

**PROPUESTA DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA PYME DEL SECTOR
PLÁSTICOS EN BOGOTÁ**

Presentado por:

Campuzano Camacho Valentina. Cod. 100074238

Castiblanco Cortes Lady Johanna Cod. 1611026103

Cruz Arias Jenny Marcela Cod. 1311080113

Gallego Ospina Doris Patricia Cod. 100153257

Lozano Luz Amira Cod. 1521025144

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano
Facultad de negocios, gestión y sostenibilidad. Programa virtual de negocios
internacionales

Plan de negocios presentado para optar por el título de:

PROFESIONAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Tutora: Pico Bonilla Claudia Milena

Abril 20 de 2021

Tabla de contenido

Resumen	5
Abstract	5
1. Formulación Del Problema	6
1.1 Pregunta problema	9
2. Justificación	10
3. Objetivo General	12
4. Objetivos Específicos	12
5. Antecedentes	12
6. Marco Teórico	18
7. Diseño Metodológico	20
8. Estudio de Mercado.	21
9. Estudio Técnico.	28
9.1 La empresa	28
9.2 Misión	28
9.3 Visión	29
9.4 Historia	29
9.5 Calidad	30
9.6 Atributos del producto a exportar	31
9.7 Estructuras y materiales de las bolsas vacío	32

9.7.1 Material (importado):	32
9.7.2 Propiedades:	32
9.8. Proceso de exportación	34
9.9 Documentos requeridos para ingreso de mercancías	35
9.10 Ruta de transporte	35
9.11 Transporte marítimo	36
9.12 Transporte aéreo	37
10. Estudio Legal	39
10.1 Normas técnicas de conservación de alimentos en Costa Rica:	41
11. Estudio Financiero	43
11.1 Distribución Física Internacional	43
12.2 Canales de distribución	46
12.6 Análisis Financiero	47
12.7 Rentabilidad Del Patrimonio (ROE)	51
12.8 Rentabilidad Del Activo (ROA)	52
Conclusiones	52
Referencias	55

Índice de gráficos

Gráfico 1 Exportaciones en el subsector de envases y empaques en Colombia en 2019	22
Gráfico 2 Participación por subsector en el total de las exportaciones de empaques y envases en Colombia en 2019	23
Gráfico 3 Principales destinos de exportación de envases y empaques plásticos en 2019	23
Gráfico 4 Importaciones de empaques plásticos en Latinoamérica	26
Gráfico 5 Bolsas para empaque al vacío	31
Gráfico 6 Ruta de exportación vía aérea	38
Gráfico 7 Rentabilidad del patrimonio	51
Gráfico 8 Rentabilidad del activo	52

Índice de tablas

Tabla 1 Capacidad en planta	30
Tabla 2 Proceso de exportación	34
Tabla 3 Líneas marítimas	37
Tabla 4 Sectores destacados en exportación para el año 2018. Exportaciones de Colombia y Costa Rica	40
Tabla 5 Presupuesto gastos de exportación indirecta	44
Tabla 6 Presupuesto gastos de exportación directa	45
Tabla 7 Análisis financiero - balance general proyectado	48
Tabla 8 Análisis financiero - estado de resultados	49

Resumen

El presente proyecto de investigación se formula una propuesta de internacionalización para la empresa Plásticos y Film Internacional, dedicada a la producción y comercialización de etiquetas, termo encogibles y bolsas de empaque al vacío utilizadas para el empaque de alimentos; la empresa manifiesta estar interesada en la apertura de nuevos mercados en Latinoamérica con el objetivo de aumentar sus ingresos.

En este sentido, se realiza esta investigación identificando que el mercado potencial de exportación es Costa Rica, al cual se pretende ingresar con el producto de bolsas de empaque al vacío dado que existe una potencial demanda en el país, además de la presencia de acuerdos comerciales vigentes entre Colombia y este país es un factor a favor de la negociación. Se establecieron los requisitos legales, la modalidad de transporte necesaria para hacerlo, otros posibles aliados comerciales y todas las etapas necesarias para la implementación del plan exportador.

Palabras clave: internacionalización, acuerdos comerciales, mercado objetivo, bolsas de empaque al vacío, alimentos.

Abstract

This research project formulates an internationalization proposal for the company Plásticos y Film Internacional, dedicated to the production and commercialization of labels, shrink wrap and vacuum packaging bags used for food packaging; the company is interested in opening new markets in Latin America with the aim of increasing their income.

In this sense, this research is carried out identifying that the potential export market is Costa Rica, which it is intended to enter with the product of vacuum packaging bags given that there is a potential demand in the country, in addition to the presence of trade agreements in force between Colombia and this country is a factor in favor of the negotiation. The legal requirements were established, the mode of transport necessary to do so, other possible commercial allies and all the necessary stages for the implementation of the export plan.

Keywords: internationalization, trade agreements, target market, vacuum packaging bags, food.

1. Formulación Del Problema

En la actualidad, la industria plástica representa el 15% del PIB manufacturero, emplea a cerca de 65.000 personas, cuenta con cerca de 650 empresas y fabricantes y alrededor de 2.500 establecimientos dedicados al plástico y similares. (Reportero Industrial, 2018)

Daniel Mitchell, presidente de Acoplásticos -gremio que representa a las empresas de las cadenas productivas químicas, que incluyen, entre otras, a las industrias del plástico- en una entrevista realizada por la revista Reportero Industrial afirmó que:

Este sector es un indicador del comportamiento de la economía en Colombia, en la medida en que gran parte de los productos que se consumen o utilizan en la cotidianidad tienen elementos hechos de plástico, por este motivo, es un sector

intermedio que actúa como proveedor de varias actividades económicas, lo que indica cómo le va a la economía del país (Reportero Industrial, 2018, pág. 15)

Por otra parte, según el estudio realizado por el Programa de calidad para la cadena de químicos (GQSP Colombia por sus siglas en inglés), en los últimos tres años, las exportaciones colombianas de envases y empaques han tenido un crecimiento promedio anual cercano al 7%. En el año 2019, Colombia alcanzó un valor de 258,6 Millones de USD en exportaciones en esta categoría y, dentro de dicho monto, el sector plástico participa con el 66% (172 USD millones) respecto a las demás categorías, lo que representa una ventaja comparativa de las exportaciones de envases y empaques plásticos, pues de 2018 a 2019, las exportaciones de este tipo de productos crecieron un 2.2%. (GQSP Colombia, 2020).

Procolombia, por su parte, resalta la oportunidad existente de poder aumentar el crecimiento de estas exportaciones, debido a que, hay un abastecimiento local de resinas para la producción de envases y empaques plásticos, gracias a las refinerías de Barrancabermeja y la de Cartagena (Procolombia, 2020)

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible identificar a la industria del plástico como una fuente de crecimiento y desarrollo para la economía colombiana, en la medida en que es un sector transversal a otros sectores de la economía; además los beneficios que ha impulsado el gobierno mediante los tratados de libre comercio (TLC), por ejemplo, con la Comunidad Andina (CAN), el cual excluye a los productos

manufacturados del 100% de los aranceles en los países miembros: Perú, Ecuador y Bolivia. Y a su vez, también existe un régimen preferencial arancelario para ingresar al mercado de Argentina, Brasil, México y Venezuela gracias a los acuerdos comerciales firmados entre Colombia y estos países (Procolombia, 2020)

Estos acuerdos comerciales, facilitan la incursión de las pymes nacionales en los mercados extranjeros en donde la demanda de este tipo de productos representa una oportunidad de expansión.

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) constituyen un eje fundamental para el desarrollo económico y se han convertido en el motor de la economía, según cifras del DANE, éstas representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 35% del PIB y el 80% del empleo de toda Colombia; además, impulsan el crecimiento de la productividad, la generación de empleo, la capacidad de innovación y la integración de las cadenas productivas (Ministerio de Trabajo, 2019). De acuerdo con el estudio de GQSP Colombia, de las 4.034 empresas registradas ante la Cámara de Comercio, el 98% de los fabricantes de plásticos son pymes y, a su vez, el 76% se encuentran concentradas en Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla (GQSP Colombia, 2020)

La empresa colombiana Plásticos y Film International, pyme dedicada a la producción y comercialización de etiquetas termoencogibles y bolsas de empaque al vacío; utilizadas para el empaque directo de alimentos tiene como objetivo generar relaciones comerciales con empresas del sector de alimentos en países

Latinoamericanos, considerando que es un mercado que ofrece oportunidades por explorar y desarrollar en la medida en que esta región es el mayor exportador neto de alimentos del mundo (BID, 2018).

Debido a esto, la gerencia de la compañía manifiesta estar interesada en la apertura de mercados en Latinoamérica, considerando que su producto cumple con estándares de calidad altos, contando además con certificación ISO9001, y destacándose como líderes dentro del mercado local debido a que atiende a grandes empresas del sector alimentos. Sin embargo, expresa que la falta de conocimiento en el proceso y el no tener estrategias claras, hacen que la gerencia general evite tomar riesgos propios del tipo de negocio (barreras culturales, logísticas y fiscales, entre otras).

En este sentido, la empresa busca desarrollar un proceso de internacionalización, que se entiende, en términos generales, como la entrada de las compañías a mercados extranjeros, con el principal objetivo de desarrollar parte de sus actividades como lo son: la venta de sus productos, compra de suministros, producción, entre otras, en otros países distintos al de origen (Iberglobal, 2017).

1.1 Pregunta problema

Mencionado lo anterior, es importante rescatar que Plásticos y Film International ve con preocupación el estancamiento en el crecimiento: durante los últimos tres años no ha logrado aumentar sus ingresos, ya que el mercado local no sube precios debido al constante ingreso de nuevos competidores; se considera entonces dentro de la

asesoría que como parte de la solución se encuentra la internacionalización de sus productos a mercados Latinoamericanos, en aras de lograr capitalización y crecimiento.

Se ha identificado que Colombia actualmente tiene oportunidades comerciales principalmente en Estados Unidos, México, Perú y Ecuador, en la categoría de envases y empaques plásticos, por ser los principales destinos de exportación de estos productos: Estados Unidos 25%, Ecuador 13%, Perú 9% y México 8%. (Procolombia, 2020).

En este sentido, la necesidad de disminuir el riesgo de que sus ingresos dependan del mercado local motiva a Plásticos y Film International a querer exportar sus productos, y al mismo tiempo, busca crear prestigio de marca al darse a conocer en otros mercados.

Entre tanto, teniendo en cuenta las necesidades planteadas por la empresa, la pregunta a resolver dentro de esta investigación es: ¿Cuáles son las estrategias de internacionalización que debería implementar la empresa Plásticos y Film International para ingresar con sus productos en el mercado latinoamericano?

2. Justificación

La internacionalización de la empresa Plásticos y Film International, se quiere realizar con el ideal de llegar a ser una empresa pyme colombiana conocida a nivel latinoamericano, por sus productos, pues esta es una empresa que busca siempre ofrecer la mejor calidad ante los bienes que ofrece; de acuerdo a estudios generados

por Isidro Fainé presidente de la fundación Confederación Española de Directivos y Ejecutivos CEDE, en un mercado global es importante aprovechar el potencial que genera la empresa dada, pues esto puede abrir un mundo de oportunidades si se saben aprovechar las ventajas que poseen. (Fainé, 2012)

La industria del plástico ha representado un mercado suficientemente productivo a nivel nacional, generando mayores ingresos económicos al país, esto se ha venido dando desde el año 2016, según datos de ProColombia; esta industria ha demostrado poseer una alta capacidad en generar productos de conservación, duración y calidad (Procolombia, 2019). Gracias a los datos generados por Sicex, compañía proveedora de información del comercio exterior, el 62% de la fabricación de envases plásticos en Colombia es destinado al sector de alimentos (Sicex, 2019); información que beneficia y aporta mayor estabilidad en la internacionalización a Plásticos y Film International, ya que la empresa se basa en la producción y suministro de empaques dirigidos principalmente a esta industria, la cual tiene un mercado muy extenso, y esto permite mayores ingresos económicos.

El presente trabajo de grado pretende aportar a la construcción de estrategias de internacionalización que puedan ser utilizadas, aplicadas y comercializadas por Plásticos y Film International, mediana empresa colombiana, que busca generar mayor reconocimiento e ingresos mostrando su producto y ampliando su mercado en países latinoamericanos (Ecuador, Bolivia, México, Costa Rica y Perú).

3. Objetivo General

Analizar las estrategias o acciones que permitan la internacionalización de Plásticos y Film International.

4. Objetivos Específicos

1. Realizar la selección de los potenciales mercados en Latinoamérica para la internacionalización de la empresa Plásticos y Film International.
2. Establecer los requerimientos en términos de normatividad que debe cumplir la empresa para exportar a los mercados seleccionados.
3. Diseñar estrategias de mercadeo para el ingreso a los mercados escogidos.

5. Antecedentes

A continuación, se describen algunos estudios encontrados sobre la internacionalización de empresas del sector de plásticos.

Estudio de caso: Plasmotec S.A.S

Castañeda y Mendoza (2016) hacen una propuesta para la internacionalización de la empresa Plasmotec S.A.S. que busca incrementar los ingresos ya que existe una saturación del mercado por la apertura de nuevos competidores y analizan ingresar en el mercado internacional, para que sea implementada en el mediano plazo.

El objetivo es dar a conocer las oportunidades comerciales que tienen las pymes en los mercados internacionales y el proceso de internacionalización que se debe seguir.

La metodología de este trabajo se realizó en tres pasos: diagnóstico para definir la capacidad que tiene la empresa para llevar a cabo la internacionalización de sus productos, seleccionar un mercado objetivo a través de datos (TRADE MAP) y la matriz comparativa de mercados teniendo en cuenta la experiencia, necesidades y percepción de la empresa sobre estos países, establecieron estrategias de internacionalización para optimizar recursos y tener mayor probabilidad de éxito en la exportación. Los autores utilizaron modelo PESTEL para determinar tendencias que se puedan aprovechar para generar oportunidades, identificaron su producto estrella (tapas de esmalte) e identificaron países con mayor demanda de este producto durante el año anterior y a través de la matriz de comparación de mercado seleccionaron el país objetivo Perú en el corto plazo ya que el propietario se sentía más cercano y no debía hacer mayores adecuaciones ni asumir sobrecostos, estableciendo el mercado de Estados Unidos como objetivo a largo plazo cuando cuente con mayor experiencia en exportaciones.

De manera simultánea, se identificaron aquellas empresas peruanas del sector de cosméticos más importantes y las empresas competidoras colombianas que también exportan estos productos, planificamos como estrategia la participación en eventos del sector (feria internacional de plástico), publicidad en revistas especializadas y ampliar su capacidad de producción en 50% en los 2 próximos años.

Estudio de caso: Empresa Better Plastic S.A.S

Ayala y Benavides (2017) analizan la oportunidad que tienen sus productos en los mercados internacionales y se plantean empezar en Argentina ya que la

oportunidad es importante, puesto que es el tercer país con la mayor producción de granos a nivel mundial, esto le permite un gran desarrollo en la industria agrónoma y por ende con la necesidad de productos que mejoren y aumenten su producción y uno de los mayores importadores de plásticos entre ellos la bolsa de silo.

El objetivo de este trabajo fue realizar un plan de mercado internacional para mostrar las oportunidades que tiene la empresa en otros territorios donde hay la necesidad de estos productos. Para ello usaron metodología cualitativa y recopilaron datos provenientes de encuestas y análisis documental. Realizaron un diagnóstico de la empresa, una matriz de mercados para determinar el país con mayor potencial para el producto y realizaron un plan de mercado internacional evaluando las condiciones de acceso al país. Después de evaluar la matriz de mercados según las ponderaciones de cada nación analizaron que a un corto plazo su país objetivo sería Argentina, a mediano plazo Brasil y largo plazo Australia ya que es el país con mejores resultados, se realizaron varios estudios de mercado, donde se tuvieron en cuenta los bajos ingresos, déficit de alimentos, filtros de promedio de producción, variación de producción, área cosechable de granos secos y granos húmedos, se analizaron datos macroeconómicos y microeconómicos, la capacidad de la empresa; por esto Australia arrojó la mejor ponderación a nivel macroeconómico y Brasil ya que es el segundo país con mayor producción agrícola, además de ser uno de los países más poblados lo que genera gran demanda de bolsa de silo.

Las estrategias de promoción para incursionar a dicho país serían las revistas especializadas, emisora radial, hacer presencia en las exposiciones especializadas

agroindustriales más importantes. También buscara llegar a los grandes distribuidores locales de la bolsa de silo que es el producto estrella con el que van a incursionar. El proyecto es viable puesto que la empresa cuenta con los recursos para llegar a dicho país y evidencia utilidades netas del 2% para el siguiente año y superiores al 5% para el 2021.

Estudio de caso: Empresa Alplast Ltda.

Hurtado Y Páez (2020) diseñan estrategias para el proceso de internacionalización de sus productos buscando clientes potenciales y alternativas de crecimiento para estos productos. En ese proceso analizaron el potencial de la empresa y dieron a conocer estrategias para ingresar a un mercado extranjero dando seguridad de la oportunidad que tienen en estos países.

Asimismo, realizaron un diagnóstico de la empresa a través de matrices MEFE, MEFI, DOFA; identificación de mercados utilizaron matrices BCG y herramientas tecnológicas de recolección de datos desde Trade Map en países donde es viable ingresar y un plan de acción para incursionar a estos mercados. Por medio del análisis PESTEL identificaron a Ecuador como el país objetivo a incursionar, con su producto estrella bolsas para semilleros de café flores y viveros el cual tiene mayor rentabilidad y demanda, identificando clientes potenciales. Se concluye que se deben hacer alianzas estratégicas para llegar a clientes específicos, interactuar más en eventos del mismo sector para adquirir más experiencia en procesos que ayuden al crecimiento y conexiones con otros países.

El proceso de internacionalización para las empresas colombianas de plástico pequeñas y medianas puede ser costoso, difícil, y las empresas prefieren buscar clientes locales o nacionales, con los que pactan contratos fijos acostumbrándose al bajo margen de ganancia con el que se puedan sostener y no tienen una cultura de internacionalización y crecimiento empresarial.

Estudio de caso: La Internacionalización de las Pymes en América Latina y su Proyección en Europa

La fundación CERALE (Centre d'Etudes et de Recherche Amérique latine Europe, 2017) analiza las barreras que las PYMES latinoamericanas deben superar para acceder a los mercados internacionales, las cadenas de valor e identifican los factores susceptibles a la hora de propiciar la asociación birregional, se tomó como muestra 9 países de la región (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Perú y Uruguay), se realizaron entrevistas a 225 empresarios y dirigentes de 225 pymes donde se analizaron sus capacidades, experiencias en el desarrollo de la actividad, en los procesos de innovación y capacitación internos para poder ingresar en el proceso de internacionalización, en sectores como: agroindustrias, automotriz, aeronáutico, energías renovables, tecnologías medioambientales y turismo e industrias creativas. Reclasificándose de la siguiente forma:

- Tecnologías de la información y comunicación (TIC), (programas informáticos, aplicaciones redes y medios).
- Farmacia, turismo, extracción, transformación y comercialización de materias primas.

- Alimentos y bebidas, equipos industriales, energías, reciclado y tecnologías ambientales, Servicios y soluciones para empresas.

También se analizó el perfil del empresario latinoamericano en donde el promedio de edad es de 45 años, el 80% posee un título universitario, y los del sector de las TIC, energías y salud muestran un grado académico superior (maestría, doctorado). También se analizó qué porcentaje de empresarios han tenido experiencias en el extranjero y su dominio lingüístico, por país y por sector.

Los retos ante la competitividad y su compromiso ante la capacitación de sus colaboradores y empleados.

La conclusión de este estudio nos muestra que las Pymes latinoamericanas están en una fase de internacionalización temprana, que aunque dominan el proceso de importación y exportación, aun son pocas las alianzas estratégicas y aun no cuentan con una inversión extranjera, por esto no interactúan con los mercados exteriores ni en las cadenas globales de valor, mientras que las Pymes Europeas tienen una estrategia de integración más sofisticada ya que recurren a una amplia gama de modalidades para sus operaciones en el exterior.

Las recomendaciones para mejorar la integración regional y birregional de las Pymes son a nivel de formación e información tales como:

Promover y reforzar las capacidades técnicas del personal, estimular la apertura internacional favoreciendo el intercambio estudiantil y las prácticas empresariales, desarrollar habilidades gerenciales y la visión estratégica de las Pymes, interculturales y de negociación.

Incentivar la información de mercados específicos internacionales a través de plataformas digitales.

Comunicar más y mejor acerca de los tratados de libre comercio para que las Pymes tengan mayor acceso a las oportunidades que hay en el mercado exterior.

De acuerdo a los estudios de caso analizados, si bien se encuentran varios estudios enfocados a la internacionalización de empresas del sector de plásticos en el país, en la revisión de literatura realizada no se encontraron estudios dirigidos al subsector de empaques y envases plásticos, por lo que este documento busca ser un aporte a la literatura de productos de este tipo, y a su vez, contribuir a la documentación existente sobre las empresas Pymes en el país y, en específico, de las pymes del departamento del Valle del Cauca, de donde es originaria la empresa.

6. Marco Teórico

En el mundo actual la internacionalización de las empresas es una figura necesaria, relevante, que promueve y busca introducirse en los mercados exteriores; la facilidad que tienen las empresas para expandirse y desarrollar oportunidades con una ventaja competitiva importante se ha convertido en una visión internacional de distribución y estrategia en las unidades de negocios basados en factores para el estudio de los recursos, ubicación, análisis de los costos y venta a otros países. Logrando obtener ingresos significativos, aumentando la productividad tanto de los recursos materiales y recursos humanos de la empresa como formas de crecimiento.

Las empresas deben optar por planes de acción necesarios para acceder a otros mercados y realizar cambios internos que minimicen los riesgos, aseguren la viabilidad

y éxito financiero esperado. En ese sentido, a continuación, se describe el modelo de Upsala, modelo que se usa como referencia para el desarrollo de la investigación.

Modelo de Uppsala: Johanson y Wiedersheimpaul (1975) plantean un enfoque admitido y de desarrollo sucesivo, impulsado para que las empresas ejecuten las fases de internacionalización en determinando tiempo, partiendo de la selección, conocimiento, experiencias adquiridas, tomas de datos y tipos de mercado, análisis del entorno y sus obstáculos; describiendo a este proceso como una serie de etapas continuas denominadas cadenas de relación, adquiriendo compromisos en la disponibilidad de la información, localización e iniciación del comercio a otros países. (Leiba & Darder, 2008).

En este sentido, a continuación, se describen las etapas propuestas por el modelo. En la primera etapa la empresa realiza exportaciones esporádicas e irregulares, casi siempre de manera indirecta, su objetivo es la adquisición del conocimiento sobre este mercado. Hasta tanto no se logre suficiente información sobre dicho mercado, no se puede avanzar a etapas posteriores. En la segunda etapa la organización establece negocios internacionales a través de representantes independientes o agentes comercializadores, a través de los cuales obtiene información del mercado. Se tiene el objetivo de ejercer un mayor control sobre las ventas, aquí hay mayor esfuerzo para conocer el mercado en el que se incursiona. En la tercera etapa, el objetivo es adquirir suficiente experiencia sobre el mercado de destino, de tal forma que se puedan establecer diferencias con los competidores. En la

última etapa, la empresa ubica plantas de producción en el mercado externo; obtiene información directamente del mercado que se va a ver reflejada en las características del producto. Esta etapa está caracterizada por el control que se tiene de las ventas, de la producción y de la información sobre los factores de producción del mercado externo. (Gómez & González, 2011)

7. Diseño Metodológico

Con el propósito de alcanzar los objetivos del estudio, la investigación tendrá un enfoque de naturaleza mixta abarcando un enfoque cuantitativo el cual se basa en ser objetivo, deductivo y probatorio que mide fenómenos utilizando estadísticas, y a su vez cualitativo, el cual se caracteriza por ser un planteamiento más abierto que permite extraer información de datos específicos mostrando la variedad de criterios existentes. Como objetivo principal, se pretende formular una propuesta de internacionalización para la empresa Plásticos y Film Internacional a fin de ser implementada en un mediano o largo plazo.

Para su realización el proceso investigativo se define en 4 etapas, en primer lugar, se realiza un estudio de mercado con el fin de hacer un análisis descriptivo que permita conocer cuál es el mercado óptimo para la internacionalización de la empresa. Para esto se identifica la partida arancelaria correspondiente al producto a exportar mediante la información que provee la DIAN, para seguidamente realizar la descripción de indicadores macroeconómicos que permiten conocer la situación de la oferta y demanda del producto; apoyados en estadísticas recopiladas de la herramienta de estadísticas de comercio exterior de Procolombia; filtrando por el sector de envases y

empaques y el subsector de envases y empaques de plástico, y a su vez, mediante las estadísticas de Trade Map filtrando por el código de la partida arancelaria (3926). De igual forma se utilizan datos de organizaciones nacionales e internacionales e informes de la industria del sector de empaques.

En segundo lugar, se realiza un estudio técnico donde se conocerán diferentes aspectos de la empresa, el producto a exportar y aspectos técnicos propios de la producción, lo anterior mediante información provista por la empresa e información obtenida de Proexport para determinar el medio de transporte más conveniente.

Adicionalmente, se elabora un estudio legal donde basados en la revisión de las normativas, leyes y tratados se revisan las condiciones de exportación del producto con el mercado escogido. Por último, se realiza un estudio financiero, destacando la viabilidad del proyecto con el que se busca orientar cuál es el proceso de exportación que debe seguir la empresa para lograr incursionar en el mercado potencial y su retorno de inversión.

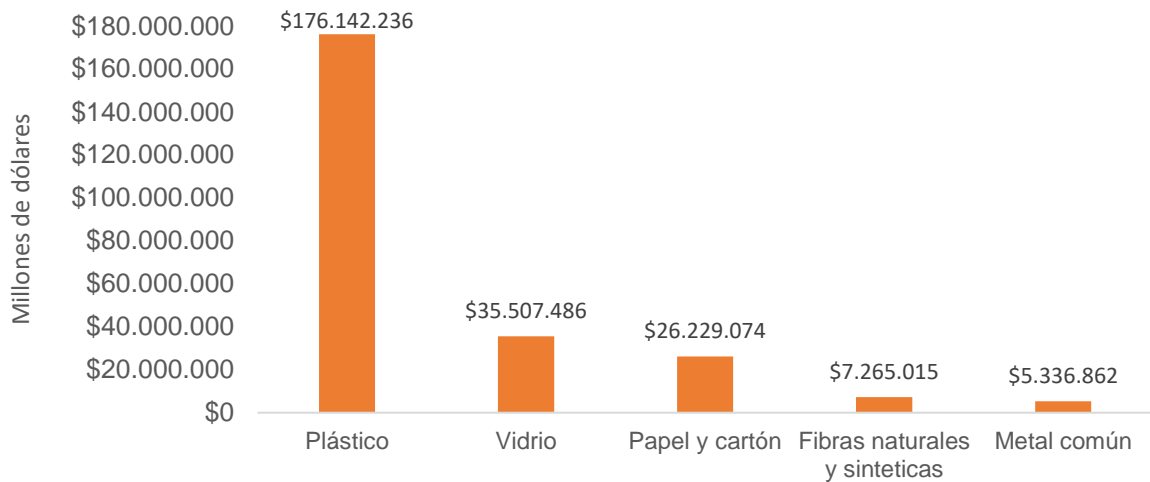
8. Estudio de Mercado.

Tendencias recientes de comercio muestran al sector de envases y empaques, específicamente al subsector de empaques y envases plásticos como uno de los más dinámicos a nivel nacional, pues de acuerdo con las estadísticas de exportación por cadena productiva de Procolombia, en 2019 las exportaciones de empaques y envases

plásticos representaron el 68% del total de las exportaciones del sector de envases y empaques, siendo así las de la mayor participación. (Procolombia, 2019)

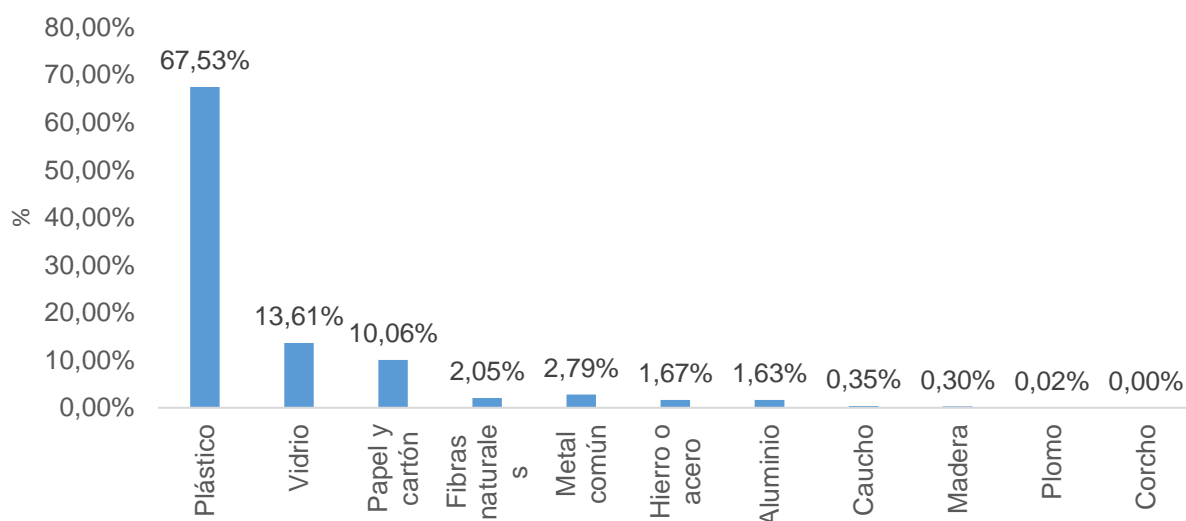
En el gráfico 1 se observan los cinco subsectores de envases y empaques con mayores exportaciones en 2019, mientras que, en el gráfico 2 se evidencia la participación de cada subsector en el total de las exportaciones de envases y empaques. Es claro cómo las exportaciones de envases plásticos desplazan las de otro tipo de materiales.

Gráfico 1 Exportaciones en el subsector de envases y empaques en Colombia en 2019



Fuente: elaboración propia con datos de Procolombia

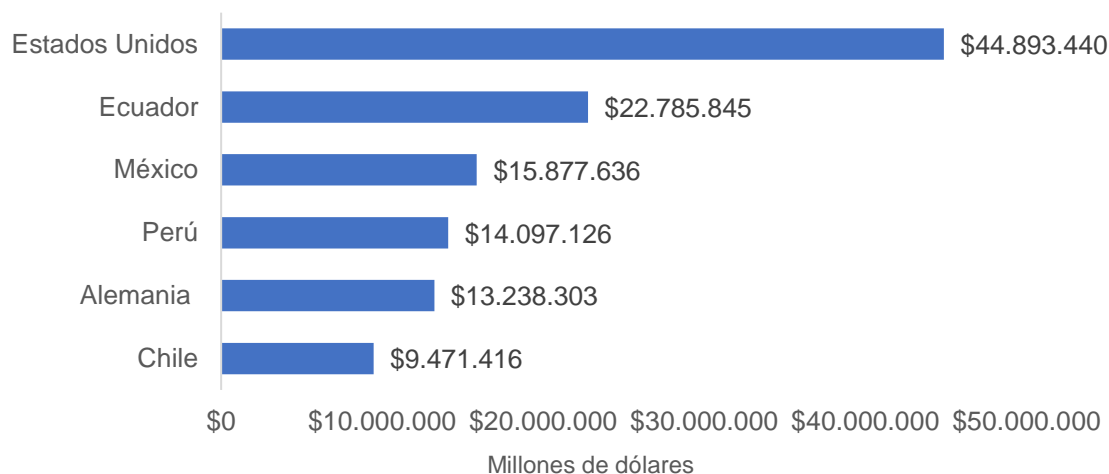
Gráfico 2 Participación por subsector en el total de las exportaciones de empaques y envases en Colombia en 2019



Fuente: elaboración propia con datos de Procolombia

Analizando las cifras por país de exportación, en 2019 Estados Unidos fue el principal destino de este tipo de exportaciones participando con el 17%, seguido por Ecuador con el 8,7%, México con el 6,1% y Perú con el 5,4%, en el grafico 3 se observan las cifras en millones de dólares.

Gráfico 3 Principales destinos de exportación de envases y empaques plásticos en 2019



Fuente: elaboración propia con datos de Procolombia 2021

Por otra parte, al observar el comportamiento del sector de empaques y envases plásticos a nivel internacional, de acuerdo con All4pack, los empaques flexibles basados en papel y/o plástico representan el 23% del mercado de empaques; en 2017 tuvieron ventas de US\$230 mil millones y muestran un crecimiento frente al plástico rígido por ser una alternativa más conveniente debido a su bajo peso y formato más pequeño. Se estima que este material crecerá un 4,3% anualmente hasta 2022 llegando a US\$283 mil millones. (All4pack, 2018)

De esta forma, las tendencias de mercado positivas frente a los empaques de plástico a nivel mundial representan una oportunidad para Plastic y Film International teniendo en cuenta que las bolsas de empaque al vacío utilizadas para el empaque directo de alimentos son el producto que buscan exportar. En este sentido, si analizamos las tendencias respecto al sector de alimentos, el estudio de Smithers acerca de las tendencias futuras de los envases, afirma que aproximadamente el 40% de los alimentos producidos en el mundo no son consumidos, de allí que las tendencias de los productores se inclinen por tipos de empaques modernos, Smithers resalta los tipos de empaque flexible como las bolsas de alta barrera como una opción reconocida por agregar vida útil a los alimentos, contribuyendo a minimizar las pérdidas de alimentos (Smithers, 2018).

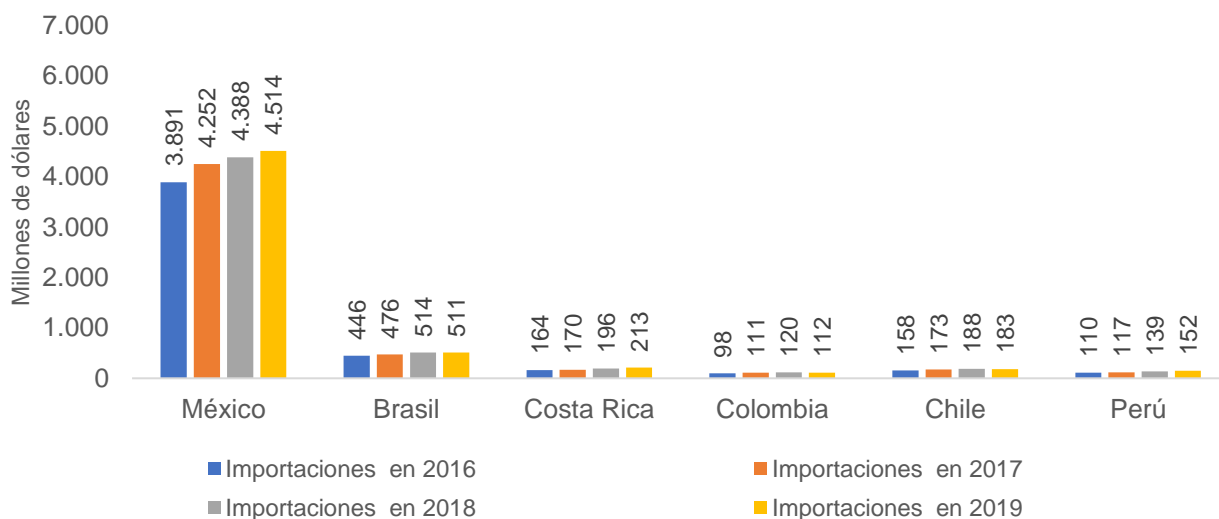
De esta forma, Plastic y Film International reconoce que su producto se beneficia de estas tendencias de consumo y de la preocupación existente por reducir el desperdicio de alimentos, y a partir de allí establece que su valor agregado se centra en el compromiso dentro de la cadena de producción de la que hace parte, siguiendo medidas de calidad estrictas en sus procesos con el fin de garantizar que cada pedido

sea entregado satisfaciendo las necesidades de sus clientes y contribuyendo a suplir esa necesidad de preservar la vida útil de los alimentos.

Una vez analizado el comportamiento del mercado de empaques a nivel mundial, en cuanto a Latinoamérica, de acuerdo con la revista Mundo PMMI se establece que los empaques de plástico flexible lideran la participación respecto a los demás tipos de empaque, en especial, estos son más demandados por la industria de alimentos que identifica en ellos beneficios económicos para comercializar sus productos. Los empaques de plástico flexible participaron con 24,4% en 2017 y 27,1% en 2018 en el total unidades vendidas de empaques en Latinoamérica, superando la participación de otros como las botellas PET con 15,8% en 2017 y 16.1% en 2018 (Mundo PMMI, 2019).

En este sentido, para entender la demanda de empaques plásticos en Latinoamérica, se analizan las cifras de importaciones de este producto, encontrando que México, Brasil y Costa Rica son las tres principales economías importadoras. México importa casi 9 veces más que Brasil y 21 veces más que Chile, a su vez, en México entre 2016 y 2019 las importaciones mantuvieron una tendencia positiva creciendo un 16%.

Gráfico 4 Importaciones de empaques plásticos en Latinoamérica



Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map 2021

Una vez analizada la oferta y la demanda del producto a exportar se identifica que México puede ser un mercado potencial para las bolsas de empaque al vacío de Plastic Film International, dado que las cifras de importaciones son las más altas de la región permitiendo distinguir que existe espacio en el mercado para dicho producto, sin embargo, si bien existe un Tratado de Libre Comercio entre Colombia y México, la desgravación del acuerdo no incluye la partida arancelaria que corresponde al producto en cuestión, por lo que habría una desventaja si se decidiera entrar a este mercado (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021). No obstante, se presume que puede haber una alta demanda en dicho mercado por la presencia de grandes empresas de alimentos en el país, que registran las mayores ventas de la región. (América Economía, 2010). Sin embargo, cómo se observó en el gráfico 3, en 2019, México fue uno de los principales destinos de exportación de envases y empaques plásticos colombianos, lo que podría indicar que en dicho mercado habría amplia competencia de empresas colombianas.

Tras lo anterior, si se examina el comportamiento de las importaciones en las demás economías de Latinoamérica, se observa una tendencia creciente de las importaciones de empaques plásticos en Costa Rica que crecieron un 30% entre 2016 y 2019 por encima del crecimiento de México (16%), lo que demuestra la existencia de una demanda creciente a satisfacer en ese mercado; teniendo en cuenta que, según un estudio sobre la industria alimentaria en Costa Rica, el sector de alimentos es el segundo sector con mayor participación en las exportaciones del país y su valor ha venido creciendo, lo que puede verse como una oportunidad para ingresar a ese mercado (Hidalgo, 2009).

Adicionalmente, existe un acuerdo que entró en vigor en 2016 entre Colombia y Costa Rica, en donde se beneficia el sector de manufacturas y para este caso, específicamente los productos de empaques y envases plásticos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021).

De esta manera, de acuerdo con lo anteriormente identificado se establece que Costa Rica es el mercado óptimo para exportar el producto referido, esto debido al comportamiento observado en la demanda y a causa del régimen preferencial existente para entrar a ese mercado. A su vez, de acuerdo con el estudio de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer), la industria alimentaria de Costa Rica ha mostrado un crecimiento promedio anual del 5%, sin embargo, resalta la necesidad de darle mayor valor agregado a la industria y, a partir de allí, Plastic Film International

identifica la oportunidad de contribuir a generar valor y diferenciar la oferta costarricense mediante sus empaques que aportan vida útil y aseguran la mejor calidad de los alimentos.

En cuanto a la oferta del producto en el país, no se identifica un nivel alto de competencia pues según Aciplast Cámara Costarricense de la Industria del Plástico, gremio que agrupa a 48 empresas productoras de plástico del país, se identificaron las siguientes empresas dedicadas a la producción de empaques de alimentos: Empaques Belén, Plásticos Altamonte, Empaques y Productos de Plástico S.A, Indelsa y Polymer, (ACIPLAST, 2021). Sin embargo, una vez revisados los productos ofrecidos por cada empresa, sólo Indelsa y Polymer ofrecen empaques de sellado al vacío, el resto de empresas se dedica a la producción de otro tipo de empaques de alimentos.

9. Estudio Técnico.

9.1 La empresa

Plásticos y Films International S.A.S fue fundada en 1998 con el propósito de ofrecer una alternativa a las necesidades existentes en la identificación de productos dirigidos al consumo masivo. Es una organización de índole internacional dedicada a la fabricación y suministro de etiquetas termoencogibles, bolsas de empaque al vacío, bolsas termoencogibles, material termo formado y Bolsas laminadas.

9.2 Misión

Es una empresa multinacional orientada a satisfacer los requerimientos de sus clientes a nivel panamericano, ofreciendo soluciones innovadoras y competitivas de la

más alta calidad en identificación para productos de consumo masivo (Plastic Films Internacional SA, 2021).

9.3 Visión

Su visión es ser reconocidos en el mercado panamericano como la mejor opción en tecnología, calidad y competitividad en el reconocimiento para productos de consumo masivo llevando a cabo los procesos normativos y generando el desarrollo empresarial y del talento humano. (Plastic Films Internacional SA, 2021)

9.4 Historia

Los hermanos Simón y David Harf, en 1998, con los conocimientos acerca de la producción de etiquetas aprendidos en la empresa familiar Suprapak deciden fundar en Venezuela Plastic Films International Plafilm. Esto con el objetivo de atender desde allí las necesidades de etiquetas de mangas contraíbles del mercado venezolano y, a través de un distribuidor, de varias empresas colombianas que encontraban en los productos de la empresa, la calidad y la respuesta adecuada a sus necesidades de empaque y de identificación de marca.

Plafilm, luego de un periodo de pruebas y adaptaciones, acondicionó la maquinaria existente a la producción de las mangas termocongelables: una prensa Allied Gear a la cual se le hicieron modificaciones que permitieron la impresión en ella de películas sensibles a los efectos de la tensión y el calor y una cortadora longitudinal, diseñada para el corte de cintas de empaque, la cual se utilizó en su momento para el corte de las bobinas de películas contraíbles y los rollos de etiquetas de diversos anchos y características. (Plastic Films Internacional SA, 2021).

9.5 Calidad

Permanecen en constante mejoramiento de equipos de trabajo y maquinaria, para ofrecer soluciones de empaque de la más alta confiabilidad.

Se establecen vínculos sólidos con los proveedores, para lograr desarrollos conjuntos en productos y procesos, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes (Plastic Films Internacional SA, 2021)

Tabla 1 Capacidad en planta

Plastic Films Internacional S.A.
Tipo de Empresa: Fabricante - Exportador
Año de construcción de la Planta: 18 años
Numero de Empleados (Total y Por tipo): Directos: 138 Temporales: 23
Productos manufacturados en el Sitio: 1. Empaque Primario: Bolsa termoencogible, tapas y fondos 2. Empaque Secundario
Volumen de producción Capacidad máximo de 230 toneladas en 26 días laborales sin generación de horas extras. Lead time: 21 días calendario puestos en bodega de plásfilm empaque secundario - etiquetas termoencogibles. Lead time: 30 días calendario - empaque primario bolsas

Fuente: (Plastic Films Internacional S.A., 2021)

9.6 Atributos del producto a exportar

Se identifica la línea de producto a exportar basados en el estudio de mercado, específicamente trabajaremos con la **bolsa flexible de empaque al vacío** para alimentos. Su función principal es la conservación de los alimentos, el cual impide el crecimiento de gérmenes aerobios, dichas bacterias crecen y viven cuando hay oxígeno presente dentro del empaque. Este sistema de empackado ayuda a preservar las características físicas del producto en su interior como lo son; el color, la textura, el olor y el sabor. Son empaques ideales para productos alimenticios, tales como cárnicos, embutidos, lácteos, pescados y mariscos, vegetales, pulpa, frutos secos, semillas, entre otros.

Con el empackado al vacío es posible hoy obtener una mayor vida útil del producto, lo que da la posibilidad al fabricante de salirse de un mercado local, y al consumidor de obtener un producto más saludable, y con menos preservativos o conservantes. Lo cual permite darle el sello único a la hora de importar este empaque de barrera para los alimentos, siempre satisfaciendo las necesidades de los clientes, algunos ejemplos de empaques son:

Gráfico 5 Bolsas para empaque al vacío



Fuente: (Plastic Film Internacional S.A, 2021) y (Disnaempa Distribuidores Nacional de Empaques S.A, 2021)

9.7 Estructuras y materiales de las bolsas vacío

Esta bolsa se utiliza para las envasadoras de tipo semi o profesional con campana. Y esta bolsa variará dependiendo del material que utilicemos y de lo que vayamos a envasar. La más común de todas estas bolsas es la que está fabricada en una composición de poliamida con polietileno. La poliamida se utiliza como barrera para evitar el escape de aire y porosidad de la bolsa. Ya que si no estaríamos hablando de una simple bolsa con polietileno y si hacemos un día la prueba veremos que va perdiendo el vacío poco a poco con el transcurso de los días.

Esta bolsa la encontramos en diversos espesores: 70, 90,120, 130,150 y 160 micras, que son los micrajes más comunes y comerciales. Su composición variará siempre dependiendo del fabricante de la bolsa. Por ejemplo. En el caso de la bolsa más solicitada que es la de 90 micras y que se utiliza para la mayoría de los envasados. Esta tiene una composición de 20 poliamida y 70 polietileno. La Poliamida proporciona a la bolsa su estanqueidad mientras que el Polietileno permite su soldadura.

9.7.1 Material (importado):

Coextruido de 7 capas donde se conjugan las propiedades de barrera del Nylon (poliamida) y la buena sellabilidad del PE (polietileno) conformando una estructura ideal para el empaque de diversos productos.

9.7.2 Propiedades:

- Barrera media al oxígeno, al vapor de agua, a grasas y aromas.
- Excelente resistencia al punzón.
- Buenas propiedades ópticas, físicas y mecánicas.

- Laminación Solvent less.
- Todos los materiales cumplen con regulaciones FDA.

9.8. Proceso de exportación

Tabla 2 Proceso de Exportación

PROCESO DE EXPORTACIÓN		
ACTIVIDADES		
INICIO EXPORTACION		
<u>Documentación Reglamentaria</u>	Documentación Legal	
	Actualización Cámara de Comercio	
	Registro Único Tributario RUT / Registro como exportador / inscribirse en la Ventanilla única de Comercio Exterior	
	Estudio mercado	
	Ubicación de la subpartida	7612.90.90.00 Empaque
	Selección de Mercados / Indicadores / Tasas de Cambio / Inflación	
	Localización de la Demanda Potencial	
<u>Documentación Reglamentaria</u>	Registro De Productores De Bienes Nacionales	
	Determinación de Origen	
PREVIO AL ENVÍO DE CARGA		
<u>ACUERDO CONTRATO MARCO</u>	Negociación	
	Análisis y Costeo del Producto Para Exportación	
	Diligenciamiento de Cotización y Aceptación de Condiciones	
	Acuerdo de Compraventa Internacional	
	Términos de Negociación Entrega (ICOTERMS DAP)	
Forma de Pago / Moneda		
REGISTROS		
<u>VISTOS BUENOS</u>	Determinación Vistos Buenos	
	Vistos Buenos INVIMA	
	Certificado De Origen	
PROCESO LOGISTICO		
<u>SEGÚN DETERMINACIÓN DEL TERMINO DE NEGOCIACIÓN</u>	PLANEACIÓN DEL DESPACHO	
	Tramite Agencia Aduanas	
	Aérea	Embalaje / Verificación y control
		Licencias y autorizaciones
		Carga de Camión a contenedor en almacén producto terminado
		Transporte Interior país de origen de fabrica a aeropuerto
		Formalidades aduaneras exportación
		Transporte principal internacional
		Seguro de Mercancia
		Transporte interior Destino final
<u>ENVÍO / AEREO</u>	CONTENEDOR	
	Inspección de Contenedor Vacío	
	Cargue y Embalaje	
	Salida de Planta	
	Envío Documentos a Agente de Aduanas	
<u>PROCESO ADUANERO</u>	PROCEDIMIENTO ADUANERO	
	Factura Comercial	
	Lista de Empaque	
	Visto bueno (en caso de Requerirse)	
	Certificados de origen	
Fichas técnicas		

<u>PROCESO</u> <u>ADUANERO</u>	TRANSPORTE FINAL
	Descargue del contenedor
	entrega documentación del agente aduanero
	Verificación de números y sellos de los contenedores
	Entrega de carga del agente aduanero a agente de carga / entrega BL
	Tansito destino / BL / manifiesto de carga
	Entrega destino cliente
	Contabilización de la factura
	Reintegro de Divisas
Cierre Exportación	

9.9 Documentos requeridos para ingreso de mercancías

De acuerdo con el documento de perfil logístico de Costa Rica, elaborado por Procolombia en 2019, los envíos comerciales a Costa Rica requieren 5 facturas comerciales firmadas por el expedidor (2 copias por correo aéreo al consignatario, 3 copias con el envío). Dichas facturas deben contener: Nombre completo y dirección del expedidor y del consignatario, fecha y lugar del envío, estación de salida y de destino, país de origen, fecha del envío, cantidad de paquetes, números de las marcas y clase de paquete, contenido de cada paquete con la descripción detallada de cada artículo, peso neto de cada clase de artículo y peso bruto de cada paquete en kilogramos, precio unitario y total de cada artículo, valor en CIF y FOB y especificación del transporte y de otras cargas. (Procolombia, 2019).

9.10 Ruta de transporte

La ruta de transporte que se realizará será Bogotá DC – San José, Costa Rica, para definir cuál será el medio óptimo de transporte y la ruta más eficiente se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

9.11 Transporte marítimo

La infraestructura portuaria del país de destino (Costa Rica), está compuesta actualmente por siete puertos naturales, ubicados en ambas costas tanto pacífica como caribe, pero de ellos solo 3 son utilizados para el movimiento frecuente de carga:

- **Mar Caribe:** puertos de Limón y Moín
- **Océano Pacífico:** Puerto Caldera

Los puertos que ofrecen los servicios de transporte de carga desde Colombia con destino a Costa Rica se manejan desde y para los Puertos del Caribe y Pacífico. Desde la Costa Caribe colombiana, la oferta de servicios la realizan ocho navieras con rutas directas, que tardan en promedio 3 días en llegar a Puerto Limón y Moín, en el Caribe costarricense; y dos navieras que hacen escala de carga en Panamá y Jamaica empleando 10 días para llegar a los puertos de destino. Hacia Puerto Caldera en la costa pacífica, existe una sola naviera que ofrece rutas de hasta 13 días de tránsito con recaladas en Panamá, proveniente de la Costa Caribe colombiana. De este modo, desde Buenaventura, hay tres navieras que prestan sus servicios hasta Puerto Limón, dividiendo la oferta en dos navieras que recalcan en Panamá antes de completar el recorrido, y una naviera que oferta el servicio directo (Procolombia, 2019)

Según Proexport, para las conexiones el tiempo promedio de tránsito es de 12 días, mientras que, en el trayecto directo, en promedio, se emplean 7 días. Hacia Puerto Caldera, en el pacífico, los tiempos de tránsito promedio que manejan las tres navieras que soportan esta ruta recalando en Panamá, alcanzan los 16 días. Normalmente, la mayoría de las navieras amplían sus servicios hasta San José.

Tabla 3 Líneas marítimas

Origen	Destino	Tiempo de tránsito (días) directo	Tiempo de tránsito (días) conexiones	Frecuencia
Barranquilla	Moin	11		Semanal
	Puerto Limón	2-7	13	Semanal
	San José		2-14	Semanal
Buenaventura	Puerto Caldera		8-16	Semanal
	Puerto Limón	7	19	Semanal
	San José		9-19	Semanal
Cartagena	Moin	3-10		Semanal
	Puerto Caldera		11	Semanal
	Puerto Limón	2-8	13-17	Semanal
	San José		2-14	Semanal
Santa Marta	Puerto Caldera		10	Semanal
	Puerto Limón	3	16	Semanal
	San José		4	Semanal

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por Dirección de Información Comercial – Proexport

9.12 Transporte aéreo

Costa Rica posee 151 aeropuertos de los cuales 39 se encuentran pavimentados y 112 sin pavimentar. Cuatro de estos aeropuertos son internacionales:

- Juan Santamaría, ubicado en Alajuela a 17 Kilómetros de San José
- Daniel Oduber, que se encuentra en la ciudad de Liberia (provincia de Guanacaste)
- Aeropuerto Limón situado sobre la Costa del mar Caribe
- Tobías Bolaños Palmas, ubicado en el distrito de Pavas.

Aunque la oferta de servicios aéreos desde Colombia se concentra particularmente en el Aeropuerto Internacional el Dorado, ubicado en la ciudad de Bogotá, también existen dos aeropuertos que prestan servicios desde Medellín y Cali, con destino final a la Ciudad de San José de Costa Rica. Actualmente la oferta de servicios aéreos la componen 9 aerolíneas que arriban a Costa Rica después de hacer

escalas en aeropuertos internacionales como Estados Unidos, Perú y Panamá; la gran mayoría de estas prestadoras de servicios aéreos ofrecen frecuencias diarias, distribuidas en los cupos para carga en vuelos de pasajeros y servicios cargueros, directos y con escalas (Procolombia, 2019).

Gráfico 6 Ruta de exportación vía aérea



Fuente: Legiscomex

En este sentido para la presente propuesta de exportación, y teniendo en cuenta que los productos que se exportarían no cuentan con un volumen de carga amplia, es recomendable utilizar transporte aéreo ya que los días promedio de llegada son por mucho, superiores en comparación con el transporte marítimo. Considerando además que, existen más de 6 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Costa Rica representando una ventaja.

Por otra parte, de acuerdo con el Índice de desempeño logístico, publicado por el Banco Mundial, que compara 160 países e identifica su desempeño en logística comercial. En 2018 Costa Rica se ubicó en la posición 73 con un puntaje de (2.73)¹

¹ El índice varía entre 1 y 5, donde 5 representa el mejor desempeño

demostrando un desempeño sobresaliente, dicho puntaje resulta cercano al de otros países de la región como Chile (3.32), México (3.05) y Brasil (2.99). A su vez, dentro de los aspectos evaluados, Costa Rica se destaca en cuanto a puntualidad en el transporte de carga con un puntaje de 3.16, siendo otro aspecto a favor para exportar a dicho país (World Bank, 2018).

10. Estudio Legal

Realizado el estudio de mercado y el estudio técnico, se puede observar que el país con mayor opción y/o viabilidad para realizar la exportación de las bolsas de empaque al vacío para alimentos sería Colombia – Costa Rica.

Este país es escogido, ya que abre un mundo de exportaciones para Colombia, pues su estabilidad económica y política, y su buena ubicación permiten la distribución de productos de una manera más sencilla facilitando su comercialización.

Actualmente existe un tratado de libre comercio entre Colombia y Costa Rica, el cual entra en vigor mediante el Decreto 1231 del 29 julio del 2016 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2016)

Gracias a este tratado realizado entre ambos países, se han sostenido fuertes vínculos culturales, comerciales y diplomáticos, beneficiándolos a ambos, pues son economías dinámicas y estables en Latinoamérica.

Este tratado se crea con el fin de lograr acceso preferencial en diferentes mercados para los productos y servicios dados, creando lazos comerciales con países centroamericanos, ayudando a eliminar y/o reducir aranceles en las exportaciones colombianas al quinto mercado con mayor poder adquisitivo de Centro América,

incrementando de esta manera un mayor flujo de inversión entre los dos países aportando a la economía bilateral.

Entre los años 2009 – 2018 el comercio entre Colombia y Costa Rica tuvo un crecimiento anual del 4,5% (Forbes, 2019)

**Tabla 4 Sectores destacados en exportación para el año 2018.
Exportaciones de Colombia y Costa Rica**

PRINCIPALES SECTORES 2018		
Exportaciones	miles US \$	Partic. %
Química Básica	12.165	32%
Plásticos	4.746	12%
Maquinaria Y Equipo	3.985	10%
Confecciones	3.951	10%
Jabones, Cosméticos Y Otros	2.634	7%
Resto	11.011	29%
Total exportado a (FOB)	38.492	100%
Importaciones	miles US \$	Partic. %
Maquinaria Y Equipo	4.233	38%
Metalurgia	2.677	24%
Química Básica	2.243	20%
Plásticos	680	6%
Jabones, Cosméticos Y Otros	436	4%
Resto	917	8%
Total importado desde (CIF)	11.186	100%
Importaciones (FOB)	10.752	
Balanza comercial (FOB)	27.740	

Fuente: Mincomercio 2018 (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018)

En la actualidad hay una cooperación aduanera entre ambos países, lo cual permite que no existan barreras arancelarias que impidan la exportación o importación de productos entre Colombia y Costa Rica. Desde que se firmó el TLC, existe la desgravación arancelaria, lo cual facilita el acceso a los mercados de mercancías. En el 2016 tras la firma del TLC, en bienes industriales principalmente se desgravaron el 98% de productos del cual 75% fueron liberados inmediatamente de aranceles.

10.1 Normas técnicas de conservación de alimentos en Costa Rica:

La principal norma que rige en el país costarricense frente a las técnicas de conservación de alimentos, está descrita en el Reglamento para los Servicios de Alimentación al Público (No. 37308-S). En el cual especifica la responsabilidad del Estado por velar por la protección de la salud de la población y garantizar el bienestar de los mismos. En los artículos 140 incisos 3) y 18) y 146 de la Constitución Política; 27 y 28 de la Ley N° 6227 del 2 de mayo de 1978, "Ley General de la Administración Pública"; 1, 2, 4 y 196, 216 de la Ley N° 5395 del 30 de octubre de 1973, "Ley General de Salud"; 1, 2 y 6 de la Ley N° 5412, "Ley Orgánica del Ministerio de Salud". (Sistema Costarricense de Información Jurídica, 30/08/2012)

En el artículo 33 y 42 de la presente norma, habla sobre la conservación de los alimentos preelaborados o perecederos, en la cual especifica que los alimentos deben mantenerse en un óptimo empaque hasta el momento de la preparación, mencionando que es importante no superar el tiempo de refrigeración de estos alimentos ya que podría existir una alteración de sus características organolépticas; para ello se exige la conservación de estos, en envases tapados e identificados, que permanezcan en un lugar limpio, seco y protegido de las plagas.

En el reglamento Técnico Centroamericano RTCA 67.01.02:10, describe que los envases de alimentos, pueden ser cualquier recipiente siempre y cuando cubra el alimento total o parcialmente. Este puede tener varias unidades o tipos de alimentos pre envasados a la hora de ofrecerlo al consumidor. (Reglamento Técnico Centroamericano. RTCA 67.01.02:10, 2005)

Dando razón a lo descrito anteriormente, se considera oportuna la implementación de las bolsas de empaque al vacío, ya que, por normatividad, poseen las características necesarias para conservar de manera óptima las propiedades de los alimentos.

Normas para exportar comida o mantenerla preservada:

Norma general del Codex para el etiquetado de los alimentos preenvasados (Norma mundial); Norma RTCR 100:1997 Etiquetado de los Alimentos Preenvasados (*Este decreto fue derogado por el artículo 2° del decreto ejecutivo N° 37280 del 18 de junio del 2012 "Publica Resolución N° 280-2012 (COMIECO-LXII) de fecha 14 de mayo de 2012 y su Anexo: "Reglamento Técnico Centroamericano RTCA 67.01.07:10 Etiquetado General de los Alimentos Previamente Envasados" (Sistema Costarricense de Información Jurídica, 18/06/2012)*); en la cual se especifica que todos los alimentos envasados que lleguen al país deben mostrar en su empaque:

1. Nombre del alimento (el cual debe estar descrito en el Codex Alimentarius)
2. Lista de ingredientes
3. Contenido neto
4. Permisos sanitarios
5. Nombre y dirección del fabricante, importador o distribuidor
6. País de origen
7. Identificación del lote
8. Fecha de vencimiento e instrucciones de conservación (cuando corresponda), fecha de fabricación, fecha de envasado, fecha límite de venta.

En el artículo 2° de la presente norma descrita, especifica que se pueden usar términos, en el empaque de alimentos, como: Natural, puro, fresco y casero siempre y cuando cumplan los requisitos de producción.

11. Estudio Financiero

11.1 Distribución Física Internacional

El presente apartado del documento pretende formular una propuesta de internacionalización para la empresa Plásticos y Film Internacional a fin de ser implementada en el mediano o largo plazo para seguidamente realizar la descripción de indicadores financieros que permiten conocer la situación de la oferta y demanda del producto de acuerdo al mercado potencial en el mercado extranjero.

El informe se sustenta con datos estadísticos de organizaciones nacionales e internacionales de la industria del sector de empaques con el fin de hacer un análisis descriptivo y exploratorio que permita conocer cuál es el mercado óptimo para la internacionalización de la empresa. Por ende, se estudian los canales de distribución para el caso de la productora y comercializadora Plásticos y Film International, donde se definirá los costos de producción y distribución, seleccionando el que se ajuste a la estructura de costos de la empresa.

Con esto se hará una comparación de costos y tiempos de en la proyección de flujos de fondos para determinar la sostenibilidad financiera con base a las evaluaciones de rentabilidad, destacando la viabilidad del proyecto con el que se busca orientar cuál es el proceso de exportación que debe seguir la empresa para lograr incursionar en el mercado potencial y su retorno de inversión, teniendo en cuenta que las bolsas de empaque al vacío utilizadas para el empaque directo de alimentos son el producto que se pretende exportar.

Las importaciones en las demás economías de Latinoamérica, se observa una tendencia creciente de las importaciones de empaques plásticos en Costa Rica

que crecieron un 30% entre 2016 y 2019 por encima del crecimiento de México (16%), lo que demuestra la existencia de una demanda creciente a satisfacer en ese mercado. Adicionalmente, existe un acuerdo que entró en vigor en 2016 entre Colombia y Costa Rica, en donde se beneficia el sector de manufacturas y para este caso, específicamente los productos de empaques y envases plásticos (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021).

A su vez, de acuerdo con el estudio de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer), la industria alimentaria de Costa Rica ha mostrado un crecimiento promedio anual del 5%, sin embargo, resalta la necesidad de darle mayor valor agregado a la industria y, a partir de allí, la empresa colombiana Plásticos y Film International identifica la oportunidad de contribuir a generar valor y diferenciar la oferta con sus productos.

Tabla 5 Presupuesto gastos de exportación indirecta

Exportación	Presupuesto	Pago en USD	Pago en \$
Agencias de aduanas de San Jose	Flete internacional	180	\$ 612.000
	Recargo de flete	75	\$ 255.000
Gastos en destino	TRM	3400	\$1.292.000
	Servicio agenciamiento		
	aduanero	60	\$ 204.000
Otros gastos por parte de la Agencia de Aduana	Servicio de transporte nacional	50	\$ 170.000
Total		4145	\$2.533.000

Fuente: Elaboración propia con cotizaciones realizadas a empresas.

Tabla 6 Presupuesto gastos de exportación directa

Presupuesto Exportación	Pago en USD	Pago en \$
Tranporte de carga terrestre	60	\$ 204.000
Flete marino de exportacion	600	\$2.040.000
Contenedor de 20'	380	\$1.292.000
Costos de Importacion	100	\$ 340.000
Cumplimiento fronterizo	50	\$ 170.000
Transporte de carga terrestre en San Jose con retorno de contenedor vacio	50	\$ 170.000
Total	1240	\$4.216.000

Fuente: Elaboración propia con cotizaciones realizadas a empresas.

Dadas las condiciones de ambas formas de exportación, tanto de manera directa como indirecta, se puede concluir que la alternativa más favorable es la agencia de aduanas porque tiene un costo menor con respecto a la otra opción, y un tiempo estimado más bajo a realizar con respecto a la exportación directa.

Analizando el estudio de factibilidad que ha realizado la compañía en logística internacional y el ingreso al mercado internacional puede significar un riesgo alto para empezar operaciones.

La empresa se identifica por una línea de producción a exportar basada en el estudio de mercado, específicamente trabajará con el producto de la bolsa flexible de empaque al vacío para alimentos. Su función principal es la conservación de los alimentos, el cual impide el crecimiento de gérmenes aerobios, dichas bacterias crecen y viven cuando hay oxígeno presente dentro del empaque.

Este sistema de empaquetado ayuda a preservar las características físicas del producto en su interior como lo son; el color, la textura, el olor y el sabor. Son

empaques ideales para productos alimenticios, tales como Cárnicos, Embutidos, Lácteos, Pescados y mariscos, Vegetales, Pulpa, Frutos secos, Semillas, entre otros.

La empresa Plásticos y Film International debe aplicar una serie de estrategias encaminadas para que su llegada a Costa Rica sea de la forma más exitosa posible y represente un crecimiento sostenido en el tiempo y una excelente rentabilidad para la empresa. Es importante mantener una buena comunicación con los clientes e intentar llegar a acaparar y facilitar el acceso a nuevos clientes.

12.2 Canales de distribución

La empresa colombiana de Plásticos y Film International tiene como estrategia incursionar en el mercado costarricense con los distribuidores, que por un lado compran al por mayor y venden al detal a las empresas de alimentos, embutidos, congelados y lácteos; para los cuales el empaque al vacío es necesario, les daremos a estos distribuidores buen precio para que ellos den a conocer nuestra marca y calidad a las grandes empresas, después haremos contacto con el área de compras para trabajar directamente con ellas.

También nos daremos a conocer a través por medios masivos como las redes ~~de internet, donde~~ sociales, donde nuestra empresa de Plásticos y Film Internacional debe invitar al consumo masivo de sus productos aprovechando el furor que se ha generado por medio de las compras especializadas por internet.

Dentro del plan exportador de la empresa objeto de estudio se establece el esquema y descripción del CS Internacional, permitiendo detallar los componentes de cada proceso donde se identifican cada uno de los actores.

Por otra parte, Plásticos y Film International, teniendo en cuenta las normativas legales en las que se tiene que sustentar el proyecto de emprendimiento se encuentran considerados los múltiples aspectos planteados anteriormente para la constitución legal del proyecto. Es por esto, que el tipo de sociedad que se establece para la empresa es una S.A.S (sociedad anónima simplificada), ya que es una empresa formada por más de dos personas y el capital se divide en acciones, las cuales pueden ser negociables, es decir, se pueden ceder, vender o liquidar de acuerdo con los socios en una asamblea general. Además, por estatutos puede restringirse hasta por determinado tiempo su negociación.

A pesar de ser una empresa pyme, dentro de los estados financieros se cuenta con recursos económicos para llegar al mercado de Costa Rica, además de una capacidad de producción para suplir la demanda tanto local como en el extranjero, representando una buena oportunidad para llegar a los grandes distribuidores de bolsas flexibles de empaque al vacío por cuestión de costos y tiempos, porque al ser una empresa nueva en el mercado costarricense le sería de manera estratégica más beneficioso económicamente para llegar a ellos.

12.6 Análisis Financiero

Se evaluó la propuesta de marketing planteando los estados financieros de la empresa. A continuación, se presenta el balance general de PLÁSTICOS Y FILMS INTERNATIONAL S.A.S para el año 2020 y su respectiva proyección para los siguientes cuatro años:

Tabla 7 Análisis financiero - Balance general proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
PLÁSTICOS Y FILMS INTERNATIONAL S.A.S					
ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja y Bancos	96.339.170	195.377.501	294.906.151	394.890.351	502.983.879
Inversiones Temporales					
Cuentas por cobrar	0	0	0	0	0
Inventario de mercancías	6.569.325	6.847.902	7.147.076	7.463.232	0
SUBTOTAL ACTIVO CORRIENTE	102.908.495	202.225.403	302.053.227	402.353.583	502.983.879
Maquinaria y equipo	83.900.000	83.900.000	83.900.000	83.900.000	83.900.000
Menos: Depreciación acumulada	8.390.000	16.780.000	25.170.000	33.560.000	41.950.000
SUBTOTAL ACTIVO FIJO	75.510.000	67.120.000	58.730.000	50.340.000	41.950.000
TOTAL ACTIVO	178.418.495	269.345.403	360.783.227	452.693.583	544.933.879
PASIVO Y PATRIMONIO					
Pasivo					
Obligaciones bancarias C.P.	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	
Obligaciones Bancarias L.P.	36.000.000	24.000.000	12.000.000	0	
Cuentas por pagar a proveedores	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	48.000.000	36.000.000	24.000.000	12.000.000	0
Patrimonio					
Capital	28.182.756	28.182.756	28.182.756	28.182.756	28.182.756
Reserva Legal		10.292.691	20.636.473	31.027.509	41.451.538
Utilidades Retenidas		102.235.739	194.869.956	287.963.998	381.483.318
Utilidades del Ejercicio	102.235.739	92.634.217	93.094.041	93.519.321	93.816.266
TOTAL PATRIMONIO	130.418.495	233.345.403	336.783.227	440.693.583	544.933.879
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	178.418.495	269.345.403	360.783.227	452.693.583	544.933.879

Fuente: Elaboración propia. Datos reales de la compañía.

Se evidencia que el flujo de fondos de efectivo aumenta considerablemente en el periodo de proyección, el cual tiene un horizonte de 4 años, incluyendo las implicaciones que tiene aplicar el plan de marketing y como impactan en las ventas y en la utilidad neta.

Ahora bien, llevamos a cabo la estimación de las ventas netas y las cantidades proyectadas, de esta manera determinar la utilidad neta del ejercicio hasta el año 2024.

Para hallar la rentabilidad se debe proyectar el estado de resultados el cual nos evidenciara si es viable o no, el exportar a Costa Rica:

Tabla 8 Análisis financiero - Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
PLÁSTICOS Y FILMS INTERNATIONAL S.A.S						
	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024	
VENTAS NETAS	479.259.321	489.968.180	500.925.507	512.758.052	525.145.353	
COSTO DE VENTAS	283.598.831	295.619.629	308.155.595	321.618.428	335.845.461	
UTILIDAD BRUTA	195.660.489	194.348.551	192.769.911	191.139.624	189.299.891	
GASTOS OPERACIONALES						
Gastos de Administración	24.000.000	24.362.400	24.730.272	25.103.699	25.482.765	
Gastos de Ventas	4.115.200	4.177.340	4.240.417	4.304.448	4.369.445	
+ Depreciación equipos	8.390.000	8.390.000	8.390.000	8.390.000	8.390.000	
EBITDA	175.935.289	174.198.812	172.189.222	170.121.477	167.837.681	
Depreciaciones y amortizaciones	8.390.000	8.390.000	8.390.000	8.390.000	8.390.000	
EBIT	167.545.289	165.808.812	163.799.222	161.731.477	159.447.681	
Gastos Financieros	12.642.654	9.858.951	7.075.247	4.291.543	1.507.840	
Otros Ingresos						
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	154.902.635	155.949.861	156.723.975	157.439.934	157.939.842	
Provisión impuesto de renta	52.666.896	53.022.953	53.286.151	53.529.578	53.699.546	
UTILIDAD NETA	102.235.739	102.926.908	103.437.823	103.910.356	104.240.296	

Fuente: Elaboración Propia

La estimación del precio se realizó acorde a la inflación estimada en Costa Rica, basados en los estudios de las políticas económicas del país, donde la “política macroeconómica distorsiva” impuesta por el presidente de Costa Rica Carlos Alvarado Quesada prevé que se presentará una desaceleración en la tasa de inflación para los

próximos cuatro años. Siendo la base para estimar el crecimiento del precio de las bolsas de empaque al vacío utilizadas en alimentos en cada uno de los tamaños que se comercializarán en Costa Rica.

Las cantidades estimadas para los siguientes cuatro años se proyectaron con una tasa de crecimiento del 5%, que es promedio de crecimiento de las cantidades históricas establecido por la empresa en el periodo de tiempo analizado. De esta manera se pudo proyectar las ventas y los costes de ventas, donde se pueden incluir los costos de las estrategias de marketing establecidas en estos cuatro años de operaciones.

Al proyectar el estado de resultados podemos evidenciar que existen márgenes de utilidad positiva, ya que la utilidad neta incrementa de un periodo a otro. Este crecimiento de un año a otro se da teniendo en cuenta factores externos en el mercado internacional por el comercio con Costa Rica que haría incrementar las ventas y la cantidad demandada por parte de los consumidores costarricenses, dado el posicionamiento de marca, el reconocimiento de los productos de plásticos y Film International como de alta calidad, y factores de negociación que favorecerían las alianzas estratégicas con los distribuidores.

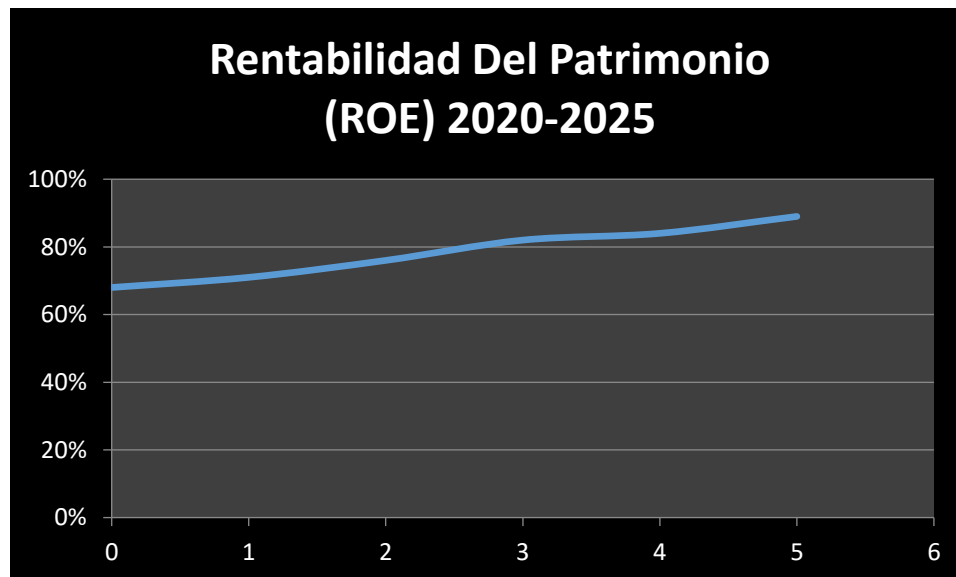
Además, a esta experiencia de operaciones internacionales como causa de las operaciones internacionales por la implementación de marketing, que permite reducir los costos en la distribución física internacional.

Adicional a esto, se evaluaron dos ratios financieras relevantes que están ligados a la rentabilidad de la empresa, tales como son el ROE y el ROA, estos ratios nos ayudaran a contribuir en si es viable o no, el proyecto exportador de la empresa.

12.7 Rentabilidad Del Patrimonio (ROE)

El ROE es una ratio financiera que permite medir la capacidad para generar utilidades netas con la implementación de la apertura de nuevos mercados como el mercado de plásticos en Costa Rica, contrastado con lo que ha generado la propia empresa, es decir el patrimonio total. (Ayala R & Benavides, R,2017).

Gráfico 7 Rentabilidad del patrimonio



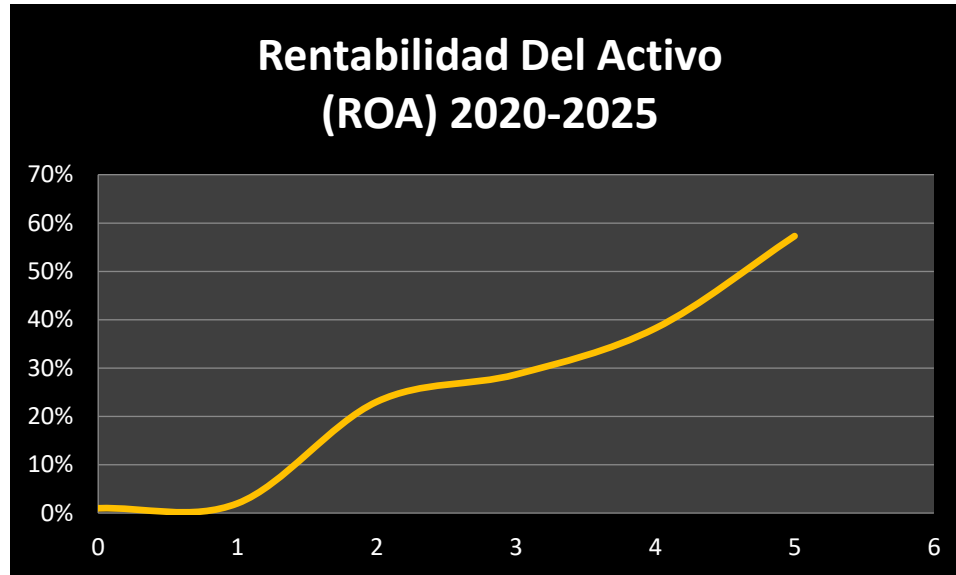
Fuente: Elaboración propia

Se logra evidenciar que, al implementar la logística de apertura de mercados nuevos, la utilidad neta va incrementando al ritmo de las ventas, pues la utilidad toma gran importancia en el total de patrimonio y se convierte en una de las cuentas fundamentales para la empresa.

12.8 Rentabilidad Del Activo (ROA)

Otro de los ratios financieros importantes en la rentabilidad de la empresa es el ROA, siendo el más representativo en la actividad operativa de la empresa, ya que permite valorar la capacidad de obtener utilidades en el uso del total activo.

Gráfico 8 Rentabilidad del activo



Fuente: Elaboración propia

Ya que tiene en cuenta la utilidad neta incluyendo la implementación de la apertura de nuevos mercados como el mercado de plásticos en Costa Rica y el total de los activos con los que cuenta la empresa.

Conclusiones

Plastic Films Internacional en la actualidad no cuenta con un departamento de Comercio Exterior por lo que es necesario adquirir los servicios de un operador integrado para el proceso de Exportación. Para este tipo de actividades es

indispensable contar con personal calificado donde se puedan optimizar los procesos y recursos para cumplir con el objetivo de la exportación.

Es importante contar con una Agencia de Aduanas, con este operador se minimizarán los riesgos ya que ellos garantizan que el proceso cumpla con las normas regidas por la ley aduanera, manejo y control de la documentación operacional, se incrementarán la eficiencia de los procesos ya que pueden reducir los costos de las operaciones en cuanto a contratación de transportes, seguros y acceso a los mercados internacionales.

Luego de formular la propuesta de internacionalización para la empresa Plásticos y Film Internacional se identificó en el diagnóstico que la empresa cuenta con los recursos que se necesitan para llevar a cabo el proceso de abrir un nuevo mercado y exportar en el país de Costa Rica. De igual manera, la empresa conoce a fondo las características del sector al cual pertenece el mercado objetivo a exportar el producto.

Al establecer el alcance que tiene Plásticos y Film Internacional, es factible realizar un plan de internacionalización en el mercado de Costa Rica, ya que se tuvo un amplio panorama y análisis del comportamiento económico del sector en varios países de Latinoamérica, donde el país costarricense termino siendo el mercado más atractivo para incursionar, donde es más creciente el aumento de la demanda.

Se logró identificar la amplia participación de mercado que tienen los empaques de envases y empaques plásticos a nivel mundial y a nivel de Latinoamérica, pues son los más demandados por la industria de alimentos. Y a su vez, si bien México es una de las principales economías importadoras de dicho producto en Latinoamérica, y existe un TLC entre Colombia y México; este acuerdo no abarca la partida arancelaria del producto en cuestión. Por su parte, Costa Rica ha mostrado un crecimiento significativo en las importaciones de empaques plásticos entre 2016 y 2019, y teniendo en cuenta que gran parte de las exportaciones de dicho país corresponden a la industria de alimentos, se logra identificar la oportunidad para ingresar a ese mercado. Lo anterior, sumado a que la existencia del TLC entre Colombia y dicho país; que sí cubre la partida arancelaria de los envases y empaques plásticos, representa una ventaja en el proceso de internacionalización.

Por último, cabe resaltar que el impacto financiero de la implementación del plan de mercadeo internacional evidencia que la utilidad neta es positiva, ya que incrementa de un periodo a otro. Este crecimiento anual se da teniendo en cuenta factores externos en el mercado internacional por el comercio con Costa Rica que haría incrementar las ventas y la cantidad demandada por parte de los consumidores costarricenses. Donde el posicionamiento de marca, el reconocimiento de los productos como de alta calidad de Plásticos y Film International. Además de factores de negociación que favorecen las alianzas estratégicas con los distribuidores, se concluye que la propuesta de internacionalización para la pyme del sector de plásticos es viable.

Referencias

ACIPLAST. (2021). *Directorio de empresas*. Obtenido de <https://aciplast.org/directorio-de-empresas/>

All4pack. (2018). *Market Key Figures, Challenges and Perspectives of Worldwide Packaging*. Obtenido de <https://www.all4pack.com/content/location/840898>

América Economía. (2010). *Las 500 mayores empresas de América Latina*. Obtenido de <https://rankings.americaeconomia.com/2010/500/sector-alimentos.php>

Ayala , R. D., & Benavides, R. D. (2017). *Estudio de caso: en busca de la internacionalización para la Empresa Better Plastic S.A.S en Argentina*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/29

BID. (2018). *América Latina: ¿principal proveedor de alimentos del mundo?* Obtenido de <https://blogs.iadb.org/sostenibilidad/es/latinoamerica-principal-proveedor-de-alimentos-del-mundo/>

Cardozo, P., Cahavarro, A., & Ramirez, C. A. (2007). Teorías de la Internacionalización. *Revista de la CEPAL*.

Castañeda, E. P., & Mendoza Forero, C. (2016). *Propuesta de internacionalización para una pequeña empresa del sector plásticos en Bogotá: estudio de caso Plasmotec S.A.S*. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/121/

Dematias Batalla, D. (2013). *Nociones de Economía y Empresa*. Recuperado el 10 de 04 de 2021, de

<https://nocionesdeeconomaiayempresa.wordpress.com/2013/03/09/el-modelo-de-uppsala/>

Disnaempa Distribuidores Nacional de Empaques S.A. (2021). *Materiales de empaque*.

Recuperado el Mayo de 2021, de <https://disnaempa.com/>

Fainé, I. (2012). *Liderazgo y construcción europea*. Universidad Jaume.

Forbes. (2019). *Colombia firma acuerdo con Costa Rica para facilitar el comercio*.

Recuperado el 12 de Mayo de 2021, de <https://forbes.co/2019/12/20/economia-y-finanzas/colombia-firma-acuerdo-con-costa-rica-para-facilitar-el-comercio/>

Gómez, E. J., & González, G. (2011). *Proceso de internacionalización de empresas del área metropolitana de Bucaramanga*. Revista Lebret,.

GQSP Colombia. (2020). *Diagnóstico de requisitos y brechas de calidad y*

sostenibilidad. Obtenido de https://www.unido.org/sites/default/files/files/2020-10/Diagnostics_Plastic_Sector.pdf

Hidalgo, A. (2009). *El sector de la industria alimentaria de Costa Rica: Una perspectiva desde la Cadena de Valor*. Universidad de Costa Rica.

Hurtado , H. J., & Paéz, A. S. (2020). *Propuesta de internacionalización para la empresa Alplast Ltda*

Propuesta de internacionalización para la empresa Alplast Ltda. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/582

Iberglobal. (2017). *¿Qué es la internacionalización?* Obtenido de

[https://www.berglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1448-que-es-la-](https://www.berglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1448-que-es-la-internacionalizacion#:~:text=La%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20la%2)

[internacionalizacion#:~:text=La%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20la%2](https://www.berglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1448-que-es-la-internacionalizacion#:~:text=La%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20la%2)

0empresa%20puede%20definirse%20como%20un%20proceso,distintos%20al%
20suyo%20de%20origen.

Leiba, G., & Darder, F. (2008). *Las born global: Empresas de acelerada internacionalización*.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2016). *Tratado de libre comercio entre Colombia y Costa Rica*. Colombia. Recuperado el 12 de Mayo de 2021, de <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/costa-rica>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2018). *Perfil económico y comercial de Costa Rica*. Recuperado el 13 de Mayo de 2021, de <http://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/vigente/costa-rica/perfil-economico-y-comercial/perfil-economico-y-comercial.pdf.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Costa Rica*. Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/costa-rica>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia*. Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-los-estados-unidos>

Ministerio de Trabajo. (2019). *“MiPymes representan más de 90% del sector productivo nacional y generan el 80% del empleo en Colombia”*: ministra Alicia Arango. Obtenido de <https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/septiembre/mipymes->

representan-mas-de-90-del-sector-productivo-nacional-y-generan-el-80-del-
empleo-en-colombia-ministra-alicia-arango

Mundo PMMI. (2019). *Empaques flexibles continúan dominando el mercado en América Latina*. Obtenido de

<https://www.mundopmmi.com/empaque/inteligencia-de-negocios/article/14037917/empaques-flexibles-continan-dominando-el-mercado-en-amrica-latina>

Plastic Film Internacional S.A. (2021). *Quienes somos*. Recuperado el 2021, de <https://www.plafilm.com/nosotros/quienes-somos>

Plastic Films Internacional S.A. (2021). *Capacidad planta*. Auditoria, Colombia. Recuperado el 13 de Mayo de 2021

Plastic Films Internacional SA. (2021). *Plastic Films Internacional SA*. Obtenido de <https://www.plafilm.com/>

Procolombia. (2019). *Datos claves sobre las exportaciones de Pymes en Colombia*.

Recuperado el Marzo de 2021, de

<https://www.colombiatrade.com.co/noticias/datos-claves-sobre-las-exportaciones-de-pymes-en-colombia#:~:text=Las%20Pymes%20colombianas%20generan%20cerca,a%20llegar%20a%20otros%20mercados>

Procolombia. (2019). *Informe de Exportaciones*. Obtenido de

<https://procolombia.co/informes/informe-de-exportaciones>

Procolombia. (2019). *Perfil logístico de exportación hacia Costa Rica*. Obtenido de [https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-](https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-costa-rica)

[logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-costa-rica](https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-costa-rica)

Procolombia. (2020). *Compradores de 14 países se interesan en envases y empaques de origen colombiano*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/compradores-de-14-paises-se-interesan-en-envases-y-empaques-de-origen-colombiano>

Procolombia. (2020). *Tratados de Libre Comercio de Colombia: 17 acuerdos, 65 países y 1.500 millones de compradores*. Obtenido de

<https://www.colombiatrader.com.co/noticias/tratados-de-libre-comercio-de-colombia-17-acuerdos-65-paises-y-1500-millones-de-compradores>

Puertos y Logística. (2021). *TLC con Costa Rica, una nueva oportunidad*. Recuperado el 15 de Mayo de 2021, de <http://puertosylogistica.com/tlc-con-costa-rica-una-nueva-oportunidad/>

Reglamento Técnico Centroamericano. RTCA 67.01.02:10. (2005). *Etiquetado General de los Alimentos Previamente Envasados (Preenvasados)*. Recuperado el 22 de junio de 2021, de

http://www.cita.ucr.ac.cr/sites/default/files/archivos_adjuntos/Reglamento%20T%C3%A9cnico%20Centroamericano%20de%20Etiquetado%20General%20de%20los%20Alimentos%20Preenvasados.pdf

Reportero Industrial. (2018). *Industria plástica, indicador de la economía colombiana*.

Obtenido de <https://www.reporteroindustrial.com/temas/Industria-plastica,-indicador-de-la-economia-colombiana+126688>

Sicex. (2019). *La industria del plástico representa un mercado muy productivo en Colombia*. Obtenido de <https://sicex.com/la-industria-del-plastico-representa-un-mercado-muy-productivo-en-colombia/>

Sistema Costarricense de Información Jurídica. (18/06/2012). *Norma RTCR 100:1997 Etiquetado de los Alimentos Preenvasados*. Recuperado el 22 de junio de 2021, de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=53829&nValor3=90443&strTipM=TC#up

Sistema Costarricense de Información Jurídica. (30/08/2012). *Reglamento para los Servicios de Alimentación al Público*. Recuperado el 22 de junio de 2021, de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=73436&nValor3=90132&strTipM=TC

Smithers. (2018). *Four key trends that will shape the future of packaging to 2028*. Obtenido de <https://www.smithers.com/resources/2019/feb/future-packaging-trends-2018-to-2028>

World Bank. (2018). *Logistics Performance Index*. Obtenido de <https://lpi.worldbank.org/international/global>