros, movilidad para acceder a distintas fuentes de información tanto primarias como secundarias y en el caso de un producto específico contar y estimular el apoyo de los productores o empresarios salvadoreños interesados en la internacionalización de sus productos, solo así se garantizara el aprovechamiento de los recursos y el resultado óptimo del desarrollo de un plan de internacionalización.

Las instituciones gubernamentales directamente relacionadas con el impulso y crecimiento de las exportaciones para el desarrollo económico y sostenible del país, deberían estudiar aquellos productos y servicios de mayor facilidad de producción en El Salvador y su factibilidad y fiabilidad ante la comercialización fuera de las fronteras nacionales, de esta forma

garantizar nuevas oportunidades de desarrollo económico, además, las instituciones gubernamentales encargadas de la recolección, procesamiento, resguardo de información como estadísticas, clasificaciones arancelarias entre otros, deberían garantizar el acceso pronto y oportuno a estas, cuando los requerimientos sean con fines académico, puesto garantizara el desarrollo y estímulo del pensamiento innovador que ayuda a seguir impulsando el desarrollo de El Salvador y sus habitantes.

## Referencias

- Alfaro Alfaro, A. D. (2023). Acceso a mercados. *¿Cómo elaborar tu plan de internacionalización?*
- Alim Lezcano, E. P. (2018). *Análisis de producto cereales para el desayuno*. Obtenido de alimentosargentinos.gob.ar: [www.alimentosargentinos.gob.ar](http://www.alimentosargentinos.gob.ar)
- Argueta de Urbina, A. L. (Noviembre de 2023). Consultas electronicas a la Unidad de Alimentos y Bebidas de Ministerio de Salud. (G. Alfaro, Entrevistador)
- Banco Central de la República Dominicana. (1 de agosto de 2022). *Informe economía dominicana a junio de 2022*. Obtenido de [bancentral.gov.do](http://bancentral.gov.do): <https://www.bancentral.gov.do/a/d/5425-informe-economia-dominicana-a-junio-de-2022>
- Banco Central de República Dominicana. (marzo de 2020). *Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los hogares ENGIH 2018*. Obtenido de [cdn.bancentral.gov.do](http://cdn.bancentral.gov.do): [https://cdn.bancentral.gov.do/documents/estadisticas/encuesta-de-gastos-e-ingresos/documents/ENGIH\\_2018.pdf?v=1592486631779](https://cdn.bancentral.gov.do/documents/estadisticas/encuesta-de-gastos-e-ingresos/documents/ENGIH_2018.pdf?v=1592486631779)
- Banco Central de República Dominicana. (octubre de 2023). *Mercado cambiario - Tasa de cambio de referencia del mercado spot*. Obtenido de [bancentral.gov.do](http://bancentral.gov.do): [https://cdn.bancentral.gov.do/documents/estadisticas/mercado-cambiario/documents/TAC4009\\_BC\\_2023.pdf?v=1699551753523](https://cdn.bancentral.gov.do/documents/estadisticas/mercado-cambiario/documents/TAC4009_BC_2023.pdf?v=1699551753523)
- 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](http://bcr.gob.sv): [https://www.bcr.gob.sv/comex/ce\\_comercio\\_exterior.php](https://www.bcr.gob.sv/comex/ce_comercio_exterior.php)
- Banco Mundial. (2019). *Impacto del comercio de productos de bajo valor nutricional en República Dominicana*. Obtenido de [thedocs.worldbank.org](http://thedocs.worldbank.org):

<https://thedocs.worldbank.org/en/doc/844781599159365919-0090022020/original/TF0A4082InformeFINALComercioRD.pdf>

Banco Mundial. (2022). *Inflación porcentual anual de Republica Dominicana*. Obtenido de [datos.bancomundial.org](https://datos.bancomundial.org):

<https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?locations=DO>

BLITA International. (1 de febrero de 2021). *Esto es lo que debe hacer para abrir una empresa en República Dominicana*. Obtenido de Blita.com: <https://www.blita.com/es/noticias/abrir-empresa-republica-dominicana>

Bonifacio, J. (10 de febrero de 2020). *¿Qué desayunan los dominicanos?* Obtenido de [www.elcaribe.com.do](http://www.elcaribe.com.do): <https://www.elcaribe.com.do/gente/estilo/que-desayunan-los-dominicanos/>

Cantón González, J. J. (2020). *Tipo de internacionalización*. San Salvador, El Salvador.: Universidad de El Salvador, Faculta de Ciencias Económicas, Escuela de Mercadeo Internacional.

Cateora, P., Gilly, M. C., & Graham, J. (2014). *Marketing internacional 14° edición*. D.F, México: McGraw-Hill Interamericana.

Centroamérica y República Dominicana. (27 de Mayo de 1999). Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana. *Art. 4.02*. Santo Domingo, República Dominicana. Obtenido de <http://infotrade.minec.gob.sv/republica-dominicana/>

Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana. (5 de agosto de 2004.). Tratado de libre comercio entre Centroamérica, Estados Unidos y República Dominicana - CAFTA-DR. *Art. 4.1*. Obtenido de <http://infotrade.minec.gob.sv/cafta/>

Chavarría, D. (20 de Septiembre de 2023). Asesoría sobre elementos y documentación importantes en el proceso logístico desde la perspectiva de la DGA de El Salvador. (G. Alfaro, Entrevistador)

CIEX El Salvador. (2023). *Exportaciones de productos de cereales a base de maíz registrados en CIEX El Salvador período entre año 2018 y 2022*. San Salvador: Exportaciones - CIEX El Salvador.

Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional. (s.f.). *Perfil Comercial de la República Dominicana*. Obtenido de Uncitral.un.org: [https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/commercial\\_profile\\_dominican\\_republic\\_spanish.pdf](https://uncitral.un.org/sites/uncitral.un.org/files/commercial_profile_dominican_republic_spanish.pdf)

Comisión Interamericana de los Derechos Humanos - OEA. (7 de octubre de 1999). *Informe sobre la situación de los derechos humanos en la República Dominicana*. Obtenido de [www.cidh.oas.org](http://www.cidh.oas.org): <https://www.cidh.oas.org/countryrep/Rep.Dominicana99sp/indice.htm>

Cuevas Villegas, C. F. (abril-junio de 2002). *FIJACIÓN DE PRECIOS Costo Plus (Costo más margen) y Target Costing (Costeo Objetivo)*. Obtenido de [redalyc.org](http://www.redalyc.org): <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21208301>

Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2019). *Marketing Internacional 11ª edición*. Ciudad de México: Cengage Learning Editores S.A. de C.V.

De la Fuente S., M., & Muñoz C., C. (2003). *Ventaja competitiva: ¿Actividades o recursos?* Talca, Chile: Universidad de Talca.

Export Potential Map, W. (2023). *Export Potential Map*. Obtenido de [exportpotential.intracen.org](http://exportpotential.intracen.org): <https://exportpotential.intracen.org/es/markets/analyze?whatMarker=k&what=190410&fromMarker=i&exporter=222&toMarker=j>

García, Y. (21 de septiembre de 2023). Cuestionario de preguntas abiertas dirigido a la Embajada de República Dominicana en El Salvador. (G. Ramirez, Entrevistador)

- González Ulloa, I. Y., Moreno Pérez, L. P., & Tobar Melara, G. E. (2013). *Directorio de apoyo a las exportaciones salvadoreñas: programas y servicios*. San Salvador, El Salvador: Universidad de El Salvador.
- Guerra Guerra, P. (2012). *Plan de negocios para la creación de una empresa que se dedique a la elaboración y comercialización de insuflado de quinoa en el distrito metropolitano de Quito*. Obtenido de repositorio.puce.edu.ec:  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7767/2.22.001897.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.
- Hervert-Hernández, D. (2022). *El papel de los cereales en la nutrición y en la salud en el marco de una alimentación sostenible*. doi:<http://dx.doi.org/10.20960/nh.04312>
- Hill, C., & Jones, G. (2011). *Administración Estratégica. Un enfoque integral, 11ª ed.*, México: Cengage.
- Hurtado León, I., & Toro Garrido, J. (2005). *PARADIGMAS Y METODOS DE INVESTIGACION en tiempos de cambio, 5ta. edición*. Carabobo. Venezuela.: Episteme Consultores Asociados C. A.
- Impuestos Internos de República Dominicana. (2023). *ITBIS*. Obtenido de <https://dgii.gov.do/>:  
<https://dgii.gov.do/cicloContribuyente/obligacionesTributarias/principalesImpuestos/Paginas/Itbis.aspx>
- Ing. Alim. Elizabeth P. Lezcano Secretaria de Agricultura, G. y. (2022). *magyp.gob.ar*. Obtenido de [magyp.gob.ar](http://magyp.gob.ar)
- Inteligencia Comercial - Ministerio de Economía de El Salvador. (2020). *Ficha Logistica de República Dominicana 2022*. Obtenido de [inteligenciacomercial.minec.gob.sv](http://inteligenciacomercial.minec.gob.sv):

<http://inteligenciacomercial.minec.gob.sv/wp-content/uploads/2022/10/Ficha-Log%C3%ADstica-Rep%C3%ABblica-Dominicana-2022..pdf>

International Trade Centre. (2023). *Market Access Map - Requisitos reglamentarios*. Obtenido de <https://www.macmap.org/>: <https://www.macmap.org/es/query/regulatory-requirement>

Martin-Guart, R., & Botey López, J. (2020). *Glosario de marketing digital*. Barcelona, España: Editorial UOC. Obtenido de <https://elibro-net.minerva.remotexs.co/es/lc/biblioues/titulos/167260>.

Ministerio de Agricultura de la República Dominicana. (s.f.). *Información y Permiso para la Importación de Productos y Subproductos de Origen Vegetal*. Obtenido de [agricultura.gob.do](http://agricultura.gob.do): <https://agricultura.gob.do/servicios/informacion-sobre-procedimientos-para-la-importacion-de-productos-y-sub-productos-de-origen-vegetal/>

Ministerio de Agricultura de República Dominicana. (mayo de 2019). *Boletín estadístico del sector agropecuario de la República Dominicana, 2018*. Obtenido de [agricultura.gob.do](http://agricultura.gob.do): <https://agricultura.gob.do/wp-content/uploads/2022/09/Boletin-Estadistico-del-Sector-Agropecuario-2002-2018.pdf>

Ministerio de economía de El Salvador. (s.f.). *Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana*. Obtenido de Sistema de informacion comercial: <http://infotrade.minec.gob.sv/republica-dominicana/>

Ministerio de Hacienda de República Dominicana. (2016). *Gastos Tributarios en República Dominicana - Estimación para el Presupuesto General del Estado del año 2017*. Obtenido de [www.hacienda.gob.do](http://www.hacienda.gob.do): <https://www.hacienda.gob.do/wp-content/uploads/2018/12/2017-05-07-Estimacion-del-Gasto-Tributario-RD-2017-Definitivo.pdf>

- Ministerio de Industria, Comercio & Mipymes de la República Dominicana. (Ministerio de Industria, Comercio & Mipymes de la República Dominicana de agosto de 2018). *Perfil Comercial República Dominicana – El Salvador*. Obtenido de <https://micm.gob.do/images/pdf/direcciones/comercio-exterior/departamento-inteligencia-comercial/perfiles-pais/El-Salvador.pdf>
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y MIPYMES. (2018). *MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y MIPYMES*. Obtenido de [www.micm.gob.do](http://www.micm.gob.do): <https://www.micm.gob.do/pdf>
- Ministerio de Trabajo de la República Dominicana. (2012). *Código Laboral en la República Dominicana*. Santo Domingo: República Dominicana.
- Miranda Soberón, U. E., & Acosta E., Z. (2008). *Fuentes de la información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa*. Ica, Perú: Facultad de Medicina de la Universidad de Nacional de San Luis Gonzaga de Ica.
- Mordor Intelligence Research & Advisory. (1 de noviembre de 2023). *Análisis del tamaño y la participación del mercado de cereales para el desayuno tendencias y pronósticos de crecimiento (2023 - 2028)*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/breakfast-cereals-market>
- Moreno C, F., Marthe Z, N., & Rebolledo S, L. (2010). *Cómo escribir textos académicos según las normas internacionales: APA, IEEE, MLA, VANCOUVER e ICONTEC*. Barranquilla, Colombia: Ediciones Uninorte.
- Navas, M. E. (22 de Junio de 2020). *BBC News Mundo*. Obtenido de Nueva Ruta de la Seda de China: cómo la pandemia de coronavirus amenaza la mayor iniciativa de política exterior de Pekín: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-53093566>

- Observatorio de Complejidad Económica. (2018). *Comida de cereal y gránulos en República Dominicana*. Obtenido de Observatorio de Complejidad Económica: <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/cereal-meal-and-pellets/reporter/dom>
- Oficina Comercial de Chile en República Dominicana - ProChile. (septiembre de 2013). *Estudio de Canal de Distribución Alimentos Procesados en República Dominicana*. Obtenido de acceso.prochile.cl: [https://acceso.prochile.cl/wp-content/files\\_mf/1387895978RDominicana\\_canales\\_alimentos\\_2013.pdf](https://acceso.prochile.cl/wp-content/files_mf/1387895978RDominicana_canales_alimentos_2013.pdf)
- Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo. (marzo de 2023). *Guía de país de República Dominicana*. Obtenido de ICEX España Exportación e Inversiones: <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/106/documentos/2023/03/anexos/gp-republica-dominicana-230313.pdf>
- Oficina Nacional de Estadísticas de República Dominicana. (2018-2020). *Oficina Nacional de Estadísticas de República Dominicana*. Obtenido de [www.one.gob.do](http://www.one.gob.do): <https://www.one.gob.do/datos-y-estadisticas/temas/estadisticas-demograficas/familia-y-hogares/>
- Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA). (2019). *Directorio Nacional de Empresas Exportadoras*. San Salvador: PROESA.
- Prada Rozo, M. J., & Cuevas Gómez, R. D. (01 de agosto de 2022). *REVISTA DE INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN EDUCATIVA*. Obtenido de [revie.gob.do](http://revie.gob.do): <https://doi.org/10.47554/revie.vol9.num2.2022.pp69-85>
- Presidencia de la República Dominicana. (22 de febrero de 2023). *Representante de la ONU dice RD mejora 32 puntos en último informe sobre Corrupción Gubernamental*. Obtenido de [presidencia.gob.do](http://presidencia.gob.do): <https://presidencia.gob.do/noticias/representante-de-la-onu-dice-rd-mejora-32-puntos-en-ultimo-informe-sobre-corrupcion>

- PROESA - Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador. (2013). *Estudio de mercado República Dominicana - Canal autoservicio y tradicional*. Obtenido de [www.proesa.gob.sv](http://www.proesa.gob.sv): <http://www.proesa.gob.sv/exportaciones/programas-de-apoyo/exportar-mas>
- Revista Forbes Centroamérica. (11 de marzo de 2020). *Ingreso mensual de familias dominicanas es de 765 dólares: Banco Central*. Obtenido de [forbescentroamerica.com](http://forbescentroamerica.com): <https://forbescentroamerica.com/2020/03/11/ingreso-mensual-de-familias-dominicanas-es-de-765-dolares-banco-central>
- Rivas, J. A., & Esteban, I. G. (2015). *Comportamiento del consumidor - Decisiones y estrategia de marketing*. Ciudad de Mexico: ESIC EDITORIAL.
- Rodríguez, M. (01 de noviembre de 2023). Guía de entrevista sobre comercio exterior y la internacionalización de productos. (G. E. Alfaro Ortiz, Entrevistador)
- Sandhusen L, R. (2002). *Mercadotecnia, Primera Edición*. Compañía Editorial Continental.
- Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA). (2019). *Preguntas frecuentes sobre la DUCA*. Obtenido de [duca.sieca.int](http://duca.sieca.int): <https://www.duca.sieca.int/PortalAdminDUCA/Content/Preguntas%20frecuentes%20-%20Admin%20DUCA.pdf>
- Sistema de Información Comercial – Ministerio de Economía. (2022). *Programa de Desgravación Arancelaria. Recuperado de .* Obtenido de [infotrade.minec.gob.sv](http://infotrade.minec.gob.sv): <http://infotrade.minec.gob.sv/republica-dominicana/administracion-del-acuerdo/programa-de-desgravacion-arancelaria/>
- Sistema de Información Comercial – Ministerio de Economía. (s.f.). *Productos a base de cereales obtenidos por insuflado o tostado - Programa de Desgravación Arancelaria*. Obtenido de <http://infotrade.minec.gob.sv>: <http://infotrade.minec.gob.sv/republica-dominicana/administracion-del-acu>

Sistema de la Integración Centroamericana (SICA). (2023). *Estados miembros*. Obtenido de [www.sica.int](http://www.sica.int):

<https://www.sica.int/estadosmiembros#:~:text=El%20Sistema%20de%20la%20Integraci%C3%B3n%20Centroamericana%20%28SICA%29%2C%20es,y%2C%20a%20partir%20de%202013%2C%20la%20Rep%C3%ABlica%20Dominicana>.

Super Selectos EL Salvador. (2023). *Cereal Kellogg's® Corn Flakes 300g*. Obtenido de [www.superselectos.com](http://www.superselectos.com): <https://www.superselectos.com/Tienda/Catalogo/cereales-desayuno?categoria=852>

Supermercados Nacional República Dominicana. (2023). *Cereal Corn Flakes Kellogg'S 300 Gr.* Obtenido de [supermercadosnacional.com](http://supermercadosnacional.com): <https://supermercadosnacional.com/cereal-corn-flakes-kellogg-s-300-gr>

TradeMap.Org. (s.f.). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Obtenido de [TradeMap.org](http://www.trademap.org): [https://www.trademap.org/Bilateral\\_TS.aspx?nvpm=3%7c222%7c%7c214%7c%7cOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c%7c1](https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c222%7c%7c214%7c%7cOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c%7c1)

Vargas, A. (2017). *Investigación de Mercados*. Bogotá D.C., Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina.

## Glosario

**Agente de compras de exportaciones:** es un representante de compradores extranjeros localizados en el país de origen del exportador.

**Agentes (o comisionista):** empresa independiente que vende a los clientes en nombre del fabricante (exportador) normalmente no verá ni almacenará el producto. Sus ingresos provienen de una comisión por lo general del 5 al 10 % que paga el fabricante según acuerdo previo.

**Bróker:** intermediario que pone en contacto al vendedor y comprador.

**BTL:** por sus siglas en inglés “below the line” son medios publicitarios creativos dirigidos a públicos concretos, como eventos, degustaciones, vallas móviles, etc.

**Casa de exportación:** la casa de exportación, o empresas de gestión de exportaciones, son compañías especializadas creadas para actuar como “departamento de exportaciones” de varias empresas, y como tales, hacen negocios en nombre de cada uno de los fabricantes a los que representan comercial y su Know-how empresarial, por un tiempo limitado, y en un territorio determinado, a cambio de cierta remuneración económica (derechos de entrada y tasa periódica).

**Distribuidores / importadores:** son representantes de la empresa en exclusiva, y por lo general, son los únicos importadores del producto de la empresa en sus mercados. Como comerciantes independientes, los distribuidores compran por propia cuenta y tienen la libertad de elegir a sus propios clientes y fijar condiciones de ventas.

**ENGIH:** Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los Hogares realizada por Banco Central de la República Dominicana con la colaboración de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE).

**Filiales:** La filial extranjera es una empresa local que pertenece y es gestionada por una empresa extranjera, pero sometida a la legislación del país de destino importación.

**Joint venture:** Es una asociación entre dos o más partes que implica a dos empresas matrices que crean una empresa filial que actúa en el mercado. En las Joint ventures las partes pueden tener su sede en distintos países y deciden crear una empresa conjunta para entrar en un nuevo mercado que de manera individual le sería complejo.

**Licencias/ franquicias:** Las licencias son otra forma de contar con producción en local o mercados extranjeros sin tener que invertir. Difieren de la contratación de la producción en que normalmente son a un plazo más largo e implican muchas más responsabilidades para la empresa nacional porque la empresa transfiere más funciones de la cadena de valor al licenciario y las Franquicias se define como un sistema de colaboraciones entre dos partes jurídicamente independientes, vinculadas a través de un contrato mediante el cual una de las partes (la empresa franquiciante) cede a la otra (franquiciado), el derecho de utilizar su marca

**Piggyback:** consiste en la utilización de la red de ventas de otra compañía a cambio de un pago de una comisión, y se utiliza normalmente para los productos de empresas que están relacionadas entre sí pero que cuyos productos no compiten entre sí, es decir que se complementan.

**Poliestrech:** es una película para paletizar, es un material de plástico transparente, hecho con resina de polietileno de baja densidad lineal, esto le permite tener una alta resistencia mecánica y un bajo espesor, se utiliza para envolver y contener de forma segura y aislada diversos materiales.

**Sucursales:** La sucursal extranjera es una ampliación del fabricante y forma parte legal de su empresa, aunque también suele emplear como vendedores a nacionales del país en el que se encuentra.

**Trading Company:** son especialistas que cubren toda la operativa de exportación e

## Anexos

### Anexo 1. Guía de entrevista y encuesta a Embajada de República Dominicana en El Salvador.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



#### GUIA DE ENTREVISTA / CUESTIONARIO

#### Guía de entrevista sobre productos y la internacionalización de estos.

Fecha: 21 de septiembre de 2023

Lugar: San Salvador

Entrevistador: Br. Glenda Arely Ramírez Henríquez.

Entrevistado: Sr. Yorki García - Primer Secretario de la Embajada de la República Dominicana en El Salvador.

#### Introducción

Somos estudiantes egresados de la Licenciatura en Mercadeo Internacional y actualmente estamos cursando la especialización en internacionalización de productos, como partes del proceso de graduación debemos realizar un plan de internacionalización de productos para unos de los productos de la subpartida arancelaria 1904.10, donde el producto seleccionado fue Cereales para el desayuno tipo corn flakes, clasificado según CIEX El Salvador en la subpartida 1904.10.10, los datos obtenidos serán de puro uso académico y de índole confidencial.

#### Características de la entrevista

El siguiente cuestionario está dirigido a la Embajada de República Dominicana en El Salvador con el objetivo de conocer más de la República Dominicana y específicamente hábitos de consumos y relaciones de negocio sobre el producto cereales para el desayuno y su consumo en la provincia de Santo Domingo

**Indicaciones:** Lea cuidadosamente y conteste abiertamente las preguntas a continuación.

#### 1. Generalidades sobre el país destino para la exportación.

La República Dominicana tiene 10,000,000 millones de habitantes y es un país democrático actualmente su presidente es el Sr. Luis Abinader Corona. Este país se encuentra en El Caribe con una gran influencia en Centroamérica, miembro parte del SICA y pertenece a las Antillas Mayores del Caribe, tiene una extensión territorial de aproximadamente 48,000km cuadrados y tiene 1600km de hermosas playas.

#### 2. ¿Existen productores o empresas salvadoreñas que exporten cereales para el desayuno, a base de maíz hacia República Dominicana?

No.

#### 3. Beneficios para República Dominicana con acuerdos entre El Salvador:

Los acuerdos entre ambos países permitan expandir y diversificar los mercados; promover condiciones de libre competencia; eliminar las barreras al comercio, al movimiento de capitales y de personas de negocios; pero además se aumentarán las oportunidades de inversión para ambos países.

**4. ¿En qué provincia se consumen más cereales para el desayuno?**

En el país de la República Dominicana, en la provincia que más se consume cereales a base de maíz en San Pedro de Macoris.

Cabe destacar que el consumo es generalizado en todo el país y es una parte integral de la cultura culinaria dominicana. Por lo tanto, cada provincia puede tener sus especialidades y preferencias en cuanto a la preparación de platos a base de maíz.

**5. ¿Considera que República Dominicana como actual exportador de cereales, aún necesita importar?**

En 2021, República Dominicana exportó \$484k en Maíz. Los principales destinos de República Dominicana exportaciones en Maíz fueron Haití (\$445k), Aruba (\$26,5k), Estados Unidos (\$9,69k), España (\$1,67k), y Turcas y Caicos (\$245).

No considero que sea necesaria la importación de este producto en exceso, si bien puede diversificar el mercado, pero no es una necesidad tan prometedora para un empresario dispuesto a invertir e intentar abrirse en República Dominicana.

**6. ¿De acuerdo con su experiencia considera viable realizar exportaciones de este producto hacia República Dominicana?**

No lo considero viable, ya que este producto si ya procesado como cereales para el desayuno, no está como platillo principal en la mesa de los dominicanos ya que principalmente para el desayuno se consume el Majanaque, Chenche, y productos a base de plátanos por ello es por lo que la exportación del maíz es grande en el país.

**7. Según su opinión, ¿cuál es la forma correcta de negociar con los dominicanos?**

Presentar de forma clara la idea los negocio que pretende realizar, estudiar el mercado y resaltar los detalles la rentabilidad del negocio siempre ser puntual, usar vestimenta adecuada a la ocasión, importancia a las relaciones interpersonales, informarse de la historia y cultura dominicana, cuan salude que sea con un saludo firme pero amistoso. Para el dominicano las relaciones interpersonales son importantes, pero siempre de forma respetuosa y conservadora.

**8. Según su conocimiento, ¿cuáles serían las opciones de empresas o importadores más reconocidas de productos en Santo Domingo?**

- Grupo Nacional de Distribución, S.A.S
- Abaxa Corporation, SRL
- Distribuidora 2000
- Distribuidora Corripio

**Observaciones:**

Los datos proporcionados en este instrumento son de estricto carácter académico, utilizados en el proceso de investigación para el curso de especialización en internacionalización de productos, agradecemos la participación en la entrevista esperamos volver a contar con su ayuda en próximas investigaciones de carácter académico.

## Anexo 2. Guía de entrevista y encuesta a representante de operador logístico en El Salvador.



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



**GUIA DE ENTREVISTA / CUESTIONARIO**

**Guía de entrevista sobre comercio exterior y la internacionalización de productos.**

Fecha: 01 de noviembre de 2023 Hora: 10:30AM

Lugar: San Salvador

Entrevistador: Br. Geovanny Ezequiel Alfaro Ortiz

Entrevistado: Licda. Marina Rodríguez - Gerente de Operaciones Externas de Aduana.

**Introducción**

Somos estudiantes egresados de la Licenciatura en Mercadeo Internacional y actualmente estamos cursando la especialización en internacionalización de productos, como partes del proceso de graduación debemos realizar un plan de internacionalización de productos para unos de los productos de la subpartida arancelaria 1904.10, donde el producto seleccionado fue Cereales para el desayuno tipo corn flakes, clasificado según CIEX El Salvador en la subpartida 1904.10.10, los datos obtenidos serán de puro uso académico y de índole confidencial.

**Características de la entrevista**

El siguiente cuestionario está dirigido a empresas o proveedores logísticos salvadoreños de capaces de brindar soluciones las exportaciones realizadas por empresarios o proveedores salvadoreños.

**Indicaciones:** Lea cuidadosamente y conteste abiertamente las preguntas a continuación.

1. ¿Usted trabaja para una empresa relacionada directamente con las exportaciones e importaciones en El Salvador?, si su respuesta es: si, mencione el nombre de la empresa y cargo que sustenta. **Si. Transportes y Logística SA de CV. Cargo: Gerente de Operaciones Externas de Aduana**
2. ¿Dentro de los tramites de exportación cuales son los aspectos más relevantes a considerar al momento de realizar dicho proceso? **Que la documentación traiga la información correcta Origen, Termino de Venta, valores correctos etc. y que el producto sea adecuado para la exportación.**
3. ¿Si un cliente requiere exportar el producto Cereales para Desayuno, que formularios debe tener en cuenta ante este proceso?
 

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inscribirse como exportador en el CIEX ES</li> <li>- Declaración de Mercancía de Exportación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Factura Comercial de Exportación</li> <li>- Tratado de Libre Comercio (TLC) si aplica</li> <li>- Certificado de libre venta si existe.</li> </ul>
--	--



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



**GUIA DE ENTREVISTA / CUESTIONARIO**

4. ¿Para exportar el producto Cereales para Desayuno elaborados en El Salvador y su destino es Republica Dominicana, Cual de los siguientes formularios se debe utilizar DUCA D, DUCA F/T o Declaración de mercancías? Y ¿Por qué? **DUCA D (Declaración de Exportación) y debido a que se cuenta tratado con Republica dominica emisión de El tratado de Libre de Comercio ya que el producto es hecho en El Salvador**
  
5. ¿Dentro la cadena logística de llevar un producto desde El Salvador hacia Republica Dominicana cual podría ser el punto más peligroso, con el cual la exportación se detendría o se debería de anular? **Que el producto no cumpla las regulaciones del país donde será Exportado.**
  
6. ¿Mencione que elementos y porque pueden elevar los costos en una exportación? **Mala coordinación de Logística o información al momento de la contratación entre el Exportador y el transporte, o Importador**

El siguiente espacio es para escribir algunas recomendaciones para productores o empresarios salvadoreños que nunca han exportado y poseen interés en hacerlo. ¿Desde sus conocimientos cuales podrían ser algunas recomendaciones?

- Explorar mercado de cada país ya que hay productos que no son aceptados ya se porque son elaborados de origen o no cumplen con los estándares adecuados
- Asegurarse que se encuentre inscrito ante el CIEX
- Que el transporte sea adecuado para la carga y autorizado también para exportar

**Observaciones:**

Los datos proporcionados en este instrumento son de estricto carácter académico, utilizados en el proceso de investigación para el curso de especialización en internacionalización de productos, agradecemos la participación en la entrevista esperamos volver a contar con su ayuda en próximas investigaciones de carácter académico.

## Anexo 3. Análisis de barreras y miedos, primera parte.

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

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

## Anexo 4. Análisis de barreras y miedos, segunda parte.

Barreras indicadas	Origen de las barreras					Momento	
	Mercado	Interna empresa	Financiera	Producto	Entorno	Solo momento inicial	Permanente
1. Falta de información.	X					X	
2. Falta de apoyos.		X				X	
3. Es muy costoso.			X			X	
4. No tenemos ventajas competitivas.				X			X
5. No tenemos las homologaciones precisas.				X			X
6. Nuestro producto no soporta el "transporte".				X			X
7. No tenemos agentes/representantes.		X				X	
8. La documentación es muy compleja.	X					X	
9. Conocer el mercado exterior es caro.			X				X
10. No somos competitivos en el exterior.				X		X	
Totales							

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

## Anexo 5. Diagnóstico de Adaptación de Producto (DAP), primera parte.

	Características	Elementos trabajados a nivel local (de 1 muy trabajado, no me preocupa a 5 nada trabajado me preocupa mucho)	Importancia para el mercado (de 1 poco importante para el mercado a 5 muy importante para el mercado)	Total
Oferta básica	1 Producto Básico.	1	2	2
	2 Especificaciones Técnicas del Producto.	2	1	2
	3 Tabla nutricional.	2	2	4
	4 Ingredientes.	3	2	6
	5 Tamaño.	5	3	15
Añadidos	1 Empaque.	3	3	15
	2 Embalajes.	1	1	2
	3 Diseño.	4	2	8
	4 Marca.	2	1	2
Soporte	1 Tiempo de Entrega.	2	4	8
	2 Seguimiento.	2	2	4
	3 Servicio al cliente.	2	2	4

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

## Anexo 6. 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	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	2 Especificaciones del Producto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	3 Tabla nutricional	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	4 Ingredientes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	5 Tamaño	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Añadidos	1 Empaque	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	2 Embalajes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	3 Diseño	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	4 Marcas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Soporte	1 Tiempo de Entrega	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	3 Seguimiento	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	4 Servicio al cliente	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25

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

## Anexo 7. Factores de potencial de exportación.

Matriz posibilidad exportación producto						
Factores		Evaluación				
		Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
Potencial de rentabilidad.					X	
Capacidad productiva (volumen y permanencia).				X		
Capacidad de movilidad.					X	
Adaptabilidad técnica.					X	
Capacidad de comercialización.				X		

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

## Anexo 8. Hoja de evaluación de criterios para el acceso al mercado.

	Criterios	Cuestionamientos	Consideración asignada
<b>B. Mercado</b>	Necesidad de continuidad a largo plazo en el mercado	¿Es un mercado en el que debe seguir a largo plazo? ¿Es muy importante para el futuro de su empresa? Por el contrario: ¿puede que en el futuro tenga que cambiar de país destino?	<b>Alta</b>
	Número de clientes potenciales	¿Son muchos los clientes potenciales de su empresa en el mercado, en el mercado? ¿Son, por el contrario, pocos en número los clientes potenciales?	<b>Alta</b>
	Concentración del poder de compra	¿Está muy concentrado el poder de compra en pocos clientes?, o ¿está, por el contrario, disperso en muchas unidades de decisión o clientes?	<b>Baja</b>
	Concentración geográfica de los compradores	¿Hay alta concentración geográfica de los compradores? ¿En una ciudad o en una región concreta?	<b>Baja</b>
	Estacionalidad en el mercado	¿Estamos en mercados o sectores que tienen una alta estacionalidad de ventas? ¿Hay ciclos muy marcados de actividad? ¿Es, por el contrario, un mercado regular a lo largo del ciclo o del año?	<b>Baja</b>
	Coste del equipo de ventas interno	¿Es muy costoso el mantenimiento de un equipo de ventas propio en términos de sueldos, gastos de viaje, instalación de oficina?? ¿Es, por el contrario, de importancia relativamente baja para el tipo de producto que vendemos?	<b>Alta</b>
<b>C. Producto</b>	Complejidad técnica del producto	¿Es un producto o sector que puede considerarse complejo desde el punto de vista técnico? ¿Necesita soporte o apoyo técnico en la venta o el mantenimiento? ¿Necesita conocimientos especializados? ¿Precisa formación técnica del producto?	<b>No procede</b>
	Necesidad de proteger la propiedad técnica del producto	¿Tiene el producto en su proceso un know-how que debe protegerse? ¿Es fácil de imitar o difícil de proteger? ¿Hay competidores que pueden aprender las diferencias con facilidad? ¿Puede, por el contrario, no tener ninguna importancia?	<b>Baja</b>
	Grado de innovación y cambio en el sector	¿Es un sector con alto nivel de cambio y de innovación? ¿Cambian los procesos, la tecnología o los productos? ¿Se puede saber claramente hacia dónde va en el futuro? ¿Es un sector estable, sin grandes cambios?	<b>Baja</b>
	Nivel de asistencia técnica	¿Es un producto/sector con necesidades de asistencia técnica? ¿Es este un factor importante? ¿Debe prestarse con cuidado? ¿Supone un elemento diferencial que puede hacer variar mucho la fórmula en el futuro?	<b>No procede</b>
	Margen de rentabilidad	¿Disponemos de un producto con alto margen de rentabilidad respecto a su coste variable? ¿Cuándo se puede vender su gama bien? ¿Es, por el contrario, un producto con poco margen que debe venderse en grandes cantidades?	<b>Alta</b>
	Repercusión del coste de transporte por unidad	¿Supone el transporte una parte importante del precio final? ¿Influye mucho en las fórmulas de entrega (solo cargas completas, etc.)? ¿Es, por el contrario, una pequeña parte que no influye mucho en la operación?	<b>Alta</b>

*Nota:* Matriz de elaboración propia, con una ligera reinterpretación del formato provisto en el curso de especialización de internacionalización de productos - 2023.

Anexo 9. Tabla de ponderaciones a evaluación de criterios para el acceso al mercado.

Crterios		Exportación indirecta	Agentes (o comisionista)	Distribuidores / importadores	Sucursales	Licencias/ franquicias	Joint venture	Filial
Necesidad de continuidad a largo plazo en el mercado.	<b>Alta</b>	<b>X 0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
	Baja	2	3	2	0	1	0	0
Número de clientes potenciales en el mercado.	<b>Alta</b>	<b>X 0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	Baja	0	3	1	3	0	0	0
Concentración del poder de compra.	<b>Alta</b>	<b>X 1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
	Baja	0	2	0	3	0	0	2
Concentración geográfica de los compradores.	<b>Baja</b>	<b>X 1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Estacionalidad de los mercados.	<b>Alta</b>	<b>X 0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	Baja	2	2	1	0	0	0	0
Costo del equipo interno de ventas.	<b>Alta</b>	<b>X 1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
	Baja	0	0	0	3	0	2	3
Complejidad técnica del sector.	<b>Alta</b>	<b>X 1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
	Baja	0	0	1	2	3	2	3
Necesidad de proteger la propiedad técnica del producto.	<b>Alta</b>	<b>X 1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	Baja	0	0	1	2	2	2	3
Grado de innovación y cambio en el sector.	<b>Alta</b>	<b>X 1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
	Baja	0	0	0	1	2	2	3
Nivel de asistencia técnica necesaria.	<b>Alta</b>	<b>X 0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
	Baja	1	3	2	1	0	0	1
Margen de rentabilidad disponible.	<b>Alta</b>	<b>X 0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
	Baja	2	2	1	0	0	0	0
Repercusión del coste de transporte por unidad.	<b>Alta</b>	<b>X 0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
	Baja	1	2	3	2	0	0	0
<b>Resultados</b>		<b>5</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>13</b>

*Nota:* Matriz de elaboración propia, del formato provisto en el curso de especialización de internacionalización de productos - 2023.

Anexo 10. Tabla/ilustración de precios, presentaciones y marcas de cereales para desayuno a base de maíz, en República Dominicana que se asemejan al producto a internacionalizar.

Nombre del cereal para desayuno	Supermercado	Marca	Peso / presentación	Peso en Gramos aproximado	Precio en pesos dominicanos	precio en dolares estadounidenses
Cereal Zucaritas Kellogg's 390 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg's	390 G	390	DOP 298.95	\$5.38
Cereal Zucaritas Kellogg's 490 Gr	Sirena Market	Kellogg's	490 G	490	DOP 319.00	\$5.74
Cereal Azucarado Food Club 15 Onz	Hipermercados Jumbo	Food Club	15 Oz	425	DOP 269.95	\$4.86
Cereal Con Almendras Sin Azucar All Inklusive 12 Onz	Supermercados Nacional	All Inklusive	12 Oz	340	DOP 269.95	\$4.86
Cereal Con Manzanas Sin Azucar All Inklusive 12 Onz	Supermercados Nacional	All Inklusive	12 Oz	340	DOP 269.95	\$4.86
CEREAL CORN FLAKES GRAN DIA 580 GR	Sirena Market	GRAN DIA	580 G	580	DOP 250.00	\$4.50
Cereal Corn Flakes Kellogg's 300 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg's	300 G	300	DOP 224.95	\$4.05
Cereal Corn Flakes Kellogg'S 370 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg'S	370 G	370	DOP 249.95	\$4.50
Cereal Corn Flakes Kellogg'S 530 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg'S	530 G	530	DOP 324.95	\$5.85
CEREAL CORN FLAKES Nestlé 530 Gr	Sirena Market	Nestlé	530 G	530	DOP 305.00	\$5.49
CEREAL CORN FLAKES BOLSA EL REY 425 GR.	Sirena Market	EL REY	425 G	425	DOP 139.00	\$2.50
CEREAL CORN FLAKES Nestlé 330 Gr	Sirena Market	Nestlé	330 G	330	DOP 229.00	\$4.12
Cereal Crunchy Pecan Great Grains Post 16 Onz	Supermercados Nacional	Post	16 Oz	454	DOP 409.95	\$7.38
CEREAL POST HONEY ROAST Post 14.5 Onz	Hipermercados Jumbo	Post	14.5 Oz	411	DOP 329.95	\$5.94
Cereal De Chocolate Delight Special K Kellogg'S 13.2 Onz	Supermercados Nacional	Kellogg'S	13.2 Oz	374	DOP 369.95	\$6.66
Cereal Frosted Amazon Flakes EnviroKidz 11.5 Onz	Supermercados Nacional	EnviroKidz	11.5 Oz	326	DOP 319.95	\$5.76
CEREAL FROSTED FLAKES GRAN DIA 510 GR	Sirena Market	GRAN DIA	510 G	510	DOP 250.00	\$4.50
Cereal Frosted Flakes Kellogg'S 260 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg'S	260 G	260	DOP 224.95	\$4.05
Cereal Frosted Flakes Funda Food Club 32 Onz	Supermercados Nacional	Food Club	32 Oz	907	DOP 499.95	\$9.00
Cereal Fruta Y Yogurt Special K Kellogg'S 13 Onz	Supermercados Nacional	Kellogg'S	13 Oz	369	DOP 369.95	\$6.66
Cereal Hojuela Azucarada Del Día 1 Kg	Hipermercados Jumbo	Del Día	1 Kg	1000	DOP 149.95	\$2.70
Cereal Hojuela De Chocolate Del Día 1 Kg	Hipermercados Jumbo	Del Día	1 Kg	1000	DOP 209.95	\$3.78
Cereal Hojuela De Chocolate Del Día 1 Kg	Supermercados Nacional	Del Día	1 Kg	1000	DOP 209.95	\$3.78
Cereal Hojuela De Maíz Del Día 1 Kg	Supermercados Nacional	Del Día	1 Kg	1000	DOP 149.95	\$2.70
Cereal Hojuela De Maíz Del Día 1 Kg	Hipermercados Jumbo	Del Día	1 Kg	1000	DOP 149.95	\$2.70
Cereal Hojuelas De Maíz Líder 1 Kg	Hipermercados Jumbo	Líder	1 Kg	1000	DOP 178.95	\$3.22
Cereal Hojuelas De Maíz Azucarada Líder 1 Kg	Hipermercados Jumbo	Líder	1 Kg	1000	DOP 178.95	\$3.22
Cereal Hojuelas Integrales Con Yogurt Vivo Line 350 Gr	Supermercados Nacional	Vivo Line	350 G	350	DOP 244.95	\$4.41
Cereal Honey Bunches of Oats Con Almendras y Miel Post 14.5 C	Sirena Market	Post	14.5 Oz	411	DOP 330.00	\$5.94
Cereal Honey Bunches of Oats Con Almendras y Miel Post 14.5 C	Supermercados Nacional	Post	14.5 Oz	411	DOP 329.95	\$5.94
CEREAL KELLOGGS CORN POPS 10 OZ	Sirena Market	POPS	10 OZ	283	DOP 330.00	\$5.94
Cereal Muesli 8 Frutas Vitalisimo Bruggen 450 Gr	Supermercados Nacional	Bruggen	450 G	450	DOP 219.95	\$3.96
Cereal Vitalisimo Con Almendras Bruggen 450 Gr	Supermercados Nacional	Bruggen	450 G	450	DOP 219.95	\$3.96
Cereal Musli Con Almendras Komplete Kellogg'S 390 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	390 G	390	DOP 332.95	\$5.99
Cereal Musli Con Almendras Komplete Kellogg's 410 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg's	410 G	410	DOP 332.95	\$5.99
Cereal Musli Con Arandanos Komplete Kellogg'S 310 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	310 G	310	DOP 332.95	\$5.99
Cereal Musli Con Chocolate Komplete Kellogg'S 370 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	370 G	370	DOP 332.95	\$5.99
Cereal Musli Con Coco Y Almendras Komplete Kellogg'S 310 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	310 G	310	DOP 332.95	\$5.99
Cereal Musli Con Miel Komplete Kellogg'S 415 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	415 G	415	DOP 332.95	\$5.99
Cereal Musli Con Pasas Komplete Kellogg'S 420 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg's	420 G	420	DOP 332.95	\$5.99
Cereal Musli Con Pasas Komplete Kellogg'S 420 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	420 G	420	DOP 332.95	\$5.99
Cereal Natural Raisin Bran Post 15 Oz	Hipermercados Jumbo	Post	15 Oz	425	DOP 369.95	\$6.66
CEREAL POST HONEY ROAST Post 14.5 Onz	Sirena Market	Post	14.5 Oz	411	DOP 329.00	\$5.92
Cereal Raisin Bran Banana Post 15.9 Onz	Supermercados Nacional	Post	15.9 Oz	451	DOP 429.95	\$7.74
Cereal Raisin Bran Crunch Post 15.9 Onz	Supermercados Nacional	Post	15.9 Oz	451	DOP 497.95	\$8.96
Cereal Raisin Bran Food Club Post 18.7 Onz	Supermercados Nacional	Post	18.7 Oz	530	DOP 319.95	\$5.76
Cereal Vitalisimo Con Almendras Bruggen 450 Gr	Hipermercados Jumbo	Bruggen	450 G	450	DOP 249.95	\$4.50
Cereal Muesli 8 Frutas Vitalisimo Bruggen 450 Gr	Sirena Market	Bruggen	450 G	450	DOP 239.00	\$4.30
Cereal Zucaritas Kellogg's 490 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg's	490 G	490	DOP 318.95	\$5.74
Cereal Zucaritas Kellogg'S 710 Gr	Hipermercados Jumbo	Kellogg'S	710 G	710	DOP 444.95	\$8.01
Cereal Zucaritas Kellogg'S 710 Gr	Sirena Market	Kellogg's	710 G	710	DOP 445.00	\$8.01
Cereal Zucaritas Sabor Fresa Kellogg'S 255 Gr	Supermercados Nacional	Kellogg'S	255 G	255	DOP 222.95	\$4.01
CEREAL CORN FLAKES Nestlé 330 Gr	Hipermercados Jumbo	Nestlé	330 G	330	DOP 228.95	\$4.12
CEREAL CORN FLAKES Nestlé 530 Gr	Hipermercados Jumbo	Nestlé	530 G	530	DOP 304.95	\$5.49

Fuente: Elaboración propia con los datos consultados en los sitios webs de las tres principales cadenas de supermercados en Santo Domingo, República Dominicana.

Anexo 11. Precios homogéneos entre cadenas de supermercados en Santo Domingo, República Dominicana.

No	Cereales para desayuno	Supermercados en Santo Domingo, República Dominicana	Precio en dólares estadounidenses	Variación en precio
1	CEREAL CORN FLAKES Nestlé 330 Gr	Hipermercados Jumbo	\$ 4.12	0.0%
		Sirena Market	\$ 4.12	
2	CEREAL CORN FLAKES Nestlé 530 Gr	Hipermercados Jumbo	\$ 5.49	0.0%
		Sirena Market	\$ 5.49	
3	Cereal Hojuela De Chocolate Del Día 1 Kg	Hipermercados Jumbo	\$ 3.78	0.0%
		Supermercados Nacional	\$ 3.78	
4	Cereal Hojuela De Maíz Del Día 1 Kg	Hipermercados Jumbo	\$ 2.70	0.0%
		Supermercados Nacional	\$ 2.70	
5	Cereal Honey Bunches of Oats Con Almendras y Miel Post 14.5 Onz	Sirena Market	\$ 5.94	0.0%
		Supermercados Nacional	\$ 5.94	
6	Cereal Muesli 8 Frutas Vitalisimo Bruggen 450 Gr	Sirena Market	\$ 4.30	8.0%
		Supermercados Nacional	\$ 3.96	
7	Cereal Musli Con Pasas Komplete Kellogg'S 420 Gr	Hipermercados Jumbo	\$ 5.99	0.0%
		Supermercados Nacional	\$ 5.99	
8	CEREAL POST HONEY ROAST Post 14.5 Onz	Hipermercados Jumbo	\$ 5.94	0.3%
		Sirena Market	\$ 5.92	
9	Cereal Vitalisimo Con Almendras Bruggen 450 Gr	Hipermercados Jumbo	\$ 4.50	12.0%
		Supermercados Nacional	\$ 3.96	
10	Cereal Zucaritas Kellogg'S 710 Gr	Hipermercados Jumbo	\$ 8.01	0.0%
		Sirena Market	\$ 8.01	

Fuente: Elaboración propia con los datos consultados en los sitios webs de las tres principales cadenas de supermercados en Santo Domingo, República Dominicana.

Anexo 12. Cotización de operador logístico para envío de mercadería hacia Santo Domingo, República Dominicana.



### Syncro Logistics SRL

RNC: 130-71021-1  
Calle 31, #5 Urbanización El Engombe, Herrera  
(809)567-0055 Sto. Dgo. R.D.

### COTIZACION

Fecha	Vencimiento	Numero
02-11-23	02-12-23	58415

NCF: B0200002743



EN ATENCION A
<b>TRANSPORTES Y LOGISTICA S.A DE C.V</b>
Atte: ANGEL MARTINEZ URBANIZACION LA FLORIDA, PASAJES LAS PALMERAS Y LOS PINOS No. 1 El Salvador San Salvador Tel. (503) 7526 5417 Mail: angel.martinez@ttylogistica.com

Shipper	TRANSPORTES Y LOGISTICA S.A DE C.V
Consignatario	
Puerto de Origen	Las Americas, DO
H- AWB / BL	SYNCRO-00009
Peso (KG)	1894.50 KG / 150 CAJAS
ETA	
Transaccion No	2309-073

Descripcion	Cantidad	Precio Unitario	Descuento	ITBIS	Total
SEC FEE	1.00	23.60	0.00	0.00	23.60
TASA AEROPORTUARIA - IMPORT	1894.50	0.10	0.00	0.00	189.45
CARGO DE SEGURIDAD - IMPORT	1894.50	0.13	0.00	0.00	246.29
FSC (Fuel Surcharge) - IMPORT	1894.50	0.13	0.00	0.00	246.29
MANEJO EN ORIGEN- EXPORT	1.00	42.23	0.00	0.00	42.23
RAYOS X - X RAY	1894.50	0.08	0.00	0.00	151.56
FLETE AEREO - AIR FREIGHT	1894.50	1.16	0.00	0.00	2197.62
MANEJO EN DESTINO - IMPORT	1.00	53.10	0.00	0.00	53.10
GUIA AEREA - EXPORT	1.00	40.00	0.00	0.00	40.00
FLETE TERRESTRE EN ORIGEN- EXPORT	1894.50	0.10	0.00	0.00	189.45
FLETE TERRESTRE EN DESTINO - IMPORT	1894.50	0.08	0.00	0.00	151.56

SUB - TOTAL US\$	3531.15
ITBIS US\$	0.00
TOTAL US\$	3531.15

Autorizado por

Recibido por

## Anexo 13. Cálculo con Herramienta del Precio Exportación.

Descripción del elemento	IMPORTE	%
<b>Coste Variable Bruto del Producto (CVB)</b>		
4800 unidades donde el costo	0.25	5.97%
Costos de empaquetado por unidad de 390 Gr	0.04	1.00%
5 Pallets americanos utilizados al precio de \$20.00 c/u	0.02	0.50%
150 cajas de cartón de 60x40x40 Cm al precio de \$0.70 c/u	0.02	0.52%
Mano de Obra para preparación de productos (5 empleados a \$20 c/u)	0.02	0.50%
		0.00%
<b>Total Coste Variable Bruto</b>	<b>0.36</b>	
<b>Coste Variable Neto del Producto (CVN)</b>		
		0.00%
<b>Total Coste Variable Neto</b>	<b>0.36</b>	
<b>Margen de Contribución (MC)</b>		
50%	0.71	16.97%
<b>Total Precio (CVN + MC)</b>	<b>1.07</b>	
<b>Valor Ex Works (VEW)</b>		
Flete terrestre en origen - Export	0.04	0.94%
Sec Fee	0.00	0.12%
Tasa aeroportuaria / Trámite aduanal	0.04	0.94%
Guía Aérea / BL fee	0.01	0.20%
Rayos X - X Ray	0.03	0.75%
		0.00%
		0.00%
<b>Total Costes Específicos Ex Works</b>	<b>0.12</b>	
<b>Total Valor ExWorks (CVN + MC + VEW)</b>	<b>1.19</b>	
<b>Valor FAS (Franco al Costado)</b>		
		0.00%
		0.00%
		0.00%
<b>Total Valor FAS</b>	<b>0.00</b>	
<b>Valor FOB/FOT/FOR (Franco a bordo Camión/tren)</b>		
Manejo en origen - Export	0.01	0.21%
		0.00%
<b>Total Valor FOB</b>	<b>1.20</b>	
<b>Puerto de Origen:</b>		
<b>Valor CIF (Coste, Seguro y Flete)</b>		
Flete Aéreo - Air Freight / Flete	0.46	10.93%
Cargo de Seguridad - Import / Security	0.05	1.23%
<b>Total Precio CIF</b>	<b>1.71</b>	
<b>Puerto/Lugar de Desembarque</b>		
<b>Precio Venta al Importador (DDP)</b>		
		0.00%
CFS fuel charge	0.05	1.23%
Manejo en destino - Import	0.01	
Flete terrestre en destino - Import	0.03	
		0.00%
<b>Total Precio Venta Importador (DDP)</b>	<b>1.76</b>	
<b>Precio Venta al Minorista</b>		
	<b>Recargo</b>	
<b>Margen Mayorista</b>	30	
	42.86	0.75
<b>Total Precio Venta al Minorista</b>	<b>2.51</b>	18.00%
<b>PVP Previo</b>		
	<b>Recargo</b>	
<b>Margen Detallista</b>	40.00	
	66.67	1.67
		40.00%
	<b>4.19</b>	
<b>Precio de Venta Final Público</b>		
Ajustes de Competencia		0.00%
Margen de Maniobra		0.00%
<b>Total Precio de Venta Final Público</b>	<b>4.19</b>	

Fuente: Imagen elaboración propia, con método y herramienta de cálculo de precio de exportación impartido por Lic. Darío Alfaro.

Anexo 14. Imagen del producto único y actual producido y comercializado en El Salvador.



Fuente: Fanpage oficial de Nutriva El Salvador

Anexo 15. Actual presentación que se encuentra en circulación en el mercado salvadoreño del producto.



Fuente: Producto fabricado y comercializado en El Salvador

Anexo 16. Propuesta de diseño para nuevo empaque

**Ingredientes:** Harina de maíz, azúcar fortificada con vitamina A, Glucosa, Miel, Aceite Vegetal de Palma, Sal Fortificada con Yodo, Extracto de Malta Sabor Natural y Artificial a Miel (Saborizante), Lecitina de Soya (Emulsionante), Maltodextrina Dióxido de Silicio (Antiglutinante), FD&C Amarillo No 5 (Colorante Artificial), Edulcorante (Maltodextrina, Sucralosa, Acesulfame de Potasio) FD&C Rojo No 40 FD&C Azul No 1 Colorantes Artificiales, TBHQ (Antioxidante).

**VITAMINAS Y MINERALES**  
 Niacina (Nicotinamida), Hierro Reducido (Hierro), Vitamina B2 (Riboflavina), Vitamina B1, (Mononitrato de Tiamida), Ácido Fólico (Vitamina del complejo B), Vitamina D3 (Colecalciferol), Vitamina B12 (Cianocobalamina).

CONTIENE SOYA  
 ELABORADO EN PLANTA DONDE SE PRODUCE MANI

REGISTRO No 64366 D.G.S. EL SALVADOR, C.A.  
 Producto Centroamericano Elaborado en El Salvador por: Productos Alimenticios Bocarell S.A de C.V. Final Av. Cerro Verde Colonia Sierra Morena No 2, Soyapango, El Salvador C.A. Teléfono (503) 2297-9000.  
[servicio\\_cliente@bocadeli.com](mailto:servicio_cliente@bocadeli.com)  
[contact@bocadeli.com](mailto:contact@bocadeli.com)

UNA VEZ ABIERTO CON CERVEZA EN UN LUGAR FRESCO Y SECO

Información Nutricional	
Tamaño De La Porción	28 g (1 Oz)
Porciones Por Envase	14
Cantidad Por Porción	
Energía 400 kJ (100cal)	
Energía De Grasa 50 kJ (10cal)	
% De Valor Diario	
Grasa Total	1.5 g 3%
Grasas Saturadas	0 g 0%
Ácidos Grasos Trans	0 g 0%
Colesterol	0 mg 0%
Sodio	170 mg 7%
Carbohidratos Total	23 g 8%
Fibra Dietética	2 g
Azúcares	7 g
Proteína	1 g
Vitaminas Y Minerales	
Cantidad por 100 g	%RVN**
Tiamina	25% 101.4 mg
Riboflavina	25% 1.6 mg
Niacina	25% 18 mg
Ácido Fólico	25% 200 µg
Vitamina B12	25% 1 µg
Hierro	25% 14mg
Vitamina D3	25% 5mg

Los valores de los porcentajes diarios están basados en una dieta de 2,000 (8,000) calorías según FDA.  
 \*\* Valor De Referencia Nutricional Diaria Establecida Por FAO/OMS

6 60756 01524 8



Fuente: Elaboración propia. Medidas: 20x30 Cm.

## Anexo 17. Factura de exportación.

## FACTURA DE EXPORTACIÓN ( ART. 107 INC 3º C.T. Y 42 RACT)

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE EMISOR		FACTURA DE EXPO Nº	
GIRO		N.I.T.	
DIRECCIÓN (oficinas, establecimientos y sucursales)		N.R.C.	
FECHA			
NOMBRE DEL CLIENTE			
DIRECCION			
EXPORTACIÓN A CUENTA DE:			
CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VENTAS AFECTAS
	(INDIVIDUALIZAR E IDENTIFICAR PLENAMENTE)		
SON:		VALOR TOTAL	US\$

DE LA IMPRENTA	
NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZON SOCIAL :	
NIT:	NRC:
DOMICILIO:	
AUTORIZACION DE IMPRENTA No.:	
FECHA DE AUTORIZACIÓN:	
DEL TIRAJE	
RANGO DE NUMERACION CORRELATIVA AUTORIZADA:	
NUMERO Y FECHA DE AUTORIZACION :	

ORIGINAL CLIENTE A QUIEN SE EXPORTA  
COPIA: EMISOR

Fuente: Sitio web de Ciex El Salvador.




## Anexo 19. Formato de Declaración Única Centroamericana (DUCA D Y DUCA F)

<b>DECLARACIÓN ÚNICA CENTROAMERICANA (DUCA)</b>									
<b>Exportador / Proveedor</b>	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 2. No. de referencia DUCA			3. Fecha de Aceptación	
<b>Importador / Destinatario</b>	5.1 No. Identificación		5.2 Tipo identificación		7. Aduana registro/Inicio tránsito			8. Aduana salida	
	5.4 Nombre o razón social		5.3 País Emisión		9. Aduana ingreso			10. Aduana destino	
<b>Declarante</b>	6.1 Código		6.2 No. Identificación		11. Régimen Aduanero			12. Modalidad	
	6.3 Nombre o razón social		6.4 Domicilio fiscal		13. Clase			14. Fecha vencimiento	
<b>Transportista</b>	19.1 Código		20. Modo de transporte		15. País procedencia			16. País Exportación	
	19.2 Nombre				17. País destino			18. Depósito Aduanero/Zona Franca	
<b>Conductor</b>	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
	23.4 Nombres y apellidos		23.3 País Expedición		24.5 Identificación del remolque o semirremolque		24.4 Chasis/ARIVU		24.6
<b>Valores Totales</b>	25. Valor de transacción		26. Gastos de transporte		27. Gastos de seguro		28. Otros gastos		32. Peso Bruto total
	29. Valor en Aduana total		30. Incoterm		31. Tasa de cambio				33. Peso Neto total
<b>Mercancías</b>	35. Cantidad de Bultos		36. Clase de Bultos		37. Peso neto		38. Peso Bruto		39. Cuota contingente
	40. Número de línea		41. País		42. Unidad de medida		43. Cantidad		44. Acuerdo
<b>Documento de soporte</b>	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				
<b>Observaciones y firma</b>	55. Observaciones		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		
	60. Representado por Lugar y Fecha		Firma del Declarante		Firma		Firma		
		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:		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:	

Fuente: Sitio web de Ciex El Salvador.

Anexo 20. Formato de Declaración de Mercancías.

REPUBLICA DE EL SALVADOR MINISTERIO DE HACIENDA DIRECCION GENERAL DE ADUANAS		DECLARACION DE MERCANCIAS				1) No. REGISTRO 2 - 3770			
					2) NUMERO DE PAGINA 1 / 2				
TOTAL DE ITEMS : 2									
3) No. REFERENCIA 2023/TE530269		4) FECHA ACEPTACION 29/09/2023	5) ADUANA REGISTRO: 06	6) COD. ADUANA ENTR./SALIDA 06	7) MODELO DECLARACION EIT2	8) No. MANIFIESTO:	9) FECHA MANIFIESTO: 0601	10) CODIGO LOCALIZACION:	
11) CODIGO, NOMBRE Y DIRECCION DEL DESPACHANTE			12) NIT, NOMBRE O RAZON SOCIAL Y DIRECCION DEL CONSIGNATARIO			13) NIT, NOMBRE O RAZON SOCIAL Y DIRECCION DEL EXPORTADOR			
14) PAIS PROC./DEST. SV		15) PAIS EXPORTACION		16) REGIS. TRANSPORT. MEDIO DE TRANSPORTE		17) NACIONALIDAD		18) MODO DE TRANSPORTE	19) LUGAR CARGA/DESCARGA
20) TOTAL BULTOS 61		21) TOTAL PESO BRUTO (kgs)		22) MODALIDAD 3 TELEDESPACHO DE MERCANCIAS			23) COD. DEPOSITO	24) PLAZO EN DIAS	25) TASAS
26) INCOTERM	27) TOTAL FACTURA 41500		28) TOTAL FLETE 0	29) TOTAL SEGURO 0		30) TOTAL OTROS GASTOS		31) TOTAL VALOR EN ADUANA 41500	
32) DOCUMENTOS ADJUNTOS									
049	FEX0016203		29/09/2023						
100	100-06143107870069-3								
101	101-06143107870069-3								
029	TE530269		29/09/2023						
063	TE530269		29/09/2023						
B. INFORMACION DEL ITEM									
33) No. DE ITEM 1	34) INCISO ARANCELARIO 29309099 000		35) DESCRIPCION DE LAS MERCANCIAS - - - Los dem s			38) NUMERO DE CONTENEDORES, TIPO E INDICADOR			
36) PAIS ORIGEN CN		37) CODIGO DE REGIMEN 2400 032	TIOCOMPUESTOS ORGANICOS.						
39) PESO NETO EN KGS 2851.2		40) PESO BRUTO EN KGS 54	41) CANTIDAD DE BULTOS 54	42) EMBALAJE DR	43) CUANTIA 2700	44) COD. U. DE MEDIDA 01	45) DOCUMENTO TRANSPORTE		
46) ACUERDO		47) CONTINGENTE	48) MARCAS Y NUMEROS			49) VALOR FACTURA 22950		50) VALOR FLETE 0	
51) VALOR SEGURO 0		52) VALOR OTROS GASTOS	53) VALOR EN ADUANA 22950		54) DAI %	55) IVA %	56) DECLARACION DE DESPRENDIMIENTO		
57) LIQUIDACION DE IMPUESTOS DEL ITEM									
TOTAL									
C. INFORMACION DE LA LIQUIDACION									
58) CERTIFICACION ELECTRONICA 98		59) CUENTA DE CREDITO	TRIBUTOS	VALOR A PAGO	VALOR A GARANTIA	VALOR EXENTO	61) LEGALIZACION DE ADUANAS		
60) RESERVADO ENTIDAD COLECTORA			BANCO 00	AGENCIA 000					
			TOTAL	0.00					
			RESERVADO D.G.A.						
							FIRMA Y SELLO CONTADOR VISTA		
							FIRMA Y SELLO OFICIAL ADUANERO		
							62) LIQUIDACION:		
							NUMERO: L-9603	FECHA: 02 OCT. 2023	
							63) PROTESTO-BADO JURAMENTO QUE LO DECLARADO ES VERDAD		
							 Firma y sello, Declarante, Despachante o Agente de Aduana.		

REPÚBLICA DE EL SALVADOR  
 MINISTERIO DE HACIENDA  
 DIRECCIÓN GENERAL DE ADUANAS

**DECLARACION DE MERCANCIAS**

1) No. REGISTRO	2 - 3770
2) PAGINA(S)	2 / 2

33) No. DE ITEM 2	34) CODIGO ARANCELARIO 38099100 000	35) DESCRIPCION DE MERCANCIAS - - De los tipos utilizados en la industria textil o industrias similares APRESTOS Y PRODUCTOS DE ACABADO.	38) NUMERO DE CONTENEDORES, TIPO E INDICADOR
36) PAIS ORIGEN GB	37) CODIGO REGIMEN 2400 032		
39) PESO NETO EN KGS	40) PESO BRUTO EN KGS 7399	41) CANTIDAD DE BULTOS 7	42) EMBALAJE DR
		43) CUANTIA 7000	44) UNI. DE MEDIDA 01
46) ACUERDO	47) CONTINGENTE	48) MARCAS Y NUMEROS ORIGEN: MX, BR, US.	49) VALOR FACTURA 18550
			50) VALOR FLETE 0
51) VALOR SEGURO 0	52) VALOR OTROS 0	53) VALOR ADUANA 18550	54) DAI %
			55) IVA %
56) DECLARACION DE DESPRENDIMIENTO			
57) LIQUIDACION DE IMPUESTOS			
			TOTAL

33) No. DE ITEM	34) CODIGO ARANCELARIO	35) DESCRIPCION DE MERCANCIAS	38) NUMERO DE CONTENEDORES, TIPO E INDICADOR
36) PAIS ORIGEN	37) CODIGO REGIMEN		
39) PESO NETO EN KGS	40) PESO BRUTO EN KGS	41) CANTIDAD DE BULTOS	42) EMBALAJE
		43) CUANTIA	44) UNI. DE MEDIDA
46) ACUERDO	47) CONTINGENTE	48) MARCAS Y NUMEROS	49) VALOR FACTURA
			50) VALOR FLETE
51) VALOR SEGURO	52) VALOR OTROS	53) VALOR ADUANA	54) DAI %
			55) IVA %
56) DECLARACION DE DESPRENDIMIENTO			
57) LIQUIDACION DE IMPUESTOS			
			TOTAL

33) No. DE ITEM	34) CODIGO ARANCELARIO	35) DESCRIPCION DE MERCANCIAS	38) NUMERO DE CONTENEDORES, TIPO E INDICADOR
36) PAIS ORIGEN	37) CODIGO REGIMEN		
39) PESO NETO EN KGS	40) PESO BRUTO EN KGS	41) CANTIDAD DE BULTOS	42) EMBALAJE
		43) CUANTIA	44) UNI. DE MEDIDA
46) ACUERDO	47) CONTINGENTE	48) MARCAS Y NUMEROS	49) VALOR FACTURA
			50) VALOR FLETE
51) VALOR SEGURO	52) VALOR OTROS	53) VALOR ADUANA	54) DAI %
			55) IVA %
56) DECLARACION DE DESPRENDIMIENTO			
57) LIQUIDACION DE IMPUESTOS			
			TOTAL

33) No. DE ITEM	34) CODIGO ARANCELARIO	35) DESCRIPCION DE MERCANCIAS	38) NUMERO DE CONTENEDORES, TIPO E INDICADOR
36) PAIS ORIGEN	37) CODIGO REGIMEN		
39) PESO NETO EN KGS	40) PESO BRUTO EN KGS	41) CANTIDAD DE BULTOS	42) EMBALAJE
		43) CUANTIA	44) UNI. DE MEDIDA
46) ACUERDO	47) CONTINGENTE	48) MARCAS Y NUMEROS	49) VALOR FACTURA
			50) VALOR FLETE
51) VALOR SEGURO	52) VALOR OTROS	53) VALOR ADUANA	54) DAI %
			55) IVA %
56) DECLARACION DE DESPRENDIMIENTO			
57) LIQUIDACION DE IMPUESTOS			
			TOTAL

33) No. DE ITEM	34) CODIGO ARANCELARIO	35) DESCRIPCION DE MERCANCIAS	38) NUMERO DE CONTENEDORES, TIPO E INDICADOR
36) PAIS ORIGEN	37) CODIGO REGIMEN		
39) PESO NETO EN KGS	40) PESO BRUTO EN KGS	41) CANTIDAD DE BULTOS	42) EMBALAJE
		43) CUANTIA	44) UNI. DE MEDIDA
46) ACUERDO	47) CONTINGENTE	48) MARCAS Y NUMEROS	49) VALOR FACTURA
			50) VALOR FLETE
51) VALOR SEGURO	52) VALOR OTROS	53) VALOR ADUANA	54) DAI %
			55) IVA %
56) DECLARACION DE DESPRENDIMIENTO			
57) LIQUIDACION DE IMPUESTOS			
			TOTAL

Fuente: anonima, datos censurados por confidencialidad

## Anexo 21. Ejemplo real de certificado de exportación.



MINISTERIO SALUD  
DIRECCION DE SALUD AMBIENTAL  
UNIDAD DE ALIMENTOS Y BEBIDAS  
EL SALVADOR, C.A

Página 1 de 1



109FMZTAMBQHAZQ6666

## Autorización de Exportación de Alimentos y Bebidas - Especial

No. Solicitud:	2023M00000	Fecha Solicitud:	30/03/2023				
Nombre del solicitante:		Documento de identidad y número:	DUI				
En calidad de:	REPRESENTANTE LEGAL	País de procedencia:	El Salvador				
Nombre o razón social de la empresa:		NIT del Exportador					
Dirección del [REDACTED] SAN SALVADOR, SAN SALVADOR.							
No.	Nombre del Producto	Marca del Producto	Código del Producto	País de Origen	Peso neto en Kg.	Volumen neto en Lts.	Valor FOB US\$
1	MEZCLAS DE SUSTANCIAS ODORIFERAS UTILIZADAS EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA, SABOR	SIN MARCA	MP02	El Salvador	1,500.00	0.00	13,095.00
<b>Totales:</b>					<b>1,500.00</b>	<b>0.00</b>	<b>13,095.00</b>

PARA USO DEL SOLICITANTE [REDACTED] NÚMERO DE AUTORIZACIÓN 2023M000004995530032023020141 FRANCISCO ANTONIO PERALTA CORTEZ Correo electrónico de consulta: cxiimportaciones@bcr.gob.sv	Fecha de registro de autorización 30/03/2023 <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;">           AUTORIZASE LA PRESENTE SOLICITUD DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS PARA UN TERMINO DE <b>30</b> DIAS DEBIENDO CUMPLIR CON LO QUE ESTABLECEN LOS DEMAS ORGANISMOS         </div> Válido para respaldar una sola transacción aduanera de importación
---	--

**NOTA IMPORTANTE:**

La presente autorización no requiere sello, ni firma manuscrita de funcionario designado por la Autoridad Competente. Asimismo, no requiere sello, ni firma manuscrita de personal contratado por el importador y de hacerlo, anula la actual autorización y no es válida para documentar transacciones de comercio exterior.

Fuente: anonima, datos sensurados por confidencialidad

## Anexo 22. Formato de Certificado de origen para el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y los Estados Unidos, (CAFTA-DR)

Central America-Dominican Republic-United States Free Trade  
Agreement  
CERTIFICATION

Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana  
y los Estados Unidos  
CERTIFICACION

No. :BCR-

1. Exporter's name, address and tax identification number: Nombre, dirección y número de registro fiscal del exportador:		2. Blanket period: Periodo que cubre:									
		<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;">From</td> <td style="text-align: center;">To</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">De</td> <td style="text-align: center;">A</td> </tr> </table>			From	To	De	A			
From	To										
De	A										
(If Known) 3. Producer's name, address and tax identification number: (Si es conocido) Nombre, dirección y número de registro fiscal del productor: IGUAL/SAME		4. Importer's name, address and tax identification number: Nombre, dirección y número de registro fiscal del importador:									
5. Description of good(s) Descripción de la(s) mercancía(s)		6. HS tariff classification Clasificación arancelaria	7. Preferential tariff treatment criteria Criterio para trato arancelario preferencial	8. Other criteria Otros criterios	9. Producer Productor						
				-,-							
10. Remarks- Observaciones											
<p>11.-Under oath I certify that:</p> <p>- The information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document.</p> <p>- I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this certification, and to inform, in writing, all persons to whom the certification was given of any changes that would affect the accuracy or validity of this Certification.</p> <p>- The goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the Central America- Dominican Republic - United States Free Trade Agreement, and that there has been no further processing or any other operation outside the territories of the Parties, other than unloading, reloading, or any other operation necessary to preserve the good in good condition or to transport the good to the territory of a Party.</p> <p>This Certification consists in 1 pages, including all attachments Esta Certificación se compone de 1 hojas, incluyendo todos sus anexos</p>						<p>Declaro bajo juramento que :</p> <p>- La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí certificado. Estoy consciente que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión material hecha en o relacionada con el presente documento.</p> <p>- Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido de la presente certificación, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes se ha entregado la presente certificación, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.</p> <p>- Las mercancías son originarias del territorio de una o más Partes y cumplen con todos los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos, y que no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, excepto la descarga, recarga o cualquier otra operación necesaria para mantener la mercancía en buena condición o para transportarla a territorio de una Parte.</p>					
Authorized Signature- Firma autorizada			Company- Empresa								
Name- Nombre			Title- Cargo								
Date- Fecha		Telephone- Teléfono:		Fax:							

ORIGINAL  
www.centrex.gob.sv

Fuente: Sitio web de Ciex El Salvador.

Anexo 23. Formato de Certificado de origen para el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana.

**Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana**  
**Certificado de Origen**


Registro No.

Llenar a máquina o con letra de imprenta o de molde. Este certificado no será válido si presenta tachaduras, enmiendas o entre líneas.

1. Nombre y domicilio del exportador :  Teléfono : Fax : Correo Electrónico: Número de Registro Fiscal		2. Periodo que cubre :  D M A D M A Desde : Hasta :		
3. Nombre y domicilio del productor:  Teléfono : Fax : Correo Electrónico: Número de Registro Fiscal		4. Nombre y domicilio del importador:  Teléfono : Fax : Correo Electrónico: Número de Registro Fiscal :		
5. Clasificación Arancelaria	6. Descripción de la (s) mercancía (s)	7. Criterio para trato preferencial	8. Productor	9. Otros Criterios
10. Observaciones :				
<p>Declaro bajo fe de juramento que :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de probar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento.</li> <li>- Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.</li> <li>- Las mercancías son originarias del territorio de las Partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 4.19 del Tratado.</li> </ul> <p>Este certificado consta de    hojas, incluyendo todos sus anexos.</p>				
11. El suscrito productor declara que la(s) mercancía(s) que ampara este documento son originarias: Nombre: Cargo:		12. El suscrito exportador certifica que la(s) mercancía(s) que ampara este documento son originarias: Nombre: Cargo:		
Firma del productor : Sello :		Firma del Exportador : Sello :		
D M A Fecha :		D M A Fecha :		

ORIGINAL

Anexo 24. Formato real de manifiesto de carga y Carta de porte.



**TRANSPORTES LB**  
 LOTE 5 COLONIA EL MAESTRO ALTOS DE BÁRCENAS, VILLA NUEVA, GUATEMALA. TEL. 6629-3365  
 RUC:8166048-0

No. Orden : **ORD1-9608**


**MANIFIESTO DE CARGA No. : MNII-12154**  
 FECHA : 26/10/2023

NUMERO CARTA PORTE	NUMERO DE FACTURA	CANTIDAD	EXPORTADOR	CONSIGNATARIO	PESO	DESCRIPCION MERCADERIA
MNII-12154	PTES30541SV	42 BULTOS	[REDACTED]	[REDACTED]	5016.25	TERMINAL,SUJETADORES DE PLASTICO,CINTA ADHESIVA DE TELA,CAJA DE DISTRIBUCION ELECTRICA,CANDADO PARA CONECTOR,SUBENSAMBLE PARA ARNES,CUBIERTA DE PLASTICO,SUJETADOR DE PLASTICO,CABLES PROVISTOS DE PIEZAS DE CONEXION,MANGA PROTECTORA TEXTIL,CARCAZA DE CONECTOR,CABLE COAXIAL,CONECTOR
		42 BULTOS	ENTREGAR EN: [REDACTED]	[REDACTED]	5,016.25	CINCO MIL DIECISEIS CON 25/100

NOMBRE DEL PILOTO : [REDACTED] MOLINA GUTIERREZ  
 Placas : C-885BHN  
 Transporte Afianzador : TRANSPORTES LB

PASAPORTE No: CA-4  
 Placas Furgon : TC-99BWD  
 Economico: 133  
 Codigo : GTZ50 Referencia:  
 CAAT : 14BL

LICENCIA : 1871275061601  
**CAJA CENTROAMERICANA DE 53 PIES**  
**TM 720**


FIRMA : \_\_\_\_\_  
 FIRMA OPERADOR : 

**ENTREGA DE DOCUMENTOS**

Recibido por: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_

Planta: \_\_\_\_\_





**TRANSPORTES LB**  
 LOTE 5 COLONIA EL MAESTRO ALTOS DE BÁRCENAS, VILLA NUEVA,  
 GUATEMALA. TEL. 6629-3365  
 RUC:8166048-0

**CARTA DE PORTE No. : MNII-12154**

FECHA : 26/10/2023  
 REMITENTE : [REDACTED]  
 DIRECCION : [REDACTED]

CONSIGNATARIO : [REDACTED]  
 DIRECCION : [REDACTED]

NO. DE FACTURAS	No. BULTOS	CONTENIDO SEGUN EL EMBARCADOR	PESO
PTES30541SV	42 BULTOS	TERMINAL,SUJETADORES DE PLASTICO,CINTA ADHESIVA DE TELA,CAJA DE DISTRIBUCION ELECTRICA,CANDADO PARA CONECTOR,SUBENSAMBLE PARA ARNES,CUBIERTA DE PLASTICO,SUJETADOR DE PLASTICO,CABLES PROVISTOS DE PIEZAS DE CONEXION,MANGA PROTECTORA TEXTIL,CARCAZA DE CONECTOR,CABLE COAXIAL,CONECTOR	5016.25
	42 BULTOS	CINCO MIL DIECISEIS CON 25/100	5016.25

TRANSPORTE AFIANZADOR : **TRANSPORTES LB CODIGO GTZ50**  
 MONTO DEL FLETE : \$1,000.00 TIPO CONTRATO FLETE : COLLECT  
 OPERADOR : [REDACTED] MOLINA GUTIERREZ  
 LICENCIA : 1871275061601  
**PLACAS CABEZAL : C-885BHN CAJA CENTROAMERICANA DE 53 PIES**  
**PLACAS FURGON : TC-99BWD /ECONOMICO 133 TM 720**  
 NOTIFICAR :

MEDIO DE TRANSPORTE: TERRESTRE  
 ADUANA DE INICIO: TECUN UMAN II  
 26/10/202 12:33:30

FIRMA DEL PORTEADOR : 

ENTREGAR EN: [REDACTED]

Fuente: anonima, datos sensurados por confidencialidad

Anexo 25. Formato real de Conocimiento de embarque, (Bill of Landing o BL).

**BILL OF LADING**

2. EXPORTER (Principal or seller -licensee and address including ZIP Code )		5. DOCUMENT NUMBER <b>01/23/140334M</b>		5a. B/L NUMBER <b>01/23/140334</b>	
3. CONSIGNED TO		6. EXPORT REFERENCES REF: AGV187-23 MBL: 01/23/140334M			
4. NOTIFY PARTY /INTERMEDIATE CONSIGNEE (Name and address )		7. FORWARDING AGENT (Name and address - references ) <b>FAST CARGO, S.A. DE C.V.</b> Boulevard y Urbanización Santa Elena, Edificio FUSADES, 3er Nivel, Antigua, Cuscatlan, La Libertad, El Salvador			
12. PRE-CARRIAGE BY		13. PLACE OF RECEIPT BY PRE -CARRIER			
14. EXPORTING CARRIER <b>CMA CGM MAPUTO / OYK5HN</b>		15. PORT OF LOADING /EXPORT <b>GENOVA</b>		10. LOADING PIER /TERMINAL	
16. FOREIGN PORT OF UNLOADING (Vessel and air only )		17. PLACE OF DELIVERY BY ON -CARRIER <b>SAN SALVADOR</b>		11. TYPE OF MOVE <b>LCL</b>	
				11a. CONTAINERIZED (Vessel only ) Yes No <input checked="" type="checkbox"/>	
MARKS AND NUMBERS (18)	NUMBER OF PACKAGES (19)	DESCRIPTION OF COMMODITIES (20)	GROSS WEIGHT (Kilos) (21)	MEASUREMENT (22)	
LCL CMAU5692170 WWAIT66678	3	LCL, STC BULTOS WINE ** CBM TAXABLE DUE TO NOT STACKABLE GOODS**	2,483.27 Kg	6.62 m <sup>3</sup>	

Carrier has a policy against payment , solicitation, or receipt of any rebate , directly or indirectly, which would be unlawful under the United States Shipping Act , 1984 as amended .  
DECLARED VALUE READ CLAUSE 29 HEREOF CONCERNING EXTRA FREIGHT AND CARRIER 'S LIMITATION OF LIABILITY .

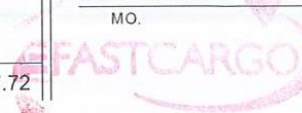
**FREIGHT RATES, CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS**

SUBJECT TO CORRECTION	PREPAID	COLLECT
OCEAN FREIGHT SERVICE		1,145.00
DOCUMENTATION		50.00
SEGURO		92.72
EUR1		80.00
GASTOS EXW		500.00
<b>GRAND TOTAL:</b>	<b>USD</b>	<b>1,867.72</b>

Received by the Carrier for shipment by ocean vessel between port of loading and port of discharge, and for arrangement or procurement of pre -carriage from place of receipt and on - carriage to place of delivery , where stated above the goods as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated . The goods to be delivered at the above mentioned port of discharge or place of delivery , whichever is applicable , subject always to the exceptions , limitations, conditions and liberties set out on the reverse side hereof , to which the Shipper and /or Consignee agree to accepting this Bill of Lading .  
IN WITNESS WHEREOF three (3) original Bills of Lading have been signed , not otherwise stated above , one of which being accomplished the others shall be void .




DATED AT **GENOVA**  
By **FAST CARGO, S.A. DE C.V.**  
AGENT FOR THE CARRIER

**SEPTIEMBRE 20 2023**  
MO. DAY YEAR



B/L No. **01/23/140334**

Anexo 26. Formato real de Guía Aérea, (Air Waybill)

<b>MAWB No.:</b> -						<b>HAWB No.:</b> B29		
Shipper's Name and Address [Redacted]			Shipper's Account Number <b>SVY0001</b>		<b>Not Negotiable House Air Waybill</b> Issued by <b>**No Address Selected**</b>			
Consignee's Name and Address [Redacted]			Consignee's Account Number <b>BEVFE002</b>		Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity.			Station Code:
Notify			Currency <b>USD</b>	Declared Value for Carriage <b>NVD</b>	Declared Value for Customs <b>NCV</b>	Amount of insurance <b>XXX</b>		
Origin Station <b>SAN SALVADOR</b>			Destination Station <b>BRUSSEL (BRUXELLES)</b>		INSURANCE - If Carrier offers Insurance, and such Insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "amount of insurance".			
Reference Number(s) S THE NORTH FACE (NON- FTW) C V000120336			Handling Information <b>AA1</b>		Flight 1 / date / via			Flight 2 / date / via
Flight 3 / date / via			SCI					
No. Of Pieces RCP	Gross Weight	kg lb	Rate Class	Commodity Item No.	Chargeable	Rate Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)
71	452.3	K	Q		936.5			M RETRO DENALI JACKET TNF BLACK/MOO VOL 5.617 M3
71	452.3							
Prepaid Freight Charges		Collect Freight Charges		Other Charges Breakdown				
Valuation Charges		Valuation Charges						
Tax		Tax						
Total Other Charges Due Agent		Total Other Charges Due Agent						
Total Other Charges Due Carrier		Total Other Charges Due Carrier		9-Oct-23 APOPA DHL GLOBAL FORWARDING (EL SALVADOR)				
Total Prepaid		Total Collect		Executed on _____ at (place) _____ Signature of Issuing Carrier or its Agent				
				Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.				
				AS AGENT FOR THE SHIPPER AND IN CAPACITY AS CONTRACTING CARRIER				
				JESSICA ZALDANA Signature of Shipper or his Agent				

DHL Global Forwarding – Excellence. Simply Delivered.

MAWB No.: -

PENDING GREEN LIGHT APPROVAL - THIS IS NO:

HAWB NO.:

B292000

## CONDITIONS OF CONTRACT OF THE AIR WAYBILL - NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY

IF THE CARRIAGE INVOLVES AN ULTIMATE DESTINATION OR STOP IN A COUNTRY OTHER THAN THE COUNTRY OF DEPARTURE, THE WARSAW CONVENTION OR THE MONTREAL CONVENTION MAY BE APPLICABLE AND MAY LIMIT THE LIABILITY OF CARRIER IN RESPECT OF LOSS OF, DAMAGE OR DELAY TO CARGO. FOR CARRIAGE TO WHICH THE MONTREAL CONVENTION DOES NOT APPLY, CARRIER'S LIABILITY LIMITATION FOR CARGO LOST, DAMAGED OR DELAYED SHALL BE 22 SDR PER KILOGRAMME, UNLESS A SPECIAL DECLARATION OF VALUE OR INTEREST IN DELIVERY IS MADE IN ADVANCE BY THE SHIPPER AND A SUPPLEMENTARY CHARGE IS PAID IF REQUIRED.

IN CARRIAGE TO WHICH NEITHER THE WARSAW CONVENTION NOR MONTREAL CONVENTION APPLY OR TO WHICH FOR ANY REASON THE LIABILITY LIMIT UNDER THE CONVENTION IS DETERMINED TO EXCEED THE FOREGOING LIMITATIONS, THE SHIPPER EXPRESSLY AGREES HEREIN THAT THE CARRIER'S LIABILITY SHALL NOT EXCEED 22 SPECIAL DRAWING RIGHTS OR THE EQUIVALENT PER KILOGRAMME (OR OTHER LIMITATIONS AS MAY BE SET FORTH HEREIN, WHICHEVER IS LOWEST) IN RESPECT OF LOSS OF OR DAMAGE TO CARGO INCLUDING DAMAGE OCCASIONED BY DELAY UNLESS A SPECIAL DECLARATION OF VALUE OR INTEREST IN DELIVERY AT DESTINATION IS MADE IN ADVANCE BY THE SHIPPER AND A SUPPLEMENTARY CHARGE IS PAID IF REQUIRED.

## CONDITIONS OF CONTRACT

- In this contract and the Notices appearing hereon: "Carrier" includes the air carrier or forwarder issuing this air waybill and all carriers that carry or undertake to carry the goods or perform any other services related to such carriage. Carriage to be performed hereunder by successive Carriers is regarded as a single operation. "Air Waybill" is equivalent to "air consignment note." "Carriage" is equivalent to "transportation" and refers to the entire transportation, loading, unloading, storing, handling and any and all other services whatsoever undertaken by the Carrier in relation to the goods covered by this Air Waybill as well as any portion of the aforementioned. "Special Drawing Right" is a Special Drawing Right as defined by the International Monetary Fund. "Conditions" shall mean all the terms and conditions of contract as stated herein. The "Convention" means whichever of the following instruments is applicable to the contract of carriage: the Convention for the Unification of Certain Rules for International Carriage by Air, Montreal, 28 May 1999 ("Montreal Convention"); the Convention for the Unification of Certain Rules Relating to International Carriage by Air, signed at Warsaw, 12 October 1929 ("Warsaw Convention"); that Convention as amended at The Hague on 28 September 1955; that Convention as amended at The Hague 1955 and by Montreal Protocol No. 1, 2 or 4 (1975) as the case may be. "Shipper" includes the shipper, consignor, consignee, receiver, holder of this Air Waybill, owner of the goods or other person entitled to the possession of the goods and the servants and agents of any of these, including without limitation any freight forwarder other than Carrier, consolidator, customs broker or other intermediary involved in arranging this shipment, all of whom shall be jointly and severally liable to the Carrier for the payment of all charges, and for the performance of the obligations of any of them under this Air Waybill, and subject to all Conditions herein.
- The issuer of this Air Waybill is not a common carrier and only deals with goods subject to these conditions.
- Receipt by the Carrier hereunder is delivery of the cargo without complaint shall be prima facie evidence that the cargo has been delivered in good condition and in accordance with the contract of carriage.
- (a) Carriage hereunder is subject to the rules relating to liability established by the Convention unless such Carriage is not "international carriage" as defined by the Convention.  
(b) To the extent not in conflict with the foregoing, Carriage hereunder and other services performed by each Carrier are subject to:  
(i) applicable laws (including national laws implementing the Convention), government regulations, orders, and requirements;  
(ii) provisions herein set forth; and  
(iii) applicable standard trading terms and conditions, tariffs, rules, regulations and timetables (but not the times of departure and arrival therein) of such Carrier, which are made part hereof and which may be inspected at any of its offices and at airports from which it operates regular services.  
(c) If any legislation, statute, law, treaty, or other rule ("law") is compulsorily applicable to any business undertaken, these Conditions shall, as regards such business, be read as subject to any such law, and nothing in these Conditions shall be construed as a surrender by the Carrier of any of its rights or immunities or as an increase of any of its responsibilities or liabilities under such law. If any part of this Air Waybill is repugnant to or inconsistent with any such law, such law shall prevail and shall be considered a part of this contract for as long as such applies by their own force, and no further, except as may be expressly invoked and incorporated by reference elsewhere herein.
- The agreed stopping places (which may be altered by the Carrier in case of necessity) are those places (except the place of departure and the place of destination) set forth on the face hereof or shown in Carrier's timetables as scheduled stopping places for the route.
- If the sum entered on the face of the Air Waybill as "Declared Value for Carriage" represents an amount in excess of the applicable limits of liability referred to in the above Notice and in these Conditions and if the Shipper has paid any supplementary charge that may be required by the Carrier's tariffs, conditions of carriage, or regulations, this shall constitute a special declaration of value or interest in delivery at destination and in this case Carrier's limit of liability shall be the sum so declared. Payment of claims shall be subject to proof of actual damages suffered, EXCEPT AS THE CONVENTION OR OTHER APPLICABLE LAW MAY OTHERWISE REQUIRE. THE CARRIER SHALL NOT BE LIABLE FOR ANY CONSEQUENTIAL, INCIDENTAL OR INDIRECT LOSS, LOSS OF PROFITS OR SALES, LOSS OF MARKET, LOSS OF CONTRACT, LOSS OF REPUTATION OR GOODWILL, LOSS OF REVENUE OR USE CLAIMS, PUNITIVE OR EXEMPLARY DAMAGES, THE CONSEQUENCES OF DELAY OR DEVIATION HOWSOEVER CAUSED, ANY DAMAGE OR DELAY CAUSED BY THE SHIPPER, THIRD PARTY CLAIMS AGAINST THE SHIPPER OR ANY DAMAGE OCCURRING OUTSIDE THE CUSTODY OF THE CARRIER OR ITS SUBCONTRACTORS. THE DEFENSES AND LIMITS OF LIABILITY PROVIDED FOR HEREIN SHALL APPLY IN ANY ACTION AGAINST THE CARRIER WHETHER FOUNDED ON CONTRACT, TORT, EQUITY, INDEMNITY, BAILMENT OR ANY OTHER BASIS WHATSOEVER AND EVEN IF THE LOSS OR DAMAGE AROSE AS A RESULT OF NEGLIGENCE, RECKLESSNESS OR FUNDAMENTAL BREACH.
- Except as the Convention or other applicable law may otherwise require, the Carrier is not liable for any loss, damage, or delay, directly or indirectly arising out of compliance with laws, government regulations, orders, or requirements, or from Act of God, - e.g. earthquake, cyclone, storm, flood, fog, Force Majeure, - e.g. war, plane crash or embargo, Vis Major or, any other cause or event which the Carrier is unable to control or avoid and the consequences whereof the Carrier is unable to prevent by the exercise of reasonable diligence.
- In cases of loss, damage, or delay of the consignment, the weight to be taken into account in determining Carrier's limits of liability shall be only the weight of the package or packages concerned. Note: Notwithstanding any other provision, for foreign air transportation as defined in the U.S. Federal Aviation Act, as amended, in case of loss or damage or delay of a shipment or part thereof, the weight to be used in determining the Carrier's limit of liability shall be the weight which is used (or a pro rata share in the case of a part shipment loss damage or delay) to determine the transportation charge for the shipment.
- Any exclusion or limitation of liability or other provision benefitting the Carrier shall apply to and be for the benefit of Carrier's agents, servants, subcontractors and representatives and any person whose aircraft is used by Carrier for Carriage and its agents, servants, subcontractors and representatives. Such persons include, without limitation, sub-carriers, connecting carriers, couriers, warehousemen, terminal operators, baggage handlers, security providers, consolidators, truckers, road, rail, water and air transport operators, any independent contractor directly or indirectly employed by Carrier in performance of the Carriage and/or attendant services, and anyone assisting in the performance of the Carriage. Any such limitation of liability shall be a single, aggregate limitation and satisfaction of such limitation by any one or more of the foregoing shall act as a satisfaction of such limitation by all of them. For purposes of contracting for the benefits of this provision and no further, Carrier acts herein as agent for all such persons benefitting from this provision. Without prejudice to the foregoing, no benefits hereunder extend to any such persons with respect to any claim brought against them by the Carrier.
- The Carrier agrees to use all reasonable endeavors to complete the Carriage hereunder with reasonable dispatch no time for completion is fixed and the Carrier reserves to itself the right without notice to substitute alternative Carriers or aircraft and with due regard to the interest of the Shipper use other means of transportation. The Carrier is further authorized by the Shipper to select the routing and all intermediate stopping places that it deems appropriate or to change or deviate from the routing shown on the face hereof.
- The goods or packages said to contain the goods described on the face hereof are accepted for Carriage from their receipt at Carrier's terminal or airport premises at the place of departure to the airport at the place of destination. If so specifically agreed the goods or packages said to contain the goods described on the face hereof are also accepted for forwarding to the airport of departure and for forwarding beyond the airport of destination. If such forwarding or on forwarding is by carriage operated or arranged by the Carrier issuing this Air Waybill such carriage shall be upon the same terms as to liability as are herein contained. The Shipper, owner and consignee hereby authorize the Carrier to do all things deemed advisable to effect such forwarding or on forwarding including but without limitation selection of the means of forwarding or on forwarding and the routes thereof (unless these have been herein specified by the Shipper), execution and acceptance of documents of Carriage (which may include provisions exempting or limiting liability), and consigning of goods with no declaration of value notwithstanding any declaration of value in this Air Waybill.
- Carrier is authorized (but shall be under no obligation) to advance any duties, taxes, or charges and to make any disbursements with respect to the goods, and the Shipper/owner and consignee shall be jointly and severally liable for the reimbursement thereof. No Carrier shall be under obligation to incur any expense or to make any advance in connection with the forwarding or reforwarding of goods except against repayment by the Shipper.
- When goods are accepted or dealt with upon instructions to collect freight, duties, charges or other expenses from the consignee or any other person the Shipper shall remain responsible for the same if they are not paid by such consignee or other person immediately when due.
- (a) Notice of arrival of goods will be given promptly to the consignee or to the person indicated on the face hereof as the person to be notified. The Carrier is not liable for non-receipt or delay in receipt of such notice.  
(b) On arrival of the goods at the place of destination, subject to the acceptance of other instructions from the Shipper prior to arrival of the goods at the place of destination, delivery will be made to or in accordance with the instructions of the consignee on payment of all charges due. If the consignee declines to accept the goods or cannot be communicated with, disposition will be in accordance with instructions of the Shipper and subject to payment of all charges.
- (a) The person entitled to delivery must make a complaint in writing to the Carrier issuing this Air Waybill:  
(i) in the case of visible damage to the goods immediately after discovery of the damage and but in any case not later than 14 days from receipt of the goods;  
(ii) in the case of other damage to the goods within 14 days from receipt of the goods;  
(iii) in the case of delay within 21 days of the date the goods are placed at his disposal, and  
(iv) in case of loss (including non-delivery) of the goods within 120 days from the date of issue of the Air Waybill; (b) For the purpose of sub-paragraph (a) above complaint in writing shall be made to the address of the Carrier issuing this Air Waybill as shown on the face hereof or to an office or agent of such Carrier at the point of origin or destination.  
(c) Any rights to damages against the Carrier shall, in any event, be extinguished unless an action is brought within two years from the date of arrival at the destination or from the date on which the goods ought to have arrived or from the date on which the transportation stopped.  
(d) THE SHIPPER, UNDERSTANDING THAT THE ORDINARY RATES OF THE CARRIER ARE PREMISED UPON THE CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY, AND IN CONSIDERATION FOR SUCH RATES, IN ADDITION TO ALL OTHER RESPONSIBILITIES SET FORTH HEREIN, THE SHIPPER EXPRESSLY AGREES TO DEFEND, INDEMNIFY, AND HOLD HARMLESS THE CARRIER FOR ANY AND ALL LIABILITY OR CLAIMS, REGARDLESS OF HOW AND BY WHOM MADE AGAINST THE CARRIER FOR ANY AMOUNT IN EXCESS OF THE LIMITATION OF LIABILITY TO WHICH CARRIER IS ENTITLED AS AGAINST SHIPPER.
- (a) The Shipper shall comply with all applicable laws, rules and regulations of any government or government agency of any country to be from through or over which the goods may be carried or which may be issued by any inter-governmental agency including those relating to:  
(i) the packing, carriage, sealing, identification or delivery of the goods or;  
(ii) any aviation or other general freight transport security requirements which must or ought to be complied with by the Shipper.  
(b) The Shipper shall furnish such information and attach such documents to this Air Waybill as may be necessary to comply with such laws, rules and regulations. Carrier is not liable to the Shipper or any other person for loss or expense due to the Shipper's failure to comply with this provision.  
(c) The Shipper warrants that:  
(i) he is either the owner of the goods or the authorized agent of the owner of the goods described on the face hereof and further warrants that he is authorized to accept and is accepting these Conditions not only for himself but also as agent for and on behalf of the owner of the goods and all other persons who are or may hereafter become interested in the goods.  
(ii) the description and particulars of any goods furnished by or on behalf of the Shipper are complete, timely and accurate and do not contain any irregularities;  
(iii) all goods have been properly and sufficiently prepared, packed, stored, labeled, sealed, identified and/or marked and that the preparation, packing, stowage, labelling and marking are appropriate to any operations or transactions affecting the goods and characteristics of the goods;  
(iv) the goods do not comprise or contain any explosive, incendiary or other device, substance or weapon which may endanger life or the safety of any aeroplane, vehicle or other transport conveyance to be used in connection with the carriage of the goods or which may cause or may be likely to cause loss, damage, injury to or death of any person or property; and  
(v) the goods do not comprise or contain any dangerous or hazardous materials within the meaning of the IATA Dangerous Goods Regulations or the Accord Dangereux Routier Regulations from time to time in force (collectively "the Regulations") and the Shipper will tender such goods to the Carrier for Carriage and/or attendant services without obtaining the Carrier's prior written consent thereon. Where such consent is granted the Shipper warrants that all such goods are packed, labeled and specified and otherwise meet all the requirements and provisions of the Regulations.  
(d) The Shipper shall ensure compliance with all applicable export control and sanctions laws and regulations ("Export Laws") and warrants in particular that:  
(i) neither Shipper, any holding company, agents, consignee or any other third party directly contracted by the Shipper for the delivery of the goods are listed on any applicable sanctions lists as a denied or restricted party;  
(ii) the delivery of the goods to their final destination, any known end-user and end-use do not constitute a breach of any applicable Export Laws;  
(iii) Shipper will inform the Carrier should the goods be subject to any applicable sanction and/or export/re-export restrictions under applicable Export Laws;  
(iv) Shipper has obtained all necessary permits, licenses or other government authorizations required for the delivery of the goods to their final destination and end-use.  
(v) Shipper shall provide Carrier with all information, including permits and licenses, required by applicable Export Laws to permit Carrier to further the delivery of the goods to the final destination country.  
(e) THE SHIPPER SHALL DEFEND, INDEMNIFY, AND HOLD HARMLESS THE CARRIER FROM AND AGAINST ANY AND ALL LIABILITIES, CLAIMS, LOSSES, EXPENSES OR DAMAGES INCURRED OR OCCASIONED BY (i) A BREACH BY THE SHIPPER OF ANY OF THE WARRANTIES CONTAINED HEREIN (ii) THE FAILURE OF THE SHIPPER TO COMPLY WITH THESE PROVISIONS OR (iii) CARRIER'S EXECUTION OF SHIPPER'S INSTRUCTIONS.
- No agent, servant or representative of the Carrier has authority to alter modify or waive any provisions of this contract.
- On request and if the appropriate premium is paid and the fact recorded on the face hereof the goods covered by this Air Waybill are insured whilst in the ordinary course of transit under an open policy for the amount requested as set out on the face hereof (recovery being limited to the actual value of goods lost or damaged provided that such amount does not exceed the insured value). The insurance is subject to the terms, conditions, and cover (from which certain risks are excluded) of the open policy which are available for inspection at an office of the Carrier issuing this Air Waybill and which are specified on the Certificates of Insurance issued by the Carrier. For cargo held or to be held in Carrier's or Customs Terminal cover may be extended upon prior request to apply before commencement of transit and/or beyond duration of transit subject to payment of an appropriate additional premium. Claims under any insurance effected under this paragraph must be reported immediately to the address of the Carrier issuing this Air Waybill as shown on the face hereof or to an office or agent of such Carrier at the point of origin or destination or to the insurer.
- The Shipper expressly agrees that the Carrier shall have a general lien on goods and any documents relating thereto for all sums whatsoever due at any time to the Carrier from the Shipper, for all sums due including interest under this contract or any other contract or undertaking to which the Shipper was party or otherwise involved, inclusive of all costs, including but not limited to attorney fees and costs and other legal fees, incurred in exercise of said lien plus interest on those costs. The Carrier shall have the right to sell the goods and documents by public auction or private treaty or sale, without notice to the Shipper and at the Shipper's expense and without any liability towards the Shipper.
- Insofar as any provision of these Conditions may be contrary to mandatory law, government regulations, orders or requirements, such provision shall remain applicable to the extent that it is not overridden thereby. Similarly, if any provision of these Conditions is declared void, invalid or unenforceable by any court of law, the remaining provisions of these Conditions shall to the extent permitted by such declaration remain in full force and effect as though the void, invalid or unenforceable provisions were never a provision of these Conditions.

Fuente: anonima, datos sensurados por confidencialidad

## Anexo 27. Formato real de Póliza de seguro.



San Salvador, 31 de agosto de 2022

**SEÑORES:  
DIRECCION GENERAL DE ADUANAS  
PRESENTE.**

Ref.: [REDACTED]

Estimado Señor Director:

A través de la presente hacemos constar que [REDACTED], tiene contratada con nuestra Compañía, la póliza de Transporte No. T-[REDACTED], que cubre Existencias propiedad del Asegurado consisten principalmente, entre otros, en maíz y / o glucosa y / o queso en polvo y / o aceite vegetal y / o maní y / o especias y / o rodajas de plátano y / o frutos secos. y / o anacardos y / o dulces y / o galletas y / o nachos y / o pimientos y / o productos en proceso y / o productos terminados y / o cualquier otro interés y / o piezas de maquinaria y / o maquinaria y equipo y / o lubricantes y / o combustibles y repuestos. y / o todos los demás intereses manejados por el Asegurado durante el curso de su negocio o bajo su cuidado, custodia o control., relacionado al giro propio de las empresas que se mencionan al inicio; para Exportaciones e Importaciones para el período comprendido del 01 de septiembre de 2022 al 01 de septiembre de 2023, la cual manejamos bajo la forma de declaraciones mensuales, esto significa que nuestra compañía dará cobertura automática a todas las Exportaciones e Importaciones Hasta la suma de USD 2,000,000.00 límite como límite único y combinado para los países de Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua, las cuales serán declaradas a nuestra aseguradora en el mes siguiente que se realicen los movimientos., cubriendo Desde puertos (aéreos) y / o lugares en el mundo hasta puertos (aéreos) y / o lugares en el mundo, incluidos todos los envíos nacionales y / o tránsitos internos según sea necesario; directo o vía (aire) puerto (s) y / o lugar (s) en cualquier orden.

No omitimos manifestarles que la forma de operar de la póliza es abierta a base de declaraciones mensuales, con una tarifa de 0.16% para todos los embarques, la prima a cobrar por cada embarque se calcula sobre el 110% del valor total de la factura más el flete.

Sin más por el momento, me suscribo.

Atentamente



Emisión Seguros Generales

Agente : DIRECTO (9000).-  
\*LJMART.-

Fuente: anonima, datos sensurados por confidencialidad