

00640  
1  
Fig.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**PROCESO LOGÍSTICO DEL ENVASE Y EMBALAJE  
PARA EXPORTAR BAMBINETO A COSTA RICA**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL DIPLOMA DE:  
**ESPECIALIDAD EN:**  
**COMERCIO EXTERIOR**

PRESENTA:

**SANDRA OLGUÍN CORONA**

262025

MÉXICO, D.F.

1998



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**PROCESO LOGÍSTICO DEL ENVASE Y EMBALAJE  
PARA EXPORTAR BAMBINETO A COSTARICA**

A mis padres, porque en ellos  
siempre tendré un gran apoyo  
y pilar, en la realización  
de mis objetivos  
en la vida.

A mi hermano, que con sus  
constantes preguntas, me hacía  
cuestionarme y lograr este  
objetivo.

A mis amigos  
que siempre sus consejos  
me dieron y me darán  
apoyo y aliento  
para seguir adelante  
e ir logrando  
mis metas y objetivos

A mis tíos y primos por  
su interés sobre el tema  
y ser un aliciente  
para seguir adelante

A mis maestros por la sabiduría  
de lo que es bueno y  
lograrlo con esfuerzo  
y dedicación.

A Silvia Velázquez,  
mi directora de tesis  
por su paciencia  
e interés para la realización  
de ésta investigación.

Ing. Suárez del Real, por hacer  
posible el inicio y término de  
este esfuerzo.

Con especial agradecimiento a:  
Minerva por sus consejos y apoyo,  
a Alma Rosa, Rafael y  
el Prof. Carlos Celorio  
por las aportaciones y  
revisión de esta investigación y  
al director del lugar donde laboro  
Juan Mario Torres, por darme el  
valioso tiempo para realizar  
este trabajo.  
Muchas gracias.

## ACRÓNIMOS UTILIZADOS

AA	American Airlines
ALCA	Zona de Libre Comercio de las Américas
AMECE	Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico
AMECOP	Asociación Mexicana del Código de Producto, A.C.
ANIERM	Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana
BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior
CANACINTRA	Cámara Nacional de la Industria y la Tecnología
CANACO	Cámara Nacional de Comercio
CEMAI	Cámara
CIF	Costo, Seguro y Flete (Cost, Insurance and Freight)
CONCAMIN	Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos
DFI	Distribución Física Internacional
DGN	Dirección General de Normas
DOF	Diario Oficial de la Federación
DTA	Derecho de Trámite Aduanero
EAN	Asociación Europea para la Numeración de los Artículos (European Article Number)
EDI	Intercambio Electrónico de Datos
FMI	Fondo Monetario Internacional
GATT	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio
IADB	Banco Interamericano de Desarrollo
IBD	Banco Mundial
IBRD	Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento
INCOTERM	Término Internacionales de Comercio
JIT	Justo-A-Tiempo (Just In Time)
NAFIN	Nacional Financiera
NOM	Norma Oficial Mexicana
OMC	Organización Mundial de Comercio
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PAT	Programa de Asistencia Técnica
PIB	Producto Interno Bruto
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
S,C y H	Servicios Complementarios y Honorarios del agente aduanal
SECOFI	Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
SECTUR	Secretaría de Turismo
SPE	Superficie Principal de Exhibición
SRE	Secretaría de Relaciones Exteriores
UCC	Uniform Code Council
UPC	Unit Product Code

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN

### CAPÍTULO 1. CARACTERÍSTICAS DEL BAMBINETO PARA SU EXPORTACIÓN A COSTA RICA

- 1.1. Aspectos técnicos del bambineto fresco plegable .....1
- 1.2. Aspectos históricos, económicos, financieros y geográficos del mercado de Costa Rica.....2

### CAPÍTULO 2. CONCEPTUALIZACIÓN DEL ENVASE Y EMBALAJE

- 2.1. Definiciones .....6
- 2.2. Funciones .....8
- 2.3. Aspectos mercadológicos de la mezcla de mercadotecnia .....10

### CAPÍTULO 3. PROCESO LOGÍSTICO DEL ENVASE Y EMBALAJE

- 3.1. Aspectos de la política de comercio exterior y aduanales del mercado de Costa Rica.....13
- 3.2. NOM-050-SCFI-1994 Información comercial, Disposiciones Generales para Productos .....15
- 3.3. NOM-196-EE-1986 Instructivos dentro del envase .....15
- 3.4. Características del etiquetado en el embalaje .....16
- 3.5. El código de barras .....21
- 3.6. El reciclaje y el desarrollo sostenible .....23
- 3.7. Transporte aéreo de carga .....26
- 3.8. Distribución física internacional (DFI) del producto .....28
- 3.9. Documentación para la exportación del producto .....28
- 3.10. Apoyos del gobierno federal mexicano .....30

### CAPÍTULO 4. COSTOS DEL ENVASE Y EMBALAJE

- 4.1. Selección del material a utilizar .....32
- 4.2. Costos del material de envase y embalaje .....34
- 4.3. Cotización al precio (CIF) Costo, Seguro y Flete .....35

CONCLUSIONES .....37

### BIBLIOGRAFÍA

### ANEXOS

## ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS

### CUADROS

Cuadro 1. Características del mercado de Costa Rica .....	3
Cuadro 2. Clasificación de la evaluación de las funciones .....	9
Cuadro 3. Mezcla de mercadotecnia del envase y embalaje .....	11
Cuadro 4. Normas obligatorias y voluntarias .....	20
Cuadro 5. Cotización del precio CIF .....	35

### TABLAS

Tabla 1. Dato de la altura mínima permitida .....	19
Tabla 2. Factores de ampliación del código de barras .....	23
Tabla 3. Abreviaturas de los plásticos .....	23
Tabla 4. Material plástico que más se recicla .....	25
Tabla 5. Características del transporte aéreo de carga .....	27

# INTRODUCCIÓN

## INTRODUCCIÓN

Al desarrollar esta investigación, no se pensó en un manual de consulta, sino en proporcionar al lector una herramienta básica que le permita formarse una idea de la gama de conocimientos que se necesitan para el proceso logístico del envase y embalaje de la distribución de las mercancías

Es frecuente ver una situación caótica en la unidad responsable de embarques cuando se está exportando debido a la falta de información y a la capacidad insuficiente de gestión. Algunas veces, las mercancías son enviadas con un embalaje y marcado equivocados o insuficientes, documentación incorrecta, erróneamente almacenadas, manipuladas sin cuidado, con fletes mal negociados, y transacciones bancarias no adecuadas. Esto se convierte en una práctica costosa y que consume tiempo.

Otro de los problemas, al que se enfrenta el interesado en comercializar a nivel internacional, es el desconocimiento de la forma de cómo mandar sus mercancías al exterior y no se diga el conocer las bases mínimas del significado de algunos términos propios de la actividad.

Por lo que es necesario hacer labor de investigación para mostrar a los empresarios cuán importante es este rubro para sus productos que van a vender en el exterior.

Para regular la calidad y el tipo de los productos exportables, se ha creado toda una legislación y diversos sistemas de normatividad sobre el envase y embalaje, así todos los productos de una misma clase siguen un modelo, que permite regular el peso, contenido, información al consumidor, etc.

En la exportación se requiere cumplir una serie de exigencias a nivel internacional sobre la logística, marcado y etiquetado.

Los profesionales en Comercio exterior tienen el imperativo de saber acerca del diseño industrial, por medio de la investigación sobre todas las etapas de la distribución de la exportación, y de esta manera contribuyen con las empresas para la toma de decisiones de un mejor envase y embalaje.

Por lo anteriormente expuesto, el objetivo de esta investigación es dar un panorama general de los mecanismos para el diseño del envase y embalaje en la distribución de productos a través del Comercio Exterior.

Todo lo relativo a las funciones estructurales de esta actividad, es resuelto por el diseño industrial. En cuanto a las funciones de comunicación, estas son definidas por la mercadotecnia y realizadas por el diseño gráfico

El embalaje visto con esta perspectiva, es definido como un envase de distribución o contenedor para la distribución del producto.

El fabricante y el comerciante deben enfrentarse a una sociedad un tanto sofisticada y exigente en cuanto a los envases que no solo están para satisfacer la necesidad de contener, proteger, conservar, comercializar y distribuir los productos, sino también para la reutilización y reciclaje de los materiales.

La persona que conoce del comercio exterior debe investigar acerca de la logística o distribución del producto, así como ayudar a la ingeniería industrial a un buen sistema de empaquetado y a su vez, para el análisis de los costos, también puede sugerir ideas sobre el diseño.

Es decir, lo que no hace la persona de comercio exterior es desarrollar los aspectos técnicamente que ubican al envase y embalaje del producto en la forma de hacerse, lo que compete es dar los lineamientos para que estos se desarrollen y se diseñen.

A continuación se exponen las características de lo que es la ingeniería industrial y el diseño gráfico.

En **ingeniería industrial**. Con respecto al envase y embalaje la ingeniería industrial comprende:

- a) La investigación del acceso a la maquinaria y equipos adecuados para el desarrollo del envase y embalaje.
- b) Selección de materiales (que podrán soportar las condiciones ambientales y los esfuerzos físicos a los que será sometido).
- c) Tamaño (Dimensiones, capacidad neta, peso).
- d) Protección contra condiciones climatológicas y robos.
- e) Altura de estiba y seguridad durante el transporte.
- f) Sistema para abrir o cerrar.
- g) El análisis de costo de las inversiones en nueva maquinaria.
- h) La erogación de la inversión por parte de la dirección.
- i) Selección del tipo de maquinaria y el proveedor.
- j) Instalación del equipo.
- k) Instrucciones de mantenimiento y formación del personal para el manejo de la maquinaria para el envase y embalaje.

Las funciones del **diseño gráfico** son:

- a) La identificación inmediata de un producto.
- b) Diferenciar un producto de sus competidores, dándole un carácter y valor propios.
- c) Informar al consumidor en forma clara sobre el contenido del producto y los beneficios de usarlo.
- d) Incrementar la capacidad de venta del producto.
- e) Atraer al consumidor, al punto de venta y dar seguimiento a la postventa.

El comercio internacional se define como la introducción o importación de productos extranjeros a un país y la salida o exportación a otros países.

El objetivo de la exportación o importación constituye en obtener beneficios como:

- a) Aumento de las ventas
- b) Reducción importante de los costos de producción y operaciones, derivadas de un mayor volumen en la compra de materias primas, partes, etc.

Es decir, para evitar confusiones entre lo que compete dentro del diseño gráfico, el diseño industrial y comercio internacional se considera pertinente hacer una diferenciación entre estos a partir de sus características. No obstante, cabe señalar que de algún modo son campos que tienen contribuciones importantes, que son interdisciplinarios.

El siguiente trabajo esta estructurado de la siguiente manera:

La investigación consta de una introducción, en la cual se describe y se dan algunas definiciones sobre los conceptos más relevantes que son utilizados a lo largo de esta investigación. Posteriormente se anexan las abreviaturas utilizadas para que el lector identifique su significado.

En el primer capítulo se presentan los enfoques del envase y embalaje, para que se vea la diferencia entre ambos, así como sus semejanzas. También se detalla directamente que el envase y embalaje entran dentro de la mezcla de mercadotecnia que consta de las cuatro P's: Producto, Precio, Plaza y Promoción o Publicidad

En el segundo capítulo se hace mención del proceso logístico al que se debe someter el producto tanto para normas mexicanas obligatorias como para el país importador, y hacer de esta manera una forma rápida y concreta para la exportación de la mercancía.

El tercer capítulo es el resultado expresado en dinero que es el precio de exportación del producto para venderlo al exterior, es propiamente la cotización del precio Costo, Seguro y Flete (CIF) del producto que va a pasar por un proceso de distribución para llegar a Costa Rica.

Finalmente se presentan las conclusiones, así como los anexos que se encuentran explícitos a lo largo del trabajo y por último la bibliografía que sirvió como apoyo en la elaboración del trabajo.

# CAPÍTULO 1

"Antes de construir una pared me gustaría saber  
que estoy dejando afuera y lo que dejo adentro,  
y a quién es probable que ofenda."

Robert Frost

## CAPÍTULO 1: CARACTERÍSTICAS DEL BAMBINETO

### 1.1. ASPECTOS TÉCNICOS DEL BAMBINETO FRESCO PLEGABLE

A continuación se darán las características del babineto, y se explicarán los cambios que tuvo que pasar el producto para poder ser exportado.

Primeramente se da una breve explicación de lo que significa la palabra babineto:

Babineto viene del italiano:<sup>1</sup>

bambina niña, muchachita.

bambinaia niñera

bambinata chiquillada, niñada.

bambinello ninito, chiquitín, criatura

bambinesco aniñado, infantil, pueril

bambino niño, chico, criatura, niño de pecho, nene, rorro.

Babinetto<sup>2</sup> es el diminutivo de babineto, significa ninito, chiquito.

Por lo tanto se deduce que el babineto: es la cuna acolchonada portátil para transportar a un ninito recién nacido o en su caso a un bebé que mida alrededor de 65 cm. como máximo.

En la descripción del producto según su clasificación arancelaria esta como: los demás muebles de metales comunes.

A continuación se darán las características y aspectos técnicos del babineto

El Babineto tiene los siguientes colores:

⇒ Rosa

⇒ Naranja

⇒ Verde

⇒ Azul y

⇒ Amarillo.

Identificación y características del producto

1. Nombre de producto: Babineto fresco plegable
2. Sector al que pertenece el producto: Para bebés
3. Descripción del producto según su clasificación arancelaria: Los demás muebles de metales comunes.
4. Clasificación arancelaria: 9403.20

---

<sup>1</sup> Diccionario Moderno, Italiano-Español, Milán, 1954, pág. 225.

<sup>2</sup> DOGLIOTTI, Miro. Vocabolario della lingua italiana, Bologna, 1996, pág. 195

- a) Medidas: 70 cm de largo  
30 cm de ancho  
10 cm de alto
- b) Peso: 2 kgs.
- c) Aglomerado: 33 cm.  
3 mm. de espesor
- d) Varilla Galvanizada Calibre G
- e) Hule espuma, Popelina 80% Poliéster  
20% Algodón
- f) Tela ahulada con toalla 100% Algodón
- g) Poketin Yute 80% Algodón  
20% Poliéster
- h) Fleje de tela

El babineto plegable, nació como una alternativa para la facilitación de su exportación, economizar y reducir costos.. El babineto normal medía 20 cm de alto. Actualmente en su forma plegable se reduce a la mitad: 10 cm de alto, de esta manera no se exporta aire, que era el mayor impedimento a exportarlo, ya que el aire hacia que el babineto fuera sumamente caro para su venta en el exterior, por eso se pensó en el modelo plegable.

Así que lo que compite actualmente en el mercado es que el babineto sea plegable, siendo este un modelo utilitario único en el mercado.

La característica de la tela es que es muy fresca, ya que es muy similar a una red que tiene orificios muy pequeños y esto le da frescura al bebé mientras duerme o está adentro del babineto en un lugar caluroso, a su vez el babineto es fácil de trasportar y guardar.

## **1.2. ASPECTOS CULTURALES, HISTÓRICOS, ECONÓMICOS, FINANCIEROS Y GEOGRÁFICOS DEL MERCADO DE COSTA RICA**

Para que se pueda tener una introducción satisfactoria al mercado de Costa Rica es necesario conocer el país, cuales son sus características y los provechos con los que cuenta para la exportación del producto a ese país.

### **Historia**

En 1949 fue abolido el ejército mediante la redacción de una nueva Constitución promovida por Don José Figueres Ferrer, la cual rige hasta el presente.

Costa Rica sigue siendo un país sin ejército. El país ha sido nombrado 12 veces para el Premio Nobel de la Paz.

El período presidencial es de cuatro años. La Constitución prohíbe que el Presidente sea reelecto.

### **Economía**

Inflación: 12.50% (1997)

Tasa de desempleo abierto: 4.4% (1997)

Tasa de interés básica pasiva, fin del período: 24.60%

En los últimos dos años (1997), el turismo se ha constituido en uno de los principales generadores de divisas, lo cual ha contribuido favorablemente a la Balanza de Pagos.

### **Sistema financiero**

El sistema bancario costarricense está compuesto por 3 bancos estatales y 25 bancos privados.

El país cuenta con dos bolsas de valores: Bolsa Nacional de Valores y la Bolsa Electrónica de Valores.

### **CUADRO 1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE COSTA RICA**

<b>País:</b> Costa Rica	<b>Capital:</b> San José	<b>Extensión:</b> 51,000 km <sup>2</sup>
<b>Presidente:</b> José María Figueres Olsen	<b>Gobierno:</b> República Democrática	
<b>Ubicación geográfica:</b> Costa Rica está en el istmo de Centroamérica y limita al norte con Nicaragua, al sur con Panamá, al oeste con el océano Pacífico y al este con el Caribe y Océano Atlántico. (Ver anexo 1)		
<b>Clima:</b> La mayor parte del territorio goza de 2 estaciones definidas: a) Lluviosa: Mayo- Noviembre y b) Seca: Diciembre- Mayo. Costa Rica disfruta de un clima primaveral durante todo el año. La temperatura promedio es de 22°C (72F) en el Valle Central. Las temperaturas de las costas y playas oscilan entre los 21-32°C (70-90F).		
<b>Población:</b> ( julio 1997) 3,342,154 <b>Tipo de población:</b> La mayor parte de la población es de ascendencia europea (española) y mestiza, aproximadamente 3% de ascendencia africana, 2% mezcla.		
<b>% Crecimiento:</b> 2,07	<b>Religión:</b> Católica el 98%	
<b>Ciudades principales y habitantes:</b> San José 296,625. Limón 67,784. Alajuela 44,358. Puntarenas 37,390. Cartago 29,564. Liberia 29,362. Heredia 27,117.		
<b>Próxima elección:</b> 1 de febrero de 1998		
<b>PIB:</b> 2.837 dólares (Ver anexo 1.1)		
<b>Moneda:</b> Colón	<b>Tipo de Cambio:</b> US 03/feb/97 224.57	
<b>Idioma oficial e idiomas comerciales:</b> Español.		
<b>Tarjetas de crédito:</b> Visa, Master Card y American Express		

Continúa en la página 4

**Comercio exterior (millones US\$)** Importaciones CIF 3.20 y Exportaciones FOB 2.71.

**Importaciones:** Petróleo, maíz, arroz, fungicidas e insecticidas, maquinaria y equipo, bienes de consumo, alimentos, productos químicos.

**Exportaciones:** Banano, café, carne, azúcar, plantas ornamentales, melones, piñas, crustáceos y moluscos, textiles y ropa.

**Porcentaje del café y banano sobre la producción total de la agricultura:** 70%

**Principales socios comerciales:** **Importadores:** Estados Unidos, Japón, México, Guatemala, Venezuela y Alemania. **Exportadores:** Estados Unidos, Alemania, Italia, Guatemala, El Salvador, Holanda, Gran Bretaña, Francia, Bélgica y Luxemburgo.

**Régimen de cambios:** Dólares

**Requerimientos de entrada:** Las facturas de las mercancías no requieren visa consular y en cuenta a los ciudadanos mexicanos no requieren de visa para visitar Costa Rica.

**Principales puertos de acceso:** Limón y Moín en el Atlántico, Puntarenas, Caldera, Golfito y Quepos en el Pacífico.

**Aeropuertos Internacionales:** El principal aeropuerto internacional es el Juan Santamaría, ubicado a 16 km de la capital.

**Aerolíneas de Costa Rica a México:** Aviateca, Lacsá Airlines, Taca International Airlines

**Aerolíneas de México a Costa Rica: (carga y pasajeros)** United Airlines, Mexicana de Aviación, Aviateca, Lacsá Airlines, Taca International Airlines, American Airlines (pasajeros).

**Llamadas internacionales:** Código Internacional de acceso 91, el código por país y para todas las ciudades 506 más el número local y todos los números telefónicos constan de 7 dígitos.

**Bancos Nacionales operando en Costa Rica:** Banco Continental SA, Banco Cooperativo Costarricense SA, Banco de Cofisa SA, Banco de Fomento Agrícola SA, Banco de San José SA, Banco de Santander Costa Rica SA, Banco Germano Centroamericano SA, Banco Hipotecario de la Vivienda, Banco Interfin SA, Banco Internacional de Costa Rica SA, y Banco Internacional de Exportación SA.

**Horas laborables:** Bancos (9:00 a 15:00 de lunes a viernes y algunos bancos cierran el sábado) Gobierno (7:00 a 11:00 y 1:00 a 17:00 de lunes a viernes) Comercios e Industrias (8:00 a 11:30 y 1:30 a 17:30 de Lunes a viernes).

**Unidades de medidas:** Sistema métrico decimal

**Relación con Organismos internacionales:** GATT, IADB, IBRD, IDB, FMI, UN (observador), OMC (enero 1995).

**Relación con México:** Tratado de Libre Comercio (1 enero de 1995 entró en vigor)

**Acuerdos comerciales:** Mercado Común de América Central (El Salvador, Guatemala Honduras y Nicaragua), Acuerdos Panamá, República Dominicana, Colombia y Venezuela y creación de la ALCA en el 2005.

**Dirección de la autoridad aduanera:** Dirección General de Aduanas, Ministerio de Hacienda, Calles 12 y 14, Avenidas 1 y 3, San José, Costa Rica. Tel. y Fax (506) 33-9525 y 221-94-82 de 8 a.m. a las 12:00 y de 1 p.m. a 4:30 p.m.

**Dirección de la Cámara Nacional de Comercio en Costa Rica:**

Dr. Ejercito Hugo Ugarte Tatum, edificio Centro Colon 6º piso, apdo postal 141-1007, San José, Costa Rica. Tel.(506) 221-00-05 y Fax(506) 233-70-91

Continúa en la página 5

**Dirección de la Embajada, Consulado de México en Costa Rica:**

Abierta de lunes a viernes y cerrada en días festivos de Costa Rica y de México  
Calle 13 y 15 Av. 7ª. No. 1371, apdo postal 10107-1000, San José, Costa Rica. Tel (506) 257-06-33 y Fax: (506) 222-60-80

**Dirección de BANCOMEXT en Costa Rica:**

Barrio Los Yoses, 310 mts al sur del automercado, apdo postal 141-1007, San José, Costa Rica. Tels: (506) 234-24-66 y 96-01. Fax: (506) 234-96-13

**Dirección de la Embajada de Costa Rica en México:**

Río Poo No. 113, Col. Cuauhtemoc. Tel: 520-08-99 y 525-7764

**Medios de transporte disponibles:** Tica bus, Sirca y Tracopa

**Periódicos de mayor difusión:** La Nación, La República, La Prensa Libre, Al Día y Extra.

**Días festivos:** 19 marzo (San José), 4 abril (jueves Santo), 5 abril (viernes Santo), 1 mayo (Día del trabajo), 9 junio (Corpus Christie), 29 junio (San Pedro y Pablo), 8 diciembre (Día de la Inmaculada Concepción), 28, 29, 30 y 31 diciembre (Días de asueto)

**Ferriados obligatorios:** 1 enero (Año nuevo), 11 abril (Día de los héroes (Juan Santamaría)), 25 julio (adhesión de Guanacaste), 15 agosto (Día de las madres), 15 septiembre (Día de la independencia), 25 diciembre (Navidad),

**Ferriados no obligatorios:** 2 agosto (Nuestra Señora de los Angeles), 2 octubre (Día de la raza).

**Fuente:** Elaboración propia con base en diversos textos.

El mercado de Costa Rica en cuanto a accesorios de bebes, incluyendo el babineto, es muy bueno, según las especificaciones de la consejería de México en ese país.

Otra información de la agregada cultural de la embajada de Costa Rica en México, menciona que la tasa de natalidad va en incremento y que si es un buen mercado para la importación de los babinetos.

A continuación se darán las estadísticas del numero de mujeres, la tasa de natalidad y nacimientos, a su vez se especifica el numero de matrimonios, y de esta forma poder observar que si hay un buen mercado en el país de Costa Rica:

Mujeres	1,652,695	49.45%
Nacimientos	100,113	
Matrimonios	230,730	

A lo anterior se agrega que no fue posible obtener estadísticas de dichos accesorios para bebes, ya que Costa Rica se considera un país latino y del tercer mundo, por lo que no son fuertes en las estadísticas.

En el caso de Bancomext, sector textil y confecciones, comenta que existen dos compañías que exportan a Costa Rica desde hace dos años, siendo este un gran mercado para los accesorios de bebes, teniendo un incremento en el monto de sus ventas de un 10%.

## CAPÍTULO 2

## CAPÍTULO 2: CONCEPTUALIZACIÓN DEL ENVASE Y EL EMBALAJE

### 2.1. DEFINICIONES

En la actividad exportadora es muy importante tener claros éstos conceptos con el fin de unificar criterios, ya que con ello se evitan errores y conflictos que pueden ser costosos. "Por eso en el año de 1982 se reunieron varios expertos en el tema, con el fin de homologar las definiciones"<sup>3</sup>, ya que por la apertura comercial y por los tratados y acuerdos internacionales que se han realizado es necesario la homologación de los términos.

#### Definición de envase

**Envase:** "corresponde a la protección individual de cada unidad. Su tamaño y diseño varían con la naturaleza del producto sirve además en algunos casos como elementos de publicidad".<sup>4</sup>

**Envase:** "es un factor determinante en la preferencia, selección y decisión de compra de un producto".<sup>5</sup>

El **envase** (se tira cuando se desempaca la mercancía o se usa para otra cosa diferente). El envase no se toma en cuenta para la clasificación arancelaria.<sup>6</sup>

Por lo tanto llegamos a la siguiente definición de **envase:** es el frasco, caja, lata, envoltura o bolsa que esta en contacto directo con el producto al que contiene, identifica, dosifica, protege, conserva, facilita su manejo, transportación y distribución para su venta al consumidor.

El envase se convierte entonces en un "**Vendedor Silencioso**" pues nos comunica las cualidades que vamos a tener al consumir el producto.

Por lo que existen diferentes formas de identificar un envase, ya que unos contienen a otros y es importante saber esas diferencias.

"En esta clasificación se usa la palabra envase para cualquier tipo de contenedor".<sup>7</sup>

⇒ **Envase primario:** Es el contenedor que esta en contacto directo con el producto.

⇒ **Envase secundario:** Es el contenedor que guarda varios envases primarios, su función es protegerlo e identificarlo, comúnmente este envase es desechado.

⇒ **Envase terciario:** Es el contenedor que protege a los envases primarios y secundarios, que sirve para la distribución y unificación del producto.

<sup>3</sup> CELORIO, Carlos. Diseño del embalaje para exportación, México, 1993, pág.50

<sup>4</sup> OSORIO ARCILA, Cristobal. Diccionario de comercio internacional, Colombia, 1994, pág. 20

<sup>5</sup> LEDESMA, Carlos. Principios del comercio internacional, España, 1995, pág. 41

<sup>6</sup> Art. 65 Ley Aduanera y 101 de su reglamento, 1997.

<sup>7</sup> Idem, 1

Con lo anteriormente expuesto se puede llegar a la conclusión de que los envases secundarios y terciarios, pueden ser el contenido de un embalaje. Así mismo, para el desarrollo de esta investigación se da el caso de que el envase secundario se convierte en el embalaje.

Es importante hacer incapié en la marca, ya que es el nombre, palabra, símbolo o diseño especial que identifica un producto o servicio en forma singular.

El problema al que se enfrenta una empresa con su marca al penetrar a mercados extranjeros es que se complica la función que tiene ésta de darle reconocimiento a los productos por nacionalismo, lenguaje y diferencias culturales.

Para efectos de esta investigación, el exportador llegó a un acuerdo con el importador, de utilizar su marca de éste, con el fin de crear y desarrollar una clientela fiel y cautiva en el país importador.

Por lo que el objetivo del envase es: dar una forma, especificación (marca) que le va a dar un signo distintivo con respecto a los demás y protección al producto para su transportación.

La meta de un envase es hacer llegar un producto de su fabricante a cualquiera de los consumidores potenciales, en el mismo estado físico en que es fabricado, soportando los tratos propios del almacenamiento, transportación y distribución.

### **Definición de embalaje**

**Embalaje:** "es aquello que se utiliza para reunir los envases individuales presentándolos en forma colectiva con el objeto de facilitar su manejo, almacenamiento, carga, descarga y distribución".<sup>8</sup>

**Embalaje:** es el que se usa temporalmente para almacenar los productos o mercancías para facilitar su transporte o evitar que se dañe durante esas operaciones.

"Embalaje es sinónimo de bulto".<sup>9</sup>

Por lo que se resume que:

**Embalaje** es el que envuelve, contiene y protege los productos y que usa temporalmente para reunir los envases individuales y homogéneos, presentándolos en forma colectiva con el objeto de facilitar su manejo, carga, descarga, almacenamiento y distribución.

---

<sup>8</sup> DEVISMAS, Philippe. Packaging, Manual de uso. E.U, 1995, pág. 36

<sup>9</sup> CELORIO BLASCO. Diseño de envase y embalaje para la exportación, México, 1993, pág. 55

El embalaje diseñado para la exportación que esta destinado a contener, unificar y proteger a un producto de venta se puede dividir en varios pasos:

- ⇒ Tomar en cuenta las características del producto
- ⇒ Investigación del mercado de importación
- ⇒ Análisis de todos los pasos de la distribución.
- ⇒ Investigación de lineamientos aduanales y políticas ecológicas del importador.
- ⇒ Estudio de las Normas del importador de envase y embalaje.

Pueden encontrarse errores en los embalajes, los más frecuentes desde el punto de vista de información gráfica, es omitir el lugar de origen, el número de cajas correspondiente al listado de embalajes, número de piezas y el peso bruto del embalaje.

## 2.2. FUNCIONES

Anteriormente se dieron las definiciones, ahora se describen las funciones, pues es importante tener en cuenta para qué sirven y el modo de empleo del envase y del embalaje, así como sus diferencias.

### **Envase**

El envase tiene como objetivo dar contención y protección al producto para su comercialización, dentro de sus funciones se pueden mencionar las siguientes:

### **Contener**

- ⇒ Delimita y separa el producto del medio ambiente.
- ⇒ Reduce al producto a un espacio determinado y a un volumen específico.
- ⇒ Los productos en cualquier estado de la materia y a granel pueden ser manipulados en forma directa.

### **Proteger**

- ⇒ El envase aísla al producto de los factores que pudieran alterar su estado natural y su composición, así como su calidad.
- ⇒ La protección no solo es aplicable al producto. El envase protege incluso al consumidor y al medio ambiente contra el propio producto.
- ⇒ En la protección del contenido se conserva el color, apariencia, se aumenta la vida en el anaquel, no se desgasta, se protege al producto contra el polvo, el sol, el agua y la humedad de la intemperie.

La protección también es proporcionar al producto, en las diferentes fases de su vida los siguientes elementos:

- a) Al final de la línea de producción.
- b) Durante su almacenaje y manejo en planta de elaboración.
- c) Durante su transportación.

- d) Mientras se encuentre almacenado en las bodegas del fabricante, distribuidor o del detallista.
- e) En los anaqueles del detallista.
- f) En el tiempo total de consumo del producto envasado, si éste no se usa de una sola vez.

Dicha protección debe resguardar al producto de los siguientes factores que tienden a deteriorarlo:

- 1) Roturas debidas al manejo brusco, presiones o choques.
- 2) Contaminación debida al polvo, a los productos químicos, a la humedad o a los gases
- 3) Inestabilidad debida a la acción del tiempo, luz, aire y lluvia o temperaturas extremas.
- 4) Absorción de olores y sabores ajenos al producto.
- 5) Pérdidas del contenido debido a robos por el fácil acceso al contenido
- 6) Microorganismos: prevenir la descomposición, especialmente causada por el moho y las bacterias.
- 7) Insectos y roedores: Hay que evitar que contaminen y mermen el contenido de los envases o embalajes.

### **Conservar**

Un producto puede permanecer en exhibición o almacén dependiendo de su vida de anaquel por largo tiempo, sin sufrir alteración en su composición o estructura física, gracias a la barrera que el envase establece entre el producto mismo y los agentes externos a el. Esta función va ligada a la anterior.

### **Transportar**

El envase permite que la transportación del producto sea la adecuada y que su contenido este seguro y que éste llegará en buenas condiciones para la venta.

A continuación se resumirá lo anteriormente mencionado en el Cuadro 2, en donde se hará una clasificación de las funciones del envase y embalaje a lo largo de la exportación:

#### **CUADRO 2. CLASIFICACIÓN DE LA EVALUACIÓN DE LAS FUNCIONES.**

- ⇒ 1) Barrera: a prueba de humedad, impermeabilidad, protección contra los rayos del sol y ultra violeta, protección contra agentes atmosféricos como son el clima, que este a su vez puede ser caluroso, frío, lluvioso o airoso.
- ⇒ 2) Resistencia: a roturas debidas al manejo brusco, presiones, choques. Apto para el proceso de reciclaje y control de la reglamentación del país.
- ⇒ 3) Hermeticidad: protección contra entrada de objetos extraños, contra olores desagradables, seguridad, protección contra microbios, contra descomposición., facilidad para abrir y cerrar.

**Fuente:** Celorio Blásco, Carlos. Instituto del envase, México, 1998.

## **Embalaje**

El contenedor y el protector del envase debe incluir los siguientes elementos:

- ⇒ Permitir que el producto llegue en buenas condiciones al almacén del detallista.
- ⇒ Proteger adecuadamente al producto durante la transportación, almacenaje y manejo.
- ⇒ Que el costo tenga relación con los aspectos económicos del producto y del mercado.
- ⇒ Que el material que se proponga utilizar en el embalaje deba tener facilidad de acceso.
- ⇒ Cumplir con las normas nacionales e internacionales.
- ⇒ Que sea de fácil manejo

Las diferencias que existen en el envase y en el embalaje son principalmente a que el envase es la protección física individual, mientras que en el embalaje, la protección física es colectiva.

### **2.3. ASPECTOS MERCADOLÓGICOS DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA**

Normalmente se piensa en el envase como algo que sirve para contener y proteger al producto, pero en muchos casos, es importante como medio de promoción y para informar al comprador. El envase puede desempeñar un papel importante al facilitar la distribución, exhibición y uso del producto, entre sus aplicaciones principales figuran:

- ⇒ Satisfacer necesidades y deseos
- ⇒ Equilibrar costos y beneficios del envase
- ⇒ Prevenir la contaminación ambiental y
- ⇒ Ser aprovechado para la mercadotecnia del producto.

El envase puede considerarse un importante herramienta de comunicación.

Los aspectos más importantes que constituyen el proceso del marketing son: la investigación, el diseño de los productos, la fijación de precios, la distribución o plaza, la promoción y publicidad.

El envase y el embalaje es un importante elemento dentro de la mezcla del producto pues funciona como el vehículo que lo canaliza hasta el consumidor a través de las vías de distribución.

La Mercadotecnia evalúa todas las actividades encaminadas a estimular el intercambio.

Por lo que en el Cuadro 3 se explica la mezcla de mercadotecnia en cuanto al envase y embalaje y su utilidad:

### CUADRO 3. MEZCLA DE MERCADOTECNIA DEL ENVASE Y EMBLAJE

<b>PRODUCTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ El envase y embalaje contienen al producto, uno en forma individual y otro en forma conjunta.</li> <li>⇒ El envase se puede reutilizar</li> <li>⇒ El envase y embalaje bien cerrado evita el robo.</li> <li>⇒ El producto se diferencia de la competencia por el envase, por el diseño, la utilidad y la imagen.</li> <li>⇒ El envase y embalaje se recomienda contar con el código de reciclamiento.</li> </ul>
<b>PRECIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ "Un envase atractivo, seguro y cómodo ayuda a establecer mayores precios de venta y, en algunos casos, a disminuir el costo del producto"<sup>10</sup>.</li> <li>⇒ El envase y el embalaje debe facilitar el almacenamiento, manipulación y transporte del producto, y la repercusión se verá en los costos y en el precio.</li> <li>⇒ El envase debe tener el código de barras impreso, para un buen manejo y fácil acceso al precio, en donde también puede contar con algún descuento.</li> </ul>
<b>DISTRIBUCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Los estibadores dan preferencia a los embalajes más fáciles de acomodar.</li> <li>⇒ El envase bien presentado al público da una idea de cómo puede ser el producto.</li> <li>⇒ El envase efectivo puede conseguir nuevos mercados.</li> </ul>
<b>PROMOCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ Contando con un buen envase se puede ayudar al producto a realizar la venta en el punto de compra.</li> <li>⇒ En el envase puede imprimirse comics haciéndolo atractivo el cual identifica al producto y aumentan las ventas.</li> </ul>

Fuente: Adaptado de Dolores Vidales. El mundo del envase, México, 1994.

<sup>10</sup> VIDALES, Dolores. El mundo del envase, México, 1994.

Es importante resaltar que la adaptación cultural y ambiental son necesarios para la aceptación con éxito de la mezcla de mercadotecnia.

Comercialmente, el envase y el embalaje hacen posible el desplazamiento de las mercancías y su manejo en diversos medios, al tiempo que reducen el costo del transporte y sirven de agente publicitario en los centros de distribución.

# CAPÍTULO 3

## CAPÍTULO 3. PROCESO LOGÍSTICO DEL ENVASE Y EMBALAJE

Es importante hacer notar la importancia que se tiene en la distribución de la exportación el proceso logístico, en este proceso se debe considerar las características técnicas del producto anteriormente mencionadas que se va a envasar y a embalar, así como los aspectos culturales al país a donde se dirige. Su importancia de etiquetado del envase y del embalaje de acuerdo con las normas nacionales, para que cuando se realice la importación al país éste llegue con los lineamientos necesarios para su introducción y no se tengan problemas, por eso este capítulo es de suma importancia.

### 3.1 ASPECTOS DE POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR Y ADUANALES DEL MERCADO DE COSTA RICA

Es necesario saber cuales son las políticas de comercio exterior a las cuales se debe enfrentar el producto a la importación en el país de Costa Rica, así como los aspectos aduanales, qué beneficios arancelarios se tienen en caso de existir acuerdos o tratados en Costa Rica.

#### Política de comercio exterior

Costa Rica se adhirió al GATT en 1990. Luego de participar en la Ronda Uruguay, se convierte en miembro fundador de la OMC.

#### Régimen y derechos arancelarios

La valoración aduanera del producto se efectúa sobre la base CIF. No se requiere licencia de importador. Los derechos arancelarios a los que están sujetas las mercancías que ingresan al país son:

- ⇒ **Impuesto Ad Valorem:** El impuesto ad valorem es un porcentaje que grava las mercancías que se importan al país. Este gravamen se calcula sobre el valor CIF (lo calcula la aduana del importador).
- ⇒ **Ley 6946:** La Ley No. 6946 del 13 de enero de 1984, publicada en La Gaceta No. 14 del 19 de ese mes crea un impuesto del 1% sobre el valor aduanero de las mercancías importadas. Este impuesto se cobra indiscriminadamente, sin importar el origen de la mercancía importadas y se encuentra incorporado en el arancel aplicado.
- ⇒ **Impuesto Selectivo de Consumo:** Este impuesto grava la importación y la producción nacional de mercancías. Las tarifas entre las que se ubica este impuesto varían el 10 y el 75% aproximadamente, se calcula sobre el valor CIF de las mercancías más lo correspondiente al impuesto ad valorem. Este impuesto se cobra indiscriminadamente, sin importar el origen de la mercancía importada.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (1996)

- ⇒ **Impuesto sobre las Ventas:** Este impuesto grava, en términos generales, todas las ventas de mercancías y de aquellos servicios explícitamente señalados en la ley. La tarifa del impuesto es actualmente de un 10%. Este impuesto se cobra indiscriminadamente sobre las importaciones (sin importar el origen de la mercancía) y las ventas domésticas. Se calcula sobre el monto resultante de sumar el valor CIF de la mercancía, el impuesto ad valorem, el impuesto selectivo de consumo y el impuesto del 1% de la Ley 6946<sup>12</sup>.

Para el ingreso de las **muestras con o sin valor comercial**, procedentes de México hacia Costa Rica y bajo el amparo del Tratado del Libre Comercio, se debe presentar ante la Aduana la Declaración Aduanera si es con valor comercial o la póliza de oficio si es sin valor comercial. Además debe adjuntarse el documento de transporte, la factura comercial y la declaración de origen si se trata de una empresa comercializadora o el certificado de origen si se trata de una empresa productora. Estos dos últimos documentos se distribuyen en SECOFI.<sup>13</sup>

#### **Para el mercado y el etiquetado del embalaje:**

- ⇒ La Oficina Nacional de Estándares y Unidades de Medidas es la organización encargada de determinar que no hay ningún problema con la cuestión del etiquetado.<sup>14</sup>
- ⇒ No hay ningún requerimiento general para el etiquetado de la mercancía. Sin embargo los requerimientos del etiquetado aplican a los embarques de productos alimenticios, farmacéuticos, fertilizantes, pesticidas, hormonas, vacunas, sustancias tóxicas.

#### **Medios para la promoción y publicidad del producto:**

- ⇒ Son la televisión, radios y periódicos.
- ⇒ Los periódicos costarricenses son el mejor medio de publicidad para los productos y servicios, son: *La Nación*, *La República*, *La Prensa Libre* y *The Tico Times* (el periódico famoso en inglés). Radio son 71 estaciones de A.M., pero no hay F.M. y 18 estaciones de televisión.

#### **Tratado del Libre Comercio con México**

Este Tratado fue firmado en la Ciudad de México el día 5 de abril de 1994. Su estructura contiene diez partes y estas a su vez se dividen en 19 capítulos y sus respectivos anexos a cada capítulo.

<sup>12</sup> Embajada de Costa Rica en México, 1998.

<sup>13</sup> Centro para la Promoción de las Exportaciones y de las Inversiones, Costa Rica.

<sup>14</sup> Cámara de Comercio, Costa Rica

En el Tratado están acordados 12,000 productos entre los dos países, de acuerdo con el Tratado el 85% de las mercancías, tratado bilateralmente entraran en ambos países con tasa cero. Después de cinco años, el porcentaje de las mercancías será del 92% con tasa cero y después de 10 años el 99% de los productos entraran con tasa cero.

Los objetivos que persigue este tratado son estimular el comercio entre México y Costa Rica, eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios, promover condiciones de competencia leal en el comercio, aumentar la inversión, protección de la propiedad intelectual, crear procedimientos eficaces para la aplicación del mismo y para la solución de controversias.

### **3.2 NOM-050-SCFI-1994<sup>15</sup> INFORMACIÓN COMERCIAL, DISPOSICIONES GENERALES PARA PRODUCTOS**

Esta norma se utilizará en nuestra investigación, ya que en ella se habla de lo que es la información comercial, así como el etiquetado que se debe utilizar en forma nacional e internacional en los envases y embalajes.

La definición que utiliza **NOM-050-SCFI-1994**, en la información comercial se entiende: los datos, símbolos, gráficas o leyendas de carácter obligatorio previstos en la norma, que están impresos en el producto o adheridos a él por cualquier medio, y que orientan al consumidor para identificar plenamente las características del producto que se desea comprar, de tal modo que pueda decidir si le conviene comprarlo o no.<sup>16</sup>

La NOM es un instrumento útil que garantiza que el etiquetado de los productos, ya sean nacionales o importados y que se comercializan en el país, incorporen la información comercial necesaria para que los consumidores puedan tomar una adecuada decisión de compra.<sup>17</sup>

Esta NOM tiene por objeto establecer la información comercial que deben contener los productos de fabricación nacional o extranjera que se destinen a los consumidores en el territorio nacional, y establecer las características de dicha información.

Por lo que se puede agregar que ésta NOM es un conjunto de especificaciones legales que determina la calidad de un producto nacional o extranjero dentro de la República Mexicana. La vigilancia de la presente norma está a cargo de la autoridad competente SECOFI, SHCP y la PROFECO y las unidades de verificación acreditadas para tal efecto.

### **3.3. NOM-196-EE-1986 INSTRUCTIVOS DENTRO DEL ENVASE**

En el contenido del envase, qué además del producto, se anexa un instructivo el cual se indica con la **NOM-196-EE-1986**.

---

<sup>15</sup> Publicada en el DOF del 24 de enero de 1996.

<sup>16</sup> DOF del 24 de enero de 1996

<sup>17</sup> Tríptico de la DGN

En esta NOM se maneja que en el envase debe contener un instructivo en donde se anotará en la respectiva etiqueta “**VÉASE INSTRUCTIVO ANEXO**”.

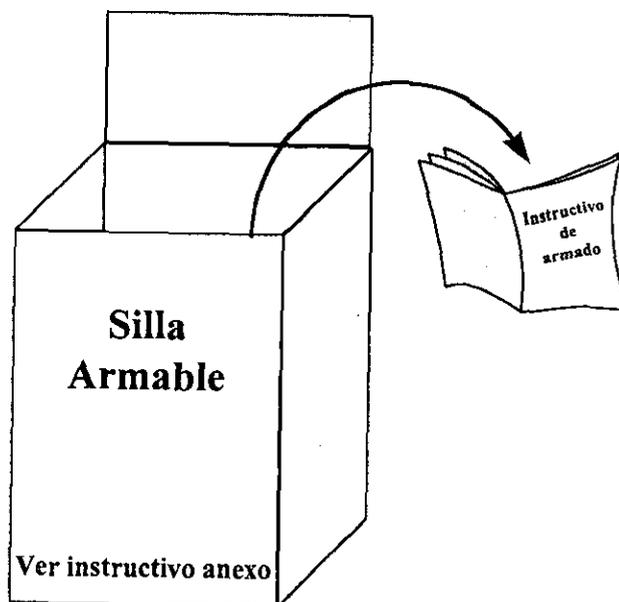
En el instructivo, la información es por escrito dirigida al consumidor que explica cómo debe usarse y aprovecharse el producto.

Es el documento que le da a conocer al consumidor cómo usar u operar un producto para disfrutarlo plenamente, así como errores en su uso que puedan impedir la obtención de los resultados esperados o dañar o arriesgar al producto o al propio consumidor.

Los **instructivos** adicionalmente deben indicar:

- ⇒ Nombre, denominación o razón social del productor nacional, o importador.
- ⇒ Domicilio fiscal.
- ⇒ Teléfono de servicio en territorio nacional.

La inclusión de esta información en los instructivos es de importancia primordial para ciertos productos, en caso de que surja cualquier problema en cuanto a las expectativas del consumidor respecto al producto una vez ensamblado o acondicionado para su uso. De surgir un problema, el consumidor deberá poder encontrar el auxilio del proveedor, para lo cual el teléfono de servicio debe estar disponible cuando menos en horas y días hábiles.



### 3.4. CARACTERÍSTICAS DEL ETIQUETADO EN EL EMBALAJE

El embalaje debe llevar también su etiquetado de exportación, por lo que se definirá lo que es la etiqueta y su introducción al embalaje adherida o sobrepuesta al producto, a su envase o, cuando sea posible por las características del producto al embalaje.

**Etiqueta:** Es cualquier rótulo, marbete, inscripción, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, escrita, impresa, estarcida, marcada, grabada en alto o bajo relieve, adherida o sobrepuesta al producto, a su envase o, cuando no sea posible por las características del producto o su envase, al embalaje.

**Etiqueta:** El rotulado legal forma parte de la comunicación necesaria, informando sobre el peso neto, el origen y la composición del producto, incluyendo también el número de registro o certificación del mismo.

**Etiqueta:** Es el pedazo de papel, madera, metal, tela, plástico e incluso pintura adherida al envase o embalaje de cualquier producto.

La etiqueta debe informar sobre dicho producto, sus características, las formas de usarlo y los aspectos legales concernientes al manejo y al uso del mismo embalaje.<sup>18</sup>

El etiquetado del embalaje debe incluir los siguientes elementos:

⇒ **Tener el emblema Hecho en México.**

La norma NMX-Z-9-1978 establece y describe el emblema denominado Hecho en México. El emblema no es de uso obligatorio; lo que si tiene carácter de obligatoriedad es que en las etiquetas debe llevar el texto o leyenda de: Hecho en México, Fabricado en México, Producido en México.

El emblema consta del texto o leyenda y el símbolo gráfico a las mercancías producidas en la República Mexicana. (**Ver anexo 2**).

La norma establece la forma, dimensiones y proporción del emblema y del texto o leyenda. (**Ver anexo 3**).

El tipo de letra puede ser:

- a) Helvética media
- b) Futura media o
- c) Grotesca

- ⇒ Utilizar letras o caracteres legibles
- ⇒ Hacer las marcas con pinturas resistentes al calor y al agua.
- ⇒ Eliminar las marcas antiguas cuando se utilicen embalajes de segunda mano.
- ⇒ Poner las marcas que se van a utilizar
- ⇒ Las marcas en los embalajes deben ir en la SPE sin que las tapen rejas o flejes.

La NOM-030-SCFI fue publicada en el DOF el 24 de octubre de 1993, la cual indica la forma de expresar la cantidad del producto en la etiqueta.

---

<sup>18</sup> VIDALES Dolores. El mundo del envase, México, 1994, pág. 134

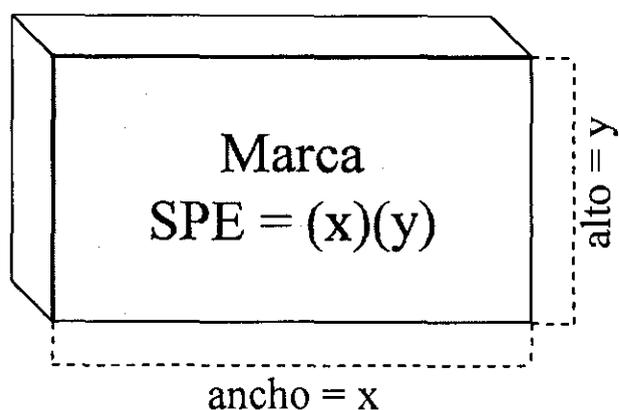
Así también, dicha norma establece el cálculo que se debe efectuar con el objeto de colocar las leyendas "CONTENIDO", "CONTENIDO NETO", o sus abreviaturas "CONT." y "CONT. NET."

La indicación de cantidad se coloca en la SPE, la cual se calcula y determina mediante el procedimiento descrito en el inciso 4.1 de la NOM-030-SCFI-1993. Que a continuación se describe:

Deben indicarse en la superficie principal de exhibición, para lo cual se usan los siguientes criterios para el cálculo de la superficie principal de exhibición:

- ⇒ Para áreas rectangulares, se multiplica el alto por el ancho.
- ⇒ Este cálculo permite determinar la altura mínima del dato cuantitativo de la declaración de cantidad y la unidad de la magnitud correspondiente.
- ⇒ Superficie principal de exhibición en centímetros cuadrados (cm<sup>2</sup>) Altura mínima de números y letras en milímetros (mm) Hasta 321, 6 Mayor de 32 hasta 1613, 2 Mayor de 161 hasta 6454, 8 Mayor de 645 hasta 2 5806, 4 Mayor de 2 58012, 7.

### Superficie principal de exhibición (SPE)



- ⇒ Nombre o denominación del producto.
- ⇒ Lista de lo que contiene el envasado o en su caso el embalado.
- ⇒ El símbolo de la unidad de medida debe expresarse sin pluralizar y sin punto abreviatorio, Ej: Metro m, centímetro cm, y milímetro mm
- ⇒ Cantidad contenida.
- ⇒ El dato de la altura mínima permitida a las letras y números de la cantidad contenida debe ser según de acuerdo con la siguiente tabla:

**TABLA 1. DATO DE LA ALTURA MÍNIMA PERMITIDA**

Superficie principal de exhibición en cm <sup>2</sup>	Altura mínima de números y letras en mm
Hasta 32	1.6
Más de 32 hasta 161	3.2
Más de 161 hasta 635	4.8
Más de 645 hasta 2580	6.4

**Fuente:** Arroyo García, Mónica. La intervención del contador público en las operaciones de comercio exterior, México, Tesis IPN, 1995.

- ⇒ Nombre y domicilio fiscal del productor o importador.
- ⇒ País de origen.
- ⇒ Leyendas precautorias o marcas de manejo.
- ⇒ Cuando el uso o manejo del producto no sea obvio, debe llevar la etiqueta: "VÉASE INSTRUCTIVO AL INTERIOR DEL ENVASE".
- ⇒ Información concerniente al medio ambiente.
- ⇒ Puerto de salida
- ⇒ Puerto de entrada
- ⇒ Símbolos que se utilizarán en esta investigación:

- 1) Evítese el empleo de ganchos
- 2) No aguanta estiba, hacia arriba
- 3) Manténgase seco
- 4) Frágil
- 5) No rodar

Que a continuación se detallan, por el número anteriormente expuesto:



### Obligaciones de etiquetado al embalaje

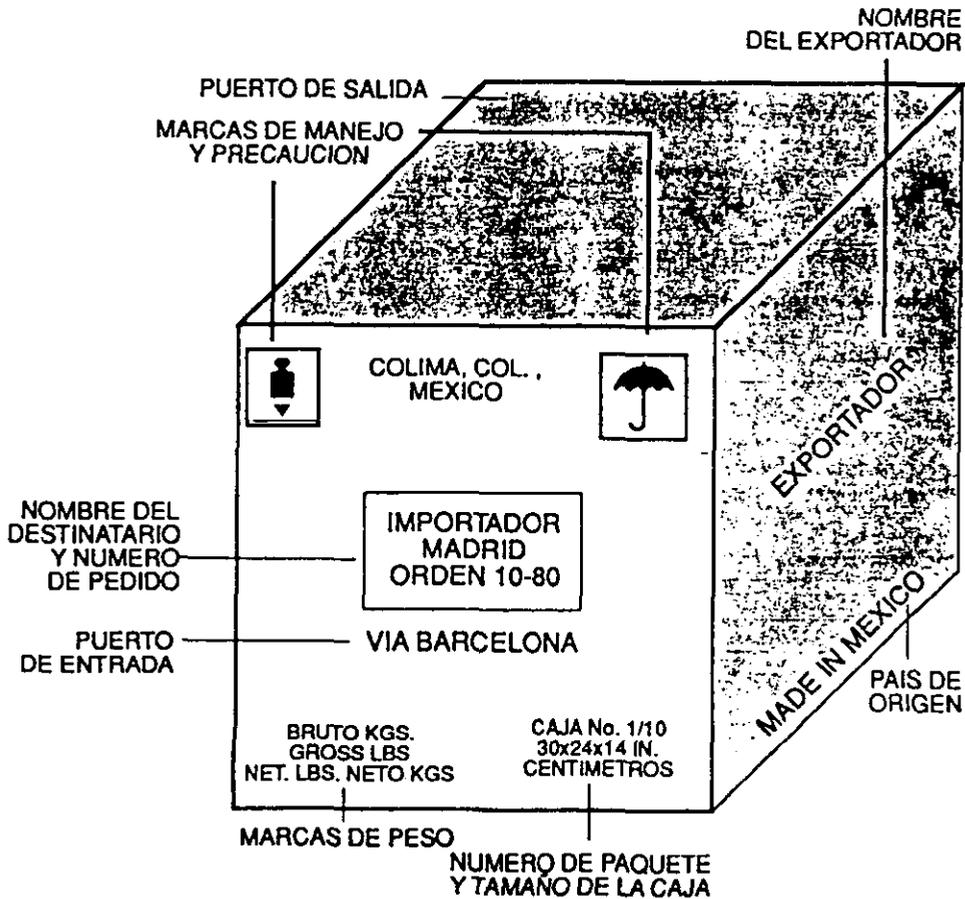
Las marcas de puerto de destino y transbordo deben ser grandes, claras e impresas con tinta a prueba de agua. Deben ser aplicadas en las tres caras del embalaje preferentemente lados y arriba.

En el siguiente Cuadro 4 las normas obligatorias voluntarias del envase y del embalaje:

**CUADRO 4. NORMAS OBLIGATORIAS Y VOLUNTARIAS**

Normas obligatorias	Etiquetado en el envase	Identificación	{ Fabricante Exportador Productor
		Peso, contenido neto	
Normas voluntarias	Marcado en el embalaje	Identificación	{ Fabricante Exportador Productor
		Peso, contenido neto, origen Promoción	
	Etiquetado de Envase	Código de barras (condiciones de la la cadena de distribución) Identificación del material con que esta hecho.	
		Wood will	{ Reciclable Simbolo de basura
Marcado en el embalaje	Simbología de manejo Aguila Hecho en México		

Fuente: Celorio, Carlos. Instituto del envase, México, 1998



### 3.5. EL CÓDIGO DE BARRAS

La información del envase y embalaje por medio del Código de barras facilita la identificación, entrega y control de la mercancía.

Código de Barras: agiliza el marcado del precio, controla al segundo las existencias de almacén, cantidades vendidas y las fechas de surtido de los proveedores.

**"Un código de barras = huella digital de un artículo"<sup>19</sup>**

El código de barras es una serie de líneas paralelas y espacios de diferente grosor; el ancho de las líneas y de los espacios determinan el dato señalado en el código.<sup>20</sup>

Existen diferentes tipos de códigos de barras; en México se usa el EAN de 13 y el UPC de 8 dígitos. Para efectos de este trabajo se describirá el EAN 13.

El código es leído por un lector de barras (scanner), presentando el precio en la pantalla de la computadora registradora.

Actualmente para la equiparación internacional se van a utilizar 14 dígitos, en vez de 13 dígitos, tanto para Europa, como para México y también aplica para los Estados Unidos y Canadá que actualmente cuentan con 12 dígitos.

El código del país es asignado por AMECOP<sup>21</sup>. Con las modificaciones el código contaría de cuatro dígitos, pero actualmente cuenta con solo tres dígitos.

750

Los siguientes cinco dígitos, también son asignados por AMECOP corresponden al fabricante

75010026

Los cuatro dígitos siguientes son para el producto. Sus características, tales como tamaño, contenido, tipo o variedad de productos que existen.

750100266740

El último número es el dígito verificador que resulta de los números anteriores.

750102667404



<sup>19</sup> CATEORA, Philip. Marketing Internacional, España, 1995. Pp. 863

<sup>20</sup> Idem pág. 142

<sup>21</sup> Para más información, dirigirse a AMECOP ahora AMECE. Horacio No. 1855-6° Piso, Col. Chapultepec Morales, México, D.F. Tel. 395-20-44

En México, AMECOP esta afiliada desde 1986 a EAN internacional. Registrada como una Asociación sin fines de lucro, tiene como uno de sus objetivos administrar y difundir en la República Mexicana el código de producto y estándares del EDI.

AMECOP apoya el establecimiento de las mejores prácticas de la industria a través de estándares desarrollados para la identificación de productos y el EDI, así como programas de JIT.

El EDI es un catálogo electrónico, que por medio de la computadora los productos pueden ser accedados por cualquier empresa interesada en mi producto o productos, en los que puede ver las características y el precio únicamente del productor o comercializador.

Miles de empresas en más de 100 países utilizan los códigos EAN para la identificación de sus productos y de sus cajas de embarque. El sistema EAN/UCC provee una gama integrada de herramientas estandarizadas a nivel mundial que permiten una administración efectiva de las cadenas de distribución para cualquier empresa, en cualquier lugar del mundo.

#### **Las ventajas que el código de barras de producto son las siguientes:**

- ⇒ Información más rápida y precisa
- ⇒ Información actualizada del producto
- ⇒ Mayor control sobre ventas, almacenamiento e inventarios
- ⇒ Entregas rápidas
- ⇒ Menos errores en la cadena de distribución
- ⇒ Reducir el error en la marcación
- ⇒ Menos costos administrativos
- ⇒ Mayor control para compra de mercancía
- ⇒ Marcación más rápido del precio en cajas

#### **Recomendaciones en el código de barras de producto:**

- ⇒ El código puede reducirse un 20% o aumentar un 100% de su tamaño
- ⇒ No es recomendable que se reduzcan más de lo señalado, la altura de las barras, ya que dificulta la lectura por parte del scanner.

En la siguiente tabla se exponen los factores de ampliación del código de barras, con el fin de conocer hasta donde es posible su reducción conforme a estándares internacionales:

**TABLA 2. FACTORES DE AMPLIACIÓN DEL CÓDIGO DE BARRAS**

	FACTORES DE AMPLIACIÓN	EAN 13	
		Anchura	Altura
Offset	1	38 mm	26 mm
Heliografía	1 Truncado	38 mm	22 mm
	0.9	34 mm	24 mm
	1.4	53 mm	38 mm
Flexografía	con cuadro técnico	55 mm	40 mm
	1.2	48 mm	34 mm
	con cuadro técnico	50 mm	35 mm

Fuente: García Villagrán, Norma. Teoría y práctica del comercio internacional, México, Tesis IPN, 1995

En los envases flexibles, el código debe ubicarse en la zona más plana y de menor deformación posible, para una mejor y rápida lectura.

### 3.6. EL RECICLAJE Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Actualmente se habla mucho del reciclaje a nivel nacional e internacional de los envases y embalajes de los productos, todo ello conlleva a un mejor aprovechamiento de los recursos naturales, a continuación se define el reciclaje y el desarrollo sostenible.

El reciclaje se define como: El proceso mediante el cual se recuperan, reelaboran, aprovechan y se reprocesan, los desechos industriales, comerciales y domésticos convirtiéndolos en materia prima para la fabricación de nuevos productos útiles a la sociedad.

A nivel nacional e internacional se utilizan las abreviaturas de reciclamiento del envase o del embalaje, para lo cual se incluyen ambas abreviaturas y de esta manera saber a que plástico pertenecen, para lo cual se muestran en el gráfico y la siguiente tabla:

**TABLA 3. ABREVIATURAS DE LOS PLÁSTICOS**

ABREVIATURAS		NOMBRE
INGLÉS	ESPAÑOL	
1) PETE	1) PET	Polietileno-Tereftalato
2) HDPE	2) PEAD	Polietileno Alta Densidad
3) PVC (V)	3) PVC	Cloruro de Polivinilo
4) LDPE (LD)	4) PEBD	Polietileno Baja Densidad
5) PP	5) PP	Polipropileno
6) PS	6) PS	Poliestireno
7) OTHER	7) OTROS	Mezclas de los polímeros anteriores y otros.

Fuente: Castro, Carlos. La exportación y los mercados internacionales, Barcelona, 1996.

Mucho se ha discutido respecto al fin que deben tener los envases de plástico una vez consumido el producto. Se ha hablado de biodegradarlos; sin embargo la respuesta más inteligente al respecto ha sido la reutilización, usando nuevamente los envases o reciclando nuevos envases.

Para lograr una operación eficiente en el reciclado de los materiales plásticos se ha decidido identificarlos a través del sistema de codificación para los envases plásticos, el cual contiene dentro un número que indica de qué tipo de plástico está elaborado el envase y de esta manera será de gran ayuda para la recolección y clasificación de los diferentes materiales plásticos y facilitar su reciclaje, también existe el reciclaje del etiquetado plástico, el cual contiene a su vez un número dentro del símbolo de reciclaje, como se muestran:

Para envases plásticos:

 PETE	 HDPE	 V
POLIETILENO TEREFTALATO	POLIETILENO ALTA DENSIDAD	POLICLORURO DE VINILO
 LD	 PP	 PS
POLIETILENO BAJA DENSIDAD	POLIPROPILENO	POLIESTIRENO
 OTHER		
OTROS		

Etiquetado plástico



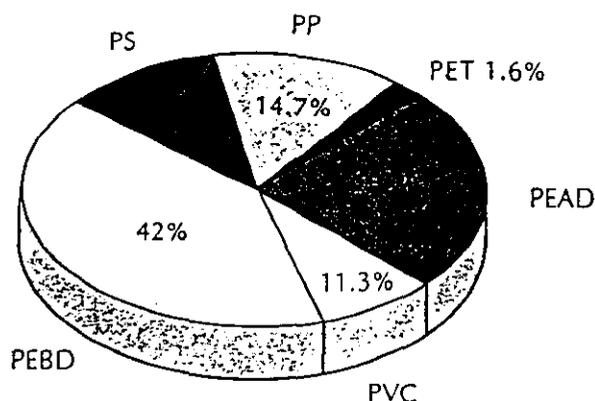
En esta investigación se tomó al plástico, como principal envase y embalaje del babineto fresco plegable, para lo cual se describen las características:

**El plástico:** el 17% de los materiales usados en la industria de envases son resinas termoplásticas. En estudio realizado por el Comité de reciclaje de acoplásticos, la composición por familia de plásticos es la siguiente:

**TABLA 4. MATERIAL PLÁSTICO QUE MÁS SE RECICLA**

MATERIAL	PORCENTAJE
PEDB	42.0
PEAD	19.2
PP	14.7
PS	11.3
PVC	11.3
PET	1.6

Fuente: Revista ANDI, Argentina, 1995.



De esta manera podemos ver que si se utiliza algún material plástico, con esta tabla se puede observar que tan reciclado es y considerarlo en nuestros envases y embalajes, en donde también es necesario la codificación universal de reciclaje.

CODIFICACIÓN UNIVERSAL DE RECICLAJE	
RECICLADO	APLICABLE A
	Papel Plástico Vidrio

En este párrafo se dan algunas ideas, en las cuales las películas en uso de embalajes son recicladas por varias firmas en productos tales como tubería negra para riego; materiales rígidos (botellas, termoformados) son reciclados en productos como adhesivos, suelas y tacones para calzado.

**Definición y características del desarrollo sostenible:**

El desarrollo sostenible es un concepto antropocéntrico, completado por aspectos sociales, culturales, políticos y ético-morales, que dan sentido a largo plazo y en conjunto al desarrollo humano, con una perspectiva de continuidad que lo hace sostenible.

Se considera que el desarrollo, a partir de un punto crítico, supone crecimiento sobre todo en calidad, en "inteligencia" y conocimiento, en sabiduría, y no simplemente en términos económicos o materiales.

Con este nuevo modelo se busca un desarrollo sistémico, tanto a nivel nacional como internacional. Un desarrollo en el que ninguna parte de la sociedad crece en detrimento de las demás, ya que el progreso de una parte no es real si no es respaldado por el progreso de las demás partes. Su plasmación legal se encuentra en los derechos humanos llamados de la tercera generación, como un nuevo derecho a una vida sostenible y productiva, en armonía con la naturaleza; el derecho a un entorno de calidad y la exigencia de un código ético de comportamiento y pensando en las generaciones futuras.

Con esta nueva conceptualización, el crecimiento económico debe proveer justicia y oportunidades para todos, sin destruir los recursos naturales finitos ni poner en entredicho la capacidad de sostenimiento del planeta.

### 3.7. TRANSPORTE AÉREO DE CARGA

El transporte aéreo de carga se está desarrollando mucho en los últimos tiempos lo cual ha supuesto abaratamientos en los costos del transporte aéreo de mercancías.<sup>22</sup>

La rapidez que ofrece el transporte aéreo es auxiliar insustituible para la distribución de productos y acorta enormemente el plazo de entrega de las exportaciones

Esta rapidez permite un mayor desplazamiento de las mercancías, también ayuda a que el cliente obtenga sus productos de forma rápida a un costo bajo, para lo cual tienen una serie de ventajas:

- ⇒ Se pueden hacer llegar muestras al cliente, de manera que este pueda ver rápidamente si le puede interesar una oferta.
- ⇒ Se puede reducir en gran medida el costo de mantenimiento de existencias y de piezas de repuesto en el extranjero.
- ⇒ Se reduce el costo financiero de la inmovilización de capital que acompaña a un largo período de transporte de las mercancías.
- ⇒ Se hace llegar la mercancía a mercados consumidores cuando el tiempo no la ha vuelto obsoleta en relación a las necesidades y gastos de los consumidores.
- ⇒ Se puede reducir el costo del embalaje, pues las mercancías enviadas por avión sufren una manipulación más cuidadosa que las transportadas por vía marítima.<sup>23</sup>

<sup>22</sup> En 1963 el Boing 707-321 podía transportar 216 m<sup>3</sup> de mercancías. El Boing 747, puesto en servicio para el tráfico de pasajeros a principios de 1970, y que se está utilizando en su versión carguera, llega a ofrecer 706 metros<sup>3</sup> de espacio de carga, con posibilidad de transportar hasta 100 toneladas de mercancía.

<sup>23</sup> El embalaje más ligero permite reducir el pago de aranceles aduaneros en los casos de países en el que el peso del embalaje es añadido al peso neto de las mercancías para el pago de derechos específicos. Cuando se aplican aranceles ad valorem sobre la base de los precios C.I.F., la mayor carestía del flete aéreo determina un aumento del valor en aduana de las mercancías y, en consecuencia, un aumento del costo aduanero de introducir las mercancías en un mercado.

⇒ Se reduce el costo de asegurar las mercancías, pues las primas que se aplican a los envíos aéreos son menores que las aplicadas para otras vías de transporte en función de los menores peligros de robo y deterioro existentes.

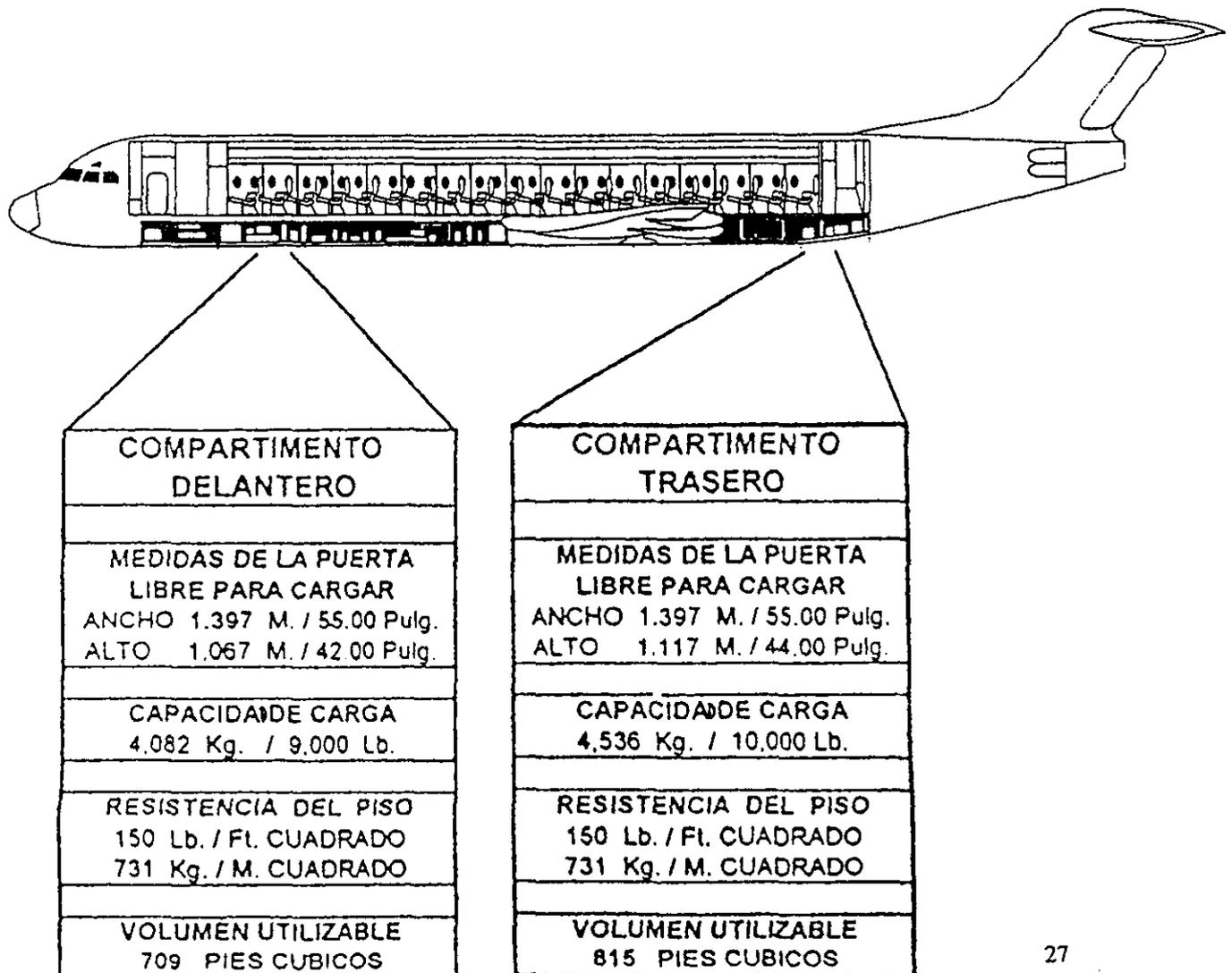
**TABLA 5. CARACTERÍSTICAS DEL TRANSPORTE AÉREO DE CARGA**

Transportes	Equivalencias aplicadas entre pesos	y volúmenes
Aéreo	Tonelada métrica, de 1,000 kilogramos, equivalente a 2,205 libras.	7 metros <sup>3</sup> , equivalentes a 247 pies <sup>3</sup> .

Fuente: Ramirez, José Manuel. Reglamentación del comercio exterior mexicano, tesis, México, 1995.

El embalaje aéreo: Es el embalaje destinado al transporte de mercancías u objetos por avión, que además de las condiciones requeridas para los transportes marítimos y locales, tenga la particularidad de ser excepcionalmente ligero en su peso.

Es muy importante saber cual son las medidas de las puertas del avión y el peso máximo autorizado de una pieza de carga (250 kg.), ya que en el desarrollo del embalaje, se debe considerar estos aspectos. Desconociendo estos datos, se caerá en el error de gastar más embalaje y de que no se pueda introducir al avión por la falta de información.



### 3.8. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL (DFI) DEL PRODUCTO

En la distribución física internacional se sigue al producto desde el almacén de artículos terminados hasta el distribuidor o usuario según el caso, estudiando el manejo de mercancías, almacenamiento, y transporte.

La DFI es la serie de operaciones necesarias para guiar el traslado físico de un producto, desde el local del exportador hasta el local del importador, o según el INCOTERM correspondiente.

El exportador debe saber el movimiento que tendrá su mercancía desde su planta hasta los anaqueles del importador, para saber de que manera puede envasar y embalar su producto.

- 1) **Envasado, embalaje y marcado:** Los paquetes embalados de bambinetos deben ir de tres en tres, posteriormente enrollados y debidamente flejados y marcados con su etiquetado, así como bien identificados para evitar confusiones a lo largo de la cadena de distribución.
- 2) **Carga:** Los embalajes cilíndricos deben colocarse de pie. Cuando haya varias camas se deben colocar o deben estibarse acostados alternados, (como ladrillos).
- 3) **Transportación de la fabrica a la aduana:** Están sujetos a un tipo de vibración severo y repetido durante los minutos de llegada.
- 4) **Almacenamiento:** Los productos llegan a la aduana en donde tiene que esperar a ser cargados y estibados. Mientras tanto pueden sufrir humedad o calentamiento.
- 5) **Carga aérea:** Cuando la mercancía se va en avión, se le da un trato no tan brusco, es más sencillo y pacífico que si se tratara de transporte terrestre, además por parte del avión sufren cambios atmosféricos, aceleración durante los despegues y aterrizajes, la vibración no es significativa.
- 6) **Descarga:** Del avión hacia la aduana del importador.
- 7) **Transportación de la aduana al almacén del importador:** En donde se repite el paso número tres.
- 8) **Almacenaje del importador:** Se quedarán por un tiempo, hasta que se desenvuelvan y se almacenen por artículo.
- 9) **Exhibición y venta del producto en el anaquel del importador.**

Para los efectos de ésta investigación el precio CIF llega hasta el número seis de la distribución física internacional del producto, en donde en el siguiente capítulo se verán detalladamente los costos implicados y más detalles sobre este precio.

### 3.9. DOCUMENTACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO

Es muy importante como exportador saber los documentos que se necesitan para la exportación de los productos, ya que se reflejan en los costos de la cotización del precio CIF, los cuales se describen a continuación:

No se exige factura consular en el país de Costa Rica.

La valoración aduanera del producto se efectúa en la base CIF.

El impuesto *ad valorem*: El impuesto *ad valorem* es un porcentaje que grava las mercancías que se importan al país, este gravamen se calcula sobre el valor CIF de las mercancías.

El **Pedimento aduanal** es el documento con el cual van a salir las mercancías, sin este documento las mercancías no salen del país, ya que en el se especifica la aduana en la cual va a salir, las características de la carga, los impuestos a pagar, el precio de cotización.

La **factura comercial** es el documento expedido como resultado de una operación comercial y firmado por el exportador, en el que se registran los detalles de esta, incluyendo el valor y demás características de las mercancías objeto de operaciones aduaneras. Para toda importación de mercancías deberá presentarse ante la aduana competente una factura en dos ejemplares, escrita en español. La factura comercial deberá tener los datos siguientes:

- a) Nombre, razón social o denominación del exportador y su domicilio.
- b) Lugar y fecha de expedición del documento.
- c) Nombre, razón social o denominación del consignatario y su dirección.
- d) Marcas, números, clase y cantidad de los bultos, cuando la naturaleza del envase lo permita.
- e) Contenido de cada bulto con el detalle de las mercancías, especificando su naturaleza o, en su caso el nombre comercial de estas, en forma tal que permita establecer la clasificación arancelaria que les corresponde.
- f) Referencia comercial, codificación o números de modelo y serie con que el exportador identifica las mercancías.
- g) Descripción del producto.
- h) Tipo de transporte a utilizar.
- i) Puerto de salida y puerto de destino.
- j) No incluir el concepto de IVA, si son productos para exportar.
- k) Peso bruto de las mercancías y cuando sea necesario para fines de importación, su peso legal o neto, así como la cuantía, medida o detalle necesario de cada unidad o unidades que sirvan de base para la aplicación.
- l) Valores CIF de las mercancías con el detalle de gastos.
- m) País de origen de las mercancías y
- n) Firma del exportador o su representante.

En el **certificado de origen** se declara bajo juramento el origen de una mercancía a fin de que se otorgue el trato arancelario preferencial, debe ser llenado y firmado por el exportador, sin necesidad de autenticación alguna, ni de autorización o aval por parte de la autoridad pública o aduanera del país exportador. **(Ver anexo 4)**

Se requiere de la **factura original** y siete copias fotostáticas con firma autógrafa: Debe ser elaborada en U.S. dólares, sin IVA y sin ningún descuento adicional.

Se necesita la **Carta de instrucciones original** y dos copias: En ella se detalla quien es el exportador, quien es el consignatario, donde se pagara el flete, quien será su agente aduanal, si la mercancía esta asegurada, además de otras instrucciones pertinentes para realizar su exportación.<sup>24</sup>

La **Lista de empaque original (Packaging list)** y dos copias: En ella se detallará la cantidad de bultos, pallet's, cajas, etc. peso bruto, peso neto, volúmen en metros cúbicos.

La **Carta técnica original** y dos copias: Contendrá las especificaciones técnicas del producto: los materiales de que esta hecho, etc., Esto puede sustituirse con un folleto del producto o con indicación de la fracción arancelaria con la cual ha estado manejando sus exportaciones.

La **Guía aérea:** es la que proporciona la línea aérea , con todas las características del producto para su exportación, así como todo el precio CIF de la operación.

### **3.10. APOYOS DEL GOBIERNO FEDERAL MEXICANO**

Es importante saber en donde se pueden apoyar las empresas técnicamente para la realización de sus envases o embalajes de exportación y conseguir algunos financiamientos para este fin. Bancomext cuenta con el Programa de Asistencia Técnica (PAT) que es un programa dirigido y financiado por este; las siguientes características son:

#### **MISIÓN DEL PAT**

Apoyar los requerimientos de asistencia técnica de las empresas pequeñas y medianas exportadoras directas e indirectas, encauzando recursos técnicos y económicos que permitan mejorar sus procesos productivos a fin de incrementar la calidad y competitividad de los productos mexicanos en los mercados internacionales.

#### **OBJETIVOS DEL PAT**

- ⇒ Generar programas de asistencia técnica que permitan mejorar los procesos productivos de las empresas pequeñas y medianas y la calidad de sus productos.
- ⇒ Incrementar la participación de las pequeñas y medianas empresas en los mercados internacionales.
- ⇒ Compartir los gastos inherentes a la contratación de servicios de asistencia técnica entre Bancomext y el sector empresarial. La participación de Bancomext podrá ir del 50 y hasta el 80% del costo total de la asistencia técnica.

---

<sup>24</sup> Consultar a su agente aduanal para aclaraciones.

## CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD DEL PAT

Las empresas solicitantes deberán:

- ⇒ Ser pequeñas o medianas empresas, de acuerdo a la clasificación de Bancomext.
- ⇒ Ser exportador final, proveedor de un exportador final o potencialmente exportador (seis meses máximo).
- ⇒ Contar con tres años de experiencia en el ramo.
- ⇒ No encontrarse en estado de quiebra, disolución técnica o suspensión de pagos.
- ⇒ Pertener a uno de los sectores prioritarios para Bancomext.

## CAPÍTULO 4

## CAPÍTULO 4. COSTOS DEL ENVASE Y EMBALAJE

En este capítulo se describirán los materiales seleccionados a lo largo de esta investigación, necesarios para el envase y embalaje del producto, los cuales a su vez tienen un costo, en el cual se desglosarán para poder dar una cotización a precio CIF del producto.

### 4.1. SELECCIÓN DEL MATERIAL A UTILIZAR

Por todo lo anteriormente expuesto y por las investigaciones realizadas, se dan como conclusiones los siguientes materiales que se van a utilizar para el envase y embalaje en esta práctica.

Por su consistencia el envase se clasifica en:

- ⇒ Envase rígido
- ⇒ Envase semirígido
- ⇒ Envase flexible

Para efectos de esta investigación se define únicamente el envase flexible, ya que es el que se va a utilizar tanto en el envase como en el embalaje. **Envase flexible:** envases fabricados de bolsas y películas plásticas, papel, hojas de aluminio, laminaciones, etc. y que resultan deformadas prácticamente con su manipuleo. Este tipo de envase no resiste producto estibado.

**Las bolsas de polietileno de baja densidad (LDPE):** Es el material más económico que se encuentra en el mercado, es comúnmente utilizado para la fabricación de bolsas de plástico y en película como elemento de sello en estructuras flexibles y ofrecen una magnífica barrera contra la humedad. **Formas de utilización:** Bolsas y película

En película y bolsas se presenta con buena transparencia y alta resistencia a la elongación, buena barrera a humedad y muy pobre barrera a gases.

A continuación se darán todas las características que tenemos en cuanto al plástico de polietileno de baja densidad, el cual fue escogido por sus siguientes características:

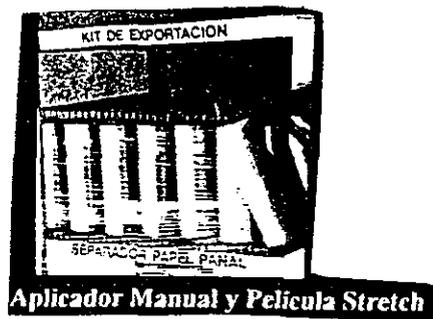
- 1) Menor costo
- 2) Resistente a la humedad
- 3) Alta flexibilidad
- 4) Apariencia traslúcida
- 5) Resistencia al rasgado (Alta dureza, dependiendo de su grosor)
- 6) Gravedad específica: 910-935
- 7) Temperatura de fundido: 30-60°C
- 8) Buena resistencia química
- 9) Mantiene: 0.015% de absorción de agua
- 10) Inflamable
- 11) Fácil de moldear

- 12) Semejante a cera
- 13) Baja temperatura de procesado
- 14) Procesabilidad mecánica
- 15) Tensión: 2,200-4,000
- 16) Gran elongación
- 17) Mejor resistencia UV<sup>25</sup>

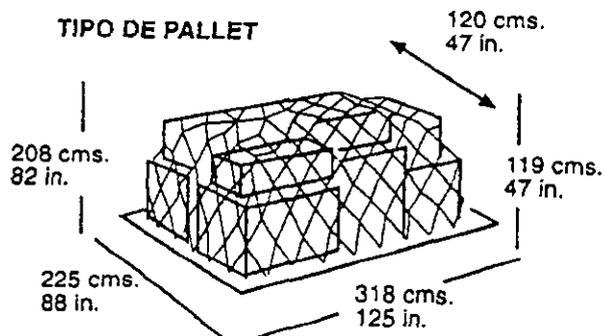
Como podemos observar con el polietileno de baja densidad (LDPE) se tienen muchas ventajas, pero la que más nos interesa es la transparencia, la elongación y la barrera a la humedad, ya que Costa Rica es un lugar muy húmedo y se requiere de esta última característica.

Otro componente es la cinta fleje o tira plana de tela que se utiliza para asegurar los productos en los envases durante la transportación y manejo. Este fleje se obtendrá de la merma de la tela de los babinetos. El costo estará incluido en el precio del babineto.

Cinta adhesiva para embalar la película que se le ponga alrededor de toda la mercancía, ésta corre a cargo del agente aduanal.



La tarima de cartón es: Una tarima con pies de cartón, aguantando 1,500 kg. en carga dinámica y 2,000 kg. en carga estática y con base de cartón, siendo ésta la más barata y ligera que existe en el mercado.



<sup>25</sup> Revista Empaque Performance, agosto 1997.

## 4.2. COSTOS DEL MATERIAL DE ENVASE Y EMBALAJE

Para la realización de este tema, se llamó por teléfono y se hicieron algunas visitas domiciliarias a las casas que venden estos tipos de materiales, con el fin de tener una información veraz, clara y oportuna para calcular posteriormente el precio de exportación.

El tipo de cambio será de \$ 9.00 considerando alguna posible devaluación. Todas las operaciones de esta investigación serán expresadas en dólares americanos (US).

La cantidad a exportar será de 24 babinetos. Cada uno pesa 2 kgs.

Costo unitario por babineto multiplicado por 24:  $20.55 \times 24 =$   
493.20 US costo de los babinetos sin utilidad

### Envase:

Bolsas:	$00.11 \times 24 =$	2.64	
Etiquetas	$00.05 \times 24 =$	<u>1.20</u>	
Total del envase:			3.84

### Embalaje:

Película		1.11	
Taríma Pesa 10 kg.		<u>7.77</u>	
Total del embalaje:			<u>8.88</u>
Total del babineto con el envase y el embalaje:			505.92
Utilidad del babineto:			<u>346.80</u>
Total del embalaje:			852.72

Babineto 852.72 US. sin precio CIF

### 4.3. COTIZACIÓN AL PRECIO CIF (COSTO, SEGURO Y FLETE)

Es el cálculo del precio de exportación, es la cotización a precio CIF, en donde la mayoría de las obligaciones las tiene el exportador o el vendedor, en donde V=Vendedor y C=Comprador, a continuación se detallan paso a paso y expresando todo en dólares americanos.

**CUADRO 5. COTIZACIÓN DEL PRECIO CIF**

a) Carga en las instalaciones del vendedor	V
b) Acarreo local	V
c) Contrato de acarreo o despacho	V
d) Documentación en el país de exportación	V
e) Desaduanamiento en el país de exportación	V
f) Costos de exportación	V
g) Maniobras de carga en la terminal del transportista	V
h) Equipo de transporte y accesorios	V
i) Seguro de transporte	V
j) Transporte principal (internacional) Avión	V
k) Maniobras de descarga en la terminal	V
l) Documentación en el país de tránsito/importación	C
m) Desaduanamiento en el país de importación	C
n) Costos de Importación	C
o) Transporte local/acarreo doméstico	C
p) Maniobra de descarga en las instalaciones del comprador	C

**Fuente:** Ortíz Rosas, Rafael, Logística exportadora, México, 1996, ITESM

En nuestra investigación en cuanto al cálculo del costo CIF, será hasta la letra k del cuadro anteriormente expuesto, en donde acaba la responsabilidad del vendedor o exportador hacia el comprador o importador.

A continuación se dan los pasos para el cálculo de la cotización a precio CIF, con las letras tomadas del cuadro anterior:

- 1) Es tanto la **a, b, c y h**, que es el sueldo de un día de un trabajador: 3.35
- 2) La letra **d** documentación en el país de exportación, la agencia aduanal cobra: 8.33
- 3) La letra **e** es el desaduanamiento en el país de exportación DTA 11.66
- 4) Costos de exportación que son los S.C y H de la letra **f** 33.33
- 5) Para éste punto están las letras **g, j y k**, que se refieren al transporte aéreo American Airlines, en donde los bambinetos viajarán para Costa Rica y consta de lo siguiente, tomando en consideración que éstos precios son susceptibles a cambio cada mes del año:

0 a 45 kgs.	45 a 100 kgs.	100 a 300 kgs.	300 a N kgs.
2.06 Us.	1.85 Us.	1.32 Us.	1.20 Us.

En donde 24 bambinetos x 2kgs = 48 kgs que pesan los bambinetos + 10 kgs. que pesa la taríma = 58 kgs

Por lo que entramos en el rango de 45 a 100 kgs. = 1.85 Us.

1.85 Us. x 58 kgs = 107.30 Us.

Seguro de transporte que es la letra **i**, consta del 1% sobre el punto **5** 1.073 Us.

Se obtiene la suma de todo lo anterior: 165.043 Us.

La suma del babineto y de la cantidad anterior 852.72 Us.

Total de los 24 bambinetos 1,017.63 Us.

Con estos cálculos se reduce a que cada babineto cuesta 42.40 US a precio de exportación, y cotizado a precio CIF. (Ver anexo 5).

# CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

Para saber si el mercado de Costa Rica era bueno para la introducción del babineto, lo único que se obtuvo fue de forma platicada, ya que no es un país que guarde estadísticas detalladas de algunos productos como en el caso de accesorios para bebés.

Se descarto la posibilidad de buscar estadísticas por medio de la fracción arancelaria del babineto, ya que este está considerado como mueble y por tal caso se falsearían los datos.

Costa Rica es un país sin ejército y muy pacífico, lo cual lo hace ideal para la exportación, ya que no tiene conflictos internos. La población es pequeña, pero está en constante crecimiento y siempre existe la posibilidad de algún nicho de mercado para introducir las exportaciones mexicanas.

El problema al que se enfrenta el babineto, es que está hecho de tela y con la humedad se le pueden desarrollar hongos, por lo que se determinó en utilizar polietileno de baja densidad como envase y embalaje, ya que tiene una muy buena barrera contra la humedad.

El envase y embalaje tienen como función principal proteger al producto contra el deterioro que puedan ocasionarle la transportación, el manejo, la temperatura y el tiempo de traslado; paralelamente, deben protegerlo de la contaminación y la descomposición.

La recomendación al etiquetado del embalaje es: Si la mercancía requiere de manejo o estiba especial, así como marcar los embalajes (no es obligatoria), pero para que la mercancía llegue en las condiciones favorables, es recomendable que se etiquete y se marque con lo establecido a las Normas Oficiales Mexicanas y las Normas Mexicanas, para cubrir lineamientos internacionales.

El hecho de que un producto cuente con las NOM, está cumpliendo con las normas de calidad, por lo que representa un incremento de nuestras ventas si el producto llega en buen estado al mercado meta, a continuación se dará un resumen de lo que es exactamente la NOM-050 y que no es obligatoria para los productos de exportación:

	NOM- 050
Objetivo	Información Comercial en los productos para consumo nacional
Obliga a:	- Productores - Comerciantes en general

## NOM- 050

Excepciones	- Los sujetos a otra NOM - Los productos a granel - Otros
Aspectos de aplicación	- Nombre y contenido del producto. - Nombre, domicilio del productor o importador en su caso. - Garantías

Nota: La NOM- 050 es solamente para los productos que están embalados.

Los símbolos gráficos que se mencionaron en el capítulo tres y que van a ser aplicados en el embalaje durante su manejo, transporte y almacenamiento están establecidos en la Norma Oficial Internacional la ISO 780-1985.

El envasado o empaquetado excesivo también es costoso, porque gasta dinero que no produce beneficio.

Un producto competitivo en precio y calidad en el país que lo produce puede limitar su potencial de venta en el mercado internacional por una logística errada o incompleta.

Se juzga a un envase no por patrones estéticos, sino por lo vendible o no.

A parte de que en Costa Rica aduanalmente se utiliza para las importaciones el precio CIF. También hay ventajas por lo siguiente: Esto ha eliminado el trabajo de supervisión y seguimiento de los movimientos a las contra partes extranjeras, pero también todo un campo de oportunidad para poder negociar los fletes por volúmenes más grandes, con las compañías de transporte y tener ganancias no sólo de la venta de los productos, sino de fletes más económicos.

El costo del envase y del embalaje es sumamente económico por el material que se utilizó, representando un 0.26% del costo de fábrica del producto.

Un envase efectivo es sencillo, comunica rápidamente lo que el producto es, hace frente a la competencia, refleja la imagen del producto.

Con la aplicación y uso del código de reciclaje indudablemente se facilita el reciclaje al poder separar las diferentes resinas plásticas.

El reciclaje ofrece muchas ventajas tales como: Protección al medio ambiente y de la salud del ser humano. Conservación de los recursos naturales, porque así reduce la necesidad de uso de materias primas y sobre todo el gasto de energía.

Promoción: Las instituciones públicas y privadas más importantes de México en el ámbito de promoción internacional de negocios (SRE, SECOFI, ANIERM, BANCOMEXT, CANACINTRA, CANACO, CEMAI, CONCAMIN, NAFIN Y SECTUR) ofrecen a los empresarios asesoría e información en temas relacionados con la industria y el comercio.

El certificado de origen sirve para obtener la preferencia de la exención del pago arancelario y a su vez existe el Tratado del Libre Comercio en el cual se obtiene la desgravación arancelaria del producto importado. Por lo que es de suma importancia que cuando se estudie la posibilidad de exportar a algún país se vea si éste tiene acuerdo o tratados firmados, para el mejoramiento del precio.

El PAT es un instrumento que vale la pena intentar desarrollar para que se financie esa parte del envase y embalaje, que la mayoría de las veces es necesario y costoso para la empresas.

La actividad relativa al envase y embalaje en una empresa suele estar estrechamente relacionada con las funciones y los siguientes departamentos:

- ⇒ Alta dirección de la empresa
- ⇒ Finanzas
- ⇒ Comercialización (incluidas las investigaciones del consumidor, las ventas, la publicidad y la promoción de ventas)
- ⇒ Producción
- ⇒ Investigación y desenvolvimiento
- ⇒ Diseño
- ⇒ Asesoría jurídica
- ⇒ Proveedores
- ⇒ Compras

Para la creación de un envase se debe tomar en cuenta los siguientes 3 factores:

- 1) La Marca. "Quién vende"
- 2) El producto. "Qué vende"
- 3) El consumidor. "A quién se vende"

Son elementos primordiales que rigen en el diseño del envase moderno o el desarrollo de un envase.

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

## **BIBLIOGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

ARROYO GARCIA, Norma Mónica. La intervención del contador público en las operaciones del comercio exterior, Tesis, IPN, México, 1995: Pp. 186

BANCOMEXT. Guía de exportación sectorial, muebles y sus partes, México, 1997: Pp. 135

CATEORA, Philip R. Marketing Internacional, Ed. Irwin, octava edición, España, 1995: Pp.863

CCI - UNCTAD-GATT. Promoción del embalaje de las exportaciones, Guía de medidas institucionales y asistencia técnica, Vol. 1, Ginebra, 1995: Pp. 120

CELORIO BLASCO, Carlos. Diseño del embalaje para exportación, Ed. Instituto Mexicano del Envase/Bancomext, México, 1993: Pp. 245

COTTO, Carlos. El mundo del envase y embalaje, revista Artefacto, 5 Perú, 1992: 50 p.

DEVISMAS, Philippe. Packaging. Manual de uso, Ed. Boixareu Alfaomega Marcombo, primera edición, España, 1995: Pp. 215

Diccionario Moderno, Italiano - Español, Ed. Virico hoepli, 2ª edición, Milán 1954

DOGLIOTTI, Miro. Vocabolario della lingua italiana, Ed. Zingarelli Nicola, decima edición, Bologna, 1996, pág. 195

EXPANSIÓN. Empaques ponderosa reciclar, luego ganar, vol. XXVI, No. 644, México, 1994: 52-56 p.

GARCIA VILLAGRAN, Edith Norma. Marco jurídico del comercio exterior en México, Tesis, IPN, México, 1995: Pp.151

GUIDE OF PLASTICS: MODERN PLASTICS, PROPERTY AND SPECIFICATION CHARTS, Mac graw-Hill, USA, 1985: 274 p.

JENKINS & HARRINGTON, Wilmer A. & Kenton R, Platics films, tecnhnology and packaging applications, USA, Technomic Publishing Co, Lancaster-Basel, , 1992: 258 p.

KUHNE, Gunther. Envases y embalajes de plásticos, Ed. Gustavo Gili, España, 1976

LEDESMA , Carlos A. Principios del Comercio Internacional, Ed. Macchi, cuarta edición, Buenos Aires-Bogota, 1993: Pp. 470

LEONARD, Edmund A. Packaging especifications, purchasing and quality control, de. Marcel Dekker, USA. 1987.

- MARCONI, Joe. Estrategias de marketing, Ed. Legis, Colombia, 1992: 131 p.
- MEINI, Giuseppe. Dizionario della lingua Italiana, Ed. Istituto Geografico Deagostini, 5ª edición, Italia, 1997, pág. 220
- MERCADO CARRILLO, Pedro Pablo. Envase y Embalaje, serie de documentos técnicos, Bancomext, México, 1996: Pp.45
- MEXICANA, S.A. La exportación y los mercados internacionales, tercera edición, Barcelona, 1983: Pp. 200
- OSORIO ARCILA, Cristobal. Diccionario de Comercio Internacional, Ed. Grupo Editorial Iberoamérica, primera edición, México, 1995: Pp. 235
- PERREAULT, William D. Comercialización, Ed. El ateneo, octava edición, Argentina, 1987. Pp: 120
- RAMIREZ CAMACHO, José Manuel. Reglamentación del comercio exterior mexicano, Tesis, IPN, México, 1995: Pp. 182
- ROMO PADILLA, Lorena. Detrás de un buen envase hay un buen diseñador, entrevista con el presidente del Instituto Mexicano del Envase el Prof. Carlos Celorio Blasco, Amee Boletín, No. 2, nov-dic 96: 15 p.
- ROSENBERG, J. M. Diccionario de Administración y Finanzas, Ed. Océano/Centrum, primera edición, España, 1997: 223 p.
- RUIZ GONZÁLEZ, José. La revolución mexicana de envase y embalaje, revista Empaque Performance, México, Dic-1995: Pp. 62
- SANDOVAL, Carlos. Ecología los desechos del desarrollo, Expansión, vol. XXVI, No. 645, México, 1994: 29-49 p.
- SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, Norma Oficial Mexicana NOM-050-SCFI-1994: Información comercial-declaración de cantidad en la etiqueta, 1994.
- STATON, William. Marketing, Ed. McGraw-Hill, USA, 1997: Pp. 733
- VIDALES GIOVANNETI, Ma. Dolores. El mundo del envase, Ed. Universidad Autónoma Metropolitana, primera edición, México, 1995: Pp. 199
- VIDALES GIOVANNETI, Ma. Dolores. Manual de normalización y legales para envase y embalaje, Ed. Universidad Autónoma Metropolitana, primera edición, México, 1996: Pp. 30

## DIRECCIONES EN INTERNET

<http://www.cpb.uokhsc.edu/SoP/C-F/COST.html>

<http://www.chem.cinvestav.mx/rlq/costarica>

<http://www.costaricaonline.com/glance.htm>

<http://www.costaricaonline.com/business.htm>

<http://www.costaricaonline.com/economy.htm>

<http://www.logigrama.com/costanet/finca5e.htm>

[http://www.infoseek.com/history\\_of\\_Costa\\_Rica?sv=N3](http://www.infoseek.com/history_of_Costa_Rica?sv=N3)

<http://nacion.co.cr/netinc/costarica/emb.de.cr.html>

<http://nacion.co.cr/netinc/costarica/costarica.html>

**ANEXO 1**



# COSTA RICA

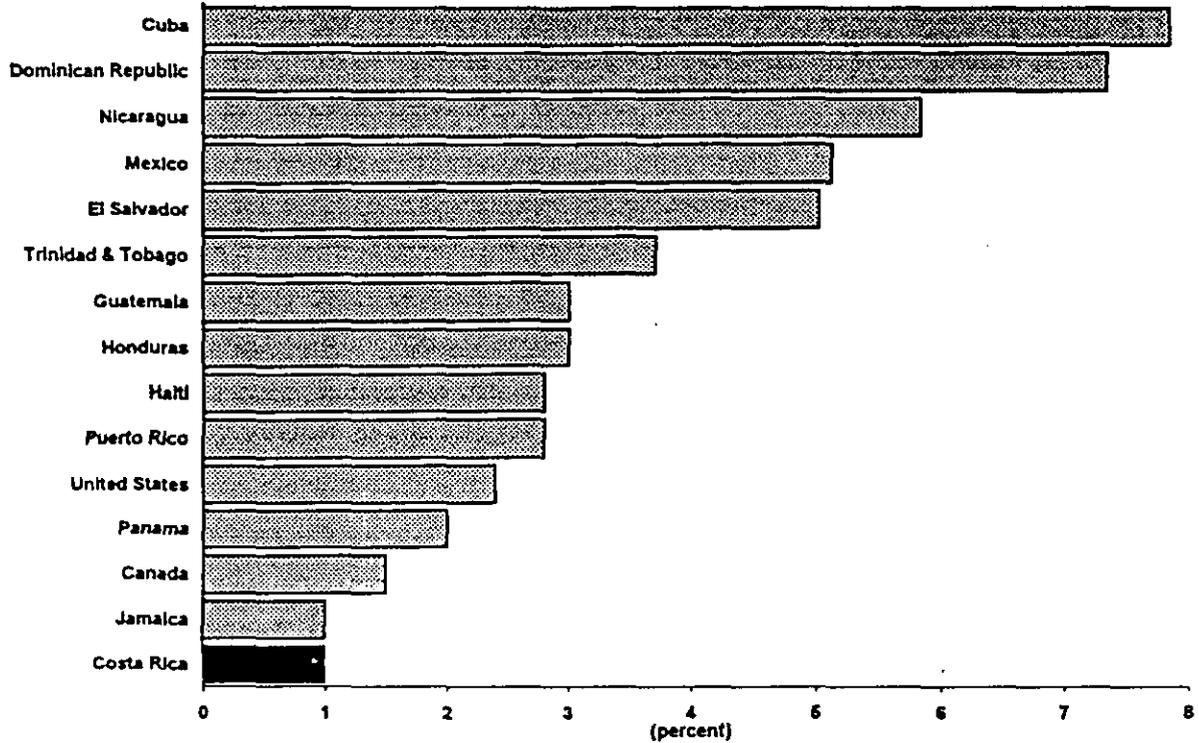
85° O

84° O

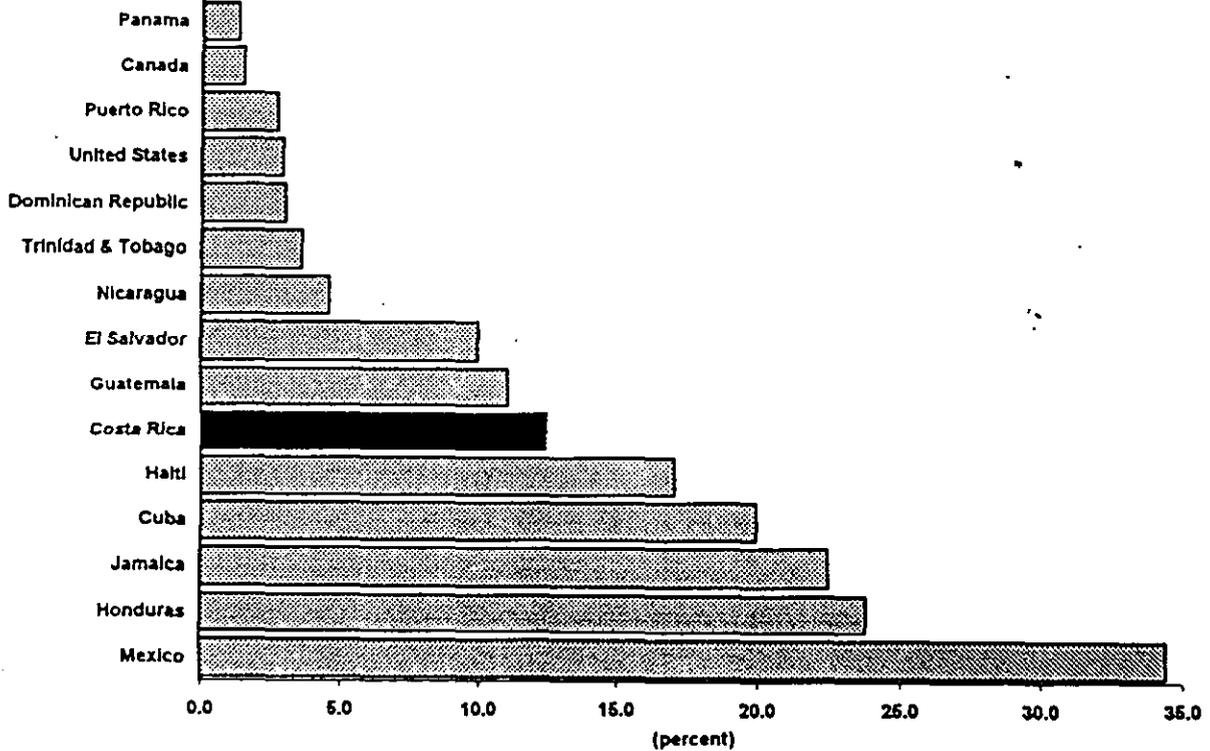
83° O

## **ANEXO 1.1**

Regional Real GDP Growth (1996): North and Central America



Regional Inflation Rates (1996): North and Central America



## **ANEXO 2**



Ejemplos de tamaños permitidos para el emblema "Hecho en México"

**ANEXO 3**



Emblema "Hecho en México"; Figura 2



Tipografía permitida para la leyenda "Hecho en México"

**ANEXO 4**

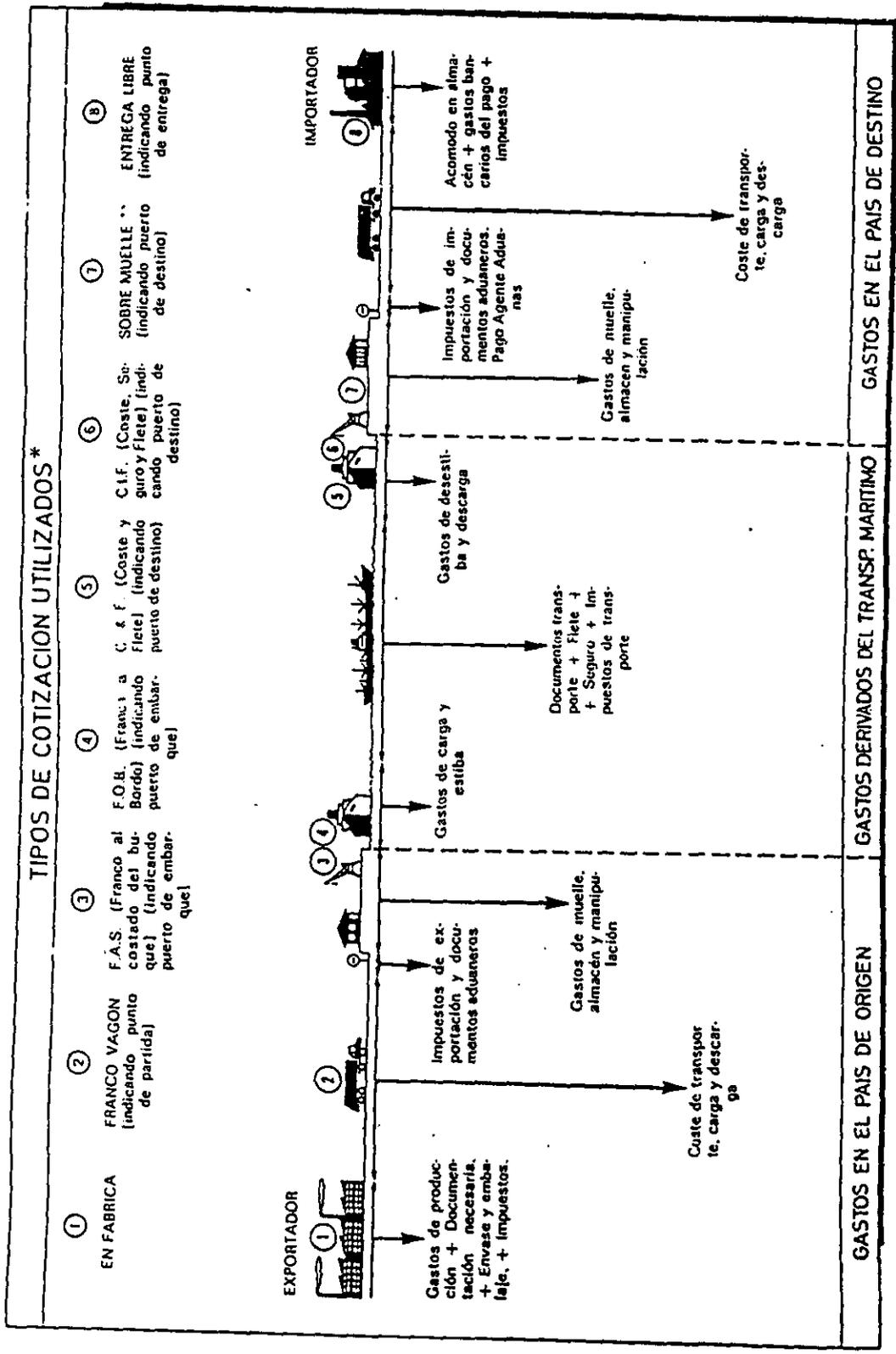
**TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
Y LA REPUBLICA DE COSTA RICA  
CERTIFICADO DE ORIGEN**  
(Instrucciones al Reverso)

Llevar a máquinas o con letra de molde. Este documento no será válido si presenta alguna raspadura, tachadura o canceladura

1. Nombre y domicilio del Exportador:		2. Período que cubre: Día Mes Año                      Día Mes Año De: / /                              A: / /		
Número de Registro Fiscal:		Número de Registro Fiscal:		
3. Nombre y Domicilio del Productor:		4. Nombre y Domicilio del Importador:		
Número de Registro Fiscal:		Número de Registro Fiscal:		
5. Descripción del (los) bien(es):	6. Clasificación Arancelaria	7. Criterio para trato preferencial	8. Método Utilizado (VCR)	9. Otras Instancias
10. Declaro bajo protesta de decir verdad, bajo juramento que: -La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha o relacionada con el presente documento. -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. -Los bienes son originarios y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio entre Los Estados Unidos Mexicanos y la República de Costa Rica, 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 5-17. Este certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.				
Firma Autorizada:		Empresa:		
Nombre:		Cargo:		
Fecha:                      Día Mes Año / /		Teléfono:		fax:

ANEXO 5

GASTOS QUE SE PRODUCEN Y TIPOS DE COTIZACION UTILIZADOS EN LAS COMRAVENTAS INTERNACIONALES



(\*) La colocación de las siglas o expresiones correspondientes a cada tipo de cotización, antes o después del precio cotizado, significa que éste incluye el coste de fabricación de la mercancía más el monto de los gastos adicionales correspondientes para situarla en las posiciones marcadas sobre el gráfico, con los números correspondientes a cada tipo de cotización. Estos tipos de Cotización responden a las definiciones de los INCOTERMS 1953. Vid. explicación en 8.4.

(\*\*) La cotización "SOBRE MUELLE" admite dos alternativas: en una los derechos y gastos son por cuenta del comprador y, en otra, los derechos y gastos son a cuenta del vendedor (incluido los derechos de Aduanas).