

Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración

Maestría en Administración Área terminal Negocios Internacionales

Análisis de plan de negocios para la exportación de mezcal a Costa Rica

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de
Maestro en Administración con Área terminal en Negocios Internacionales

Presenta:

Eduardo Islas Pieck

Dirigido por:

JUAN CARLOS GARFIAS SÁNCHEZ

Centro Universitario, Querétaro, Qro.

Junio de 2025

México

La presente obra está bajo la licencia:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



CC BY-NC-ND 4.0 DEED

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

La licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

Bajo los siguientes términos:



Atribución — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.



NoComercial — Usted no puede hacer uso del material con [propósitos comerciales](#).



SinDerivadas — Si [remezcla, transforma o crea a partir](#) del material, no podrá distribuir el material modificado.

No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales ni [medidas tecnológicas](#) que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

Avisos:

No tiene que cumplir con la licencia para elementos del material en el dominio público o cuando su uso esté permitido por una [excepción o limitación](#) aplicable.

No se dan garantías. La licencia podría no darle todos los permisos que necesita para el uso que tenga previsto. Por ejemplo, otros derechos como [publicidad, privacidad, o derechos morales](#) pueden limitar la forma en que utilice el material.



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración
Maestría en Administración

Análisis de plan de negocios para la exportación de mezcal a Costa Rica

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de
Maestro en Administración con Área terminal en Neg. Internacionales

Presenta:

Eduardo Islas Pieck

Dirigido por:

Mtro. Juan Carlos Garfias Sánchez

Mtro. Juan Carlos Garfias Sánchez

Presidente

Mtra. Ana Elena Barroso Velázquez

Secretario

Mtro. Raúl Arturo Alvarado López

Vocal

Mtra. Mónica López Arellano

Suplente

Mtro. Alfonso G. Nieto Irigoyen

Suplente

Centro Universitario, Querétaro, Qro.

Fecha de Aprobación por el consejo (Mes/Año).

México

RESUMEN

El presente trabajo, titulado Análisis de plan de negocios para la exportación de mezcal a Costa Rica, se centra en determinar la factibilidad de ingresar con éxito al mercado costarricense. Para ello, se empleó una metodología de corte cualitativo, basada en fuentes secundarias informes gubernamentales, estudios académicos y datos de la industria de bebidas alcohólicas, respaldada por la experiencia directa adquirida al observar cómo se valoran los licores artesanales en diversos países. Los hallazgos reflejan que Costa Rica mantiene un creciente interés en productos premium y sostenibles, lo cual supone una oportunidad para el mezcal. Sin embargo, también se identifican desafíos regulatorios y logísticos, como los requisitos de importación y etiquetado, además de barreras arancelarias y competencia con otros destilados de alta gama. Estos factores demandan un enfoque estratégico que contemple tanto la diferenciación del producto como la construcción de alianzas con distribuidores locales. A partir de dicho análisis, se proponen diversas líneas de acción para desarrollar un plan de negocios coherente: la definición de un público objetivo claro, la comunicación de la procedencia artesanal y cultural del mezcal, y el establecimiento de acuerdos sólidos con actores clave en la cadena de distribución costarricense. Bajo esta perspectiva, se estima que el mezcal mexicano podría posicionarse con éxito en Costa Rica, satisfaciendo la demanda de consumidores que buscan autenticidad, calidad y una historia de origen que enriquezca su experiencia de compra.

(Palabras clave: Comercio exterior, destilados, exportación, mezcal, regulación)

ABSTRACT

This project, titled *Business Plan Analysis for the Export of Mezcal to Costa Rica*, aims to determine the feasibility of successfully entering the Costa Rican market. A qualitative methodology was employed, relying on secondary sources government reports, academic studies, and data from the alcoholic beverage industry complemented by direct observations of how artisanal liquors are valued in different countries. The findings indicate that Costa Rica shows a growing interest in premium and sustainable products, which presents an opportunity for mezcal. Nevertheless, regulatory and logistical challenges were also identified, such as import and labeling requirements, tariff barriers, and strong competition from other high-end spirits. These factors call for a strategic approach that includes effective product differentiation and alliances with local distributors. Based on this analysis, several lines of action are recommended to develop a coherent business plan: defining a clear target consumer segment, highlighting the artisanal and cultural heritage of mezcal, and establishing solid agreements with key players in Costa Rica's distribution chain. From this perspective, Mexican mezcal is poised to achieve a favorable position in Costa Rica, responding to the preferences of consumers who seek authenticity, quality, and a compelling product story that enriches their overall purchasing experience.

(Key words: Foreign trade, spirits, export, mezcal, regulation)

DEDICATORIAS

A mi abuelo que me pidió titularme, A Lucy mi esposa, por su buena vibra y su “Pura Vida”. A mis padres, quienes con su ejemplo y amor incondicional me han enseñado el valor del esfuerzo y la responsabilidad.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad Autónoma de Querétaro por darme la oportunidad de desarrollar esta tesis, así como a mis docentes y director de tesis, cuyo acompañamiento y retroalimentación han sido fundamentales para la culminación de este trabajo. También extendo mi gratitud a la Facultad de Contaduría y Administración por su iniciativa "¡Titúlate Ya! 2025", que ha facilitado el proceso de titulación. Finalmente agradezco a toda mi familia y amigos de Costa Rica que me inspiraron a la realización de esta tesis

ÍNDICE

RESUMEN	i
ABSTRACT.....	ii
DEDICATORIAS	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del Problema	3
1.2. Justificación de la Investigación	4
1.3 Pregunta de investigación.....	6
1.4 Objetivo.....	6
1.5 Hipótesis:	6
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Agave, Proceso y Fundamentos	7
2.1.1 Historia y origen cultural del mezcal.....	7
2.1.2 Diferencias entre mezcal y tequila.....	8
2.1.3 Características botánicas del agave mezcalero	8
2.1.4 Proceso tradicional de producción del mezcal	9
2.1.5 Normativa vigente y Denominación de Origen.....	9
2.1.6 Importancia económica y cultural del mezcal	10
2.1.7 Tendencias actuales de consumo a nivel internacional.....	10
2.2 Exportación: Perspectiva teórica y normativa	11
2.2.1 Definición económica de exportación e importancia estratégica	11
2.2.2 Teorías aplicadas a la exportación: ventaja comparativa y diferenciación	11
2.2.3 Marco normativo costarricense para bebidas alcohólicas	12
2.2.4 Tratado de Libre Comercio (TLC) México–Costa Rica	12
2.2.5 Requisitos de etiquetado, registro sanitario, impuestos e inspecciones	13

2.2.6 Consideraciones logísticas y canales de distribución.....	13
2.2.7 Objetivo Factores culturales y barreras no arancelarias	13
2.2.8 Oportunidades para productos diferenciados como el mezcal.....	14
2.3 Plan de Negocios: Concepto y Aplicabilidad en la Exportación de Mezcal.....	14
2.3.1 Definición formal del plan de negocios	14
2.3.2 Aplicación práctica en la exportación de productos agroindustriales.....	15
2.3.3 Componentes clave: análisis de mercado, diferenciación, marketing y gestión regulatoria	15
2.3.4 Herramientas estratégicas: Análisis FODA y Modelo Canvas	16
2.3.5 Importancia del plan para atraer socios, gestionar riesgos y evaluar rentabilidad.....	16
2.4 Modelo de Exportación y Aceptación del Mezcal en Costa Rica	17
2.4.1 Modelo de Exportación de Mezcal	17
2.4.2 Aceptación del Mezcal en Costa Rica.....	19
3. METODOLOGÍA	22
3.1 Metodología de la investigación	22
3.2 Diseño de la investigación.....	22
3.3 Instrumentos a trabajar	23
3.4 Población.....	26
3.5 Muestra: Subconjunto de la población	26
4. RESULTADOS.....	27
4.1. Panorama General de la Exportación de Mezcal a Costa Rica.....	28
4.2. Barreras Regulatorias Específicas Identificadas.....	30
4.3. Costos y Aranceles: Implicaciones para la Rentabilidad	31
4.3.1 Estructura de Costos de Exportación.....	31
4.3.2 Comparativa con Mercados Vecinos	32
4.4 Tendencias de Consumo de Destilados en Costa Rica.....	33
4.4.1 Auge de Productos Premium y Artesanales.....	33
4.4.2 Importancia de la Sostenibilidad y Narrativa Cultural	33
4.4.3 Comparación en el Segmento de Agave	33
4.5 Comparación de Exportaciones de Tequila y Mezcal (Global y Costa R	34
4.5.1 Exportaciones Globales.....	34
4.5.2 Presencia en Costa Rica	34

4.6. Principales Exportadores de Destilados a Costa Rica	35
4.7. Comparación con Otros Mercados Centroamericanos.....	36
4.8 Discusión de Resultados: Oportunidades y Desafíos para el Mezcal.....	37
4.10 Conclusión de los Resultados y Enlace con la Hipótesis	40
CONCLUSIONES	42
REFERENCIAS.....	45
ANEXOS	47
ANEXO A: Siglas y Abreviaturas	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Plan de exportación de Mezcal a Costa Rica.....	41
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla1. Alfa de Cronbach por variable	25
Tabla 2. Variable de estudio de mezcal	25
Tabla 3. Variable de estudio de proceso de exportación	26
Tabla 4. Variable de estudio de estrategia de mercado	26
Tabla 5. Puestos empresa exportadora	27
Tabla 6. Bebidas alcohólicas de exportación	29
Tabla 7. Estructura del costo Internacional	31
Tabla 8. Exportación comparada con tequila y mezcal a Costa Rica.....	35
Tabla 9. Comparativa del PIB per cápita.....	36
Tabla 10. Evolución de la Importación de Destilados de Agave Costa Rica.....	38
Tabla 11. Proyección de crecimiento del segmento premium de bebidas alcohólicas en Costa Rica	39

1. INTRODUCCIÓN

La globalización de los mercados ha llevado a la internacionalización de las bebidas espirituosas tradicionales, entre ellos, el mezcal. Este destilado de agave producido en pequeñas cantidades, cuyo patrimonio cultural es profundo, era una bebida consumida localmente durante gran parte de la última década, pero se ha vuelto cada vez más omnipresente a nivel internacional.

De acuerdo con datos oficiales, la producción certificada de mezcal, situada en 7.15 millones de litros en 2019, alcanzó los 6.4 millones de litros exportados durante 2022., con 331 marcas comerciales y una distribución a 68 países (COMERCAM, 2020; Departamento de Agricultura, 2023). Además, está posicionada como el tercer producto agroindustrial más rentable de México, en términos de ingresos por exportación, después de la cerveza y el tequila (SIAP, 2022).

A este respecto, Costa Rica se destaca como un mercado emergente a observar. Durante el primer semestre de 2020, las exportaciones de mezcal dirigidas a ese país registraron un incremento de 134% en comparación con el mismo lapso del año previo. (Departamento de Economía, 2020).

El acuerdo comercial existente también permite el intercambio entre las dos naciones y reduce los aranceles, pero persisten problemas relacionados con el desconocimiento de los consumidores costarricenses sobre el mezcal y la falta de suministro local. Por lo tanto, esta investigación propone un análisis de la viabilidad y estrategias para las exportaciones de mezcal a Costa Rica, teniendo en cuenta factores regulatorios, logísticos y culturales.

La entrada sostenida al mercado requiere estrategias de promoción que aprovechen los atributos únicos del mezcal y cumplan con los estándares de salud y etiquetado (2020-2024).

La hipótesis inicial nos dicta que, si existe un plan correcto para las exportaciones, es posible establecer el mezcal en el mercado costarricense de manera adecuada, beneficiando a los pequeños productores mexicanos y a los consumidores finales costarricenses.

Finalmente, se destaca la importancia de este caso para el crecimiento internacional de las PYMES agroindustriales mexicanas, así como la diversificación de la gama de bebidas premium en Costa Rica.

Finalmente, un especial agradecimiento al Programa “Titúlate Ya 2025” por el asesoramiento y la guía proporcionados para la realización de esta investigación, así como por los recursos y el apoyo durante este proceso.

1.1 Planteamiento del Problema

A lo largo de los años, el mezcal ha pasado de ser un producto local para convertirse en una auténtica insignia de la cultura mexicana. En tiempos recientes, su creciente aceptación en mercados internacionales ha motivado a numerosos productores y exportadores a buscar nuevas oportunidades de negocio, impulsados por el interés global en bebidas artesanales con fuerte identidad y tradición. Costa Rica es uno de los destinos que más ha llamado la atención, país que se ha posicionado como un escenario prometedor para productos premium, sobre todo en los ámbitos gastronómico y turístico. Pero incluso con la curiosidad que despiertan los destilados artesanales en este mercado, aún es evidente la escasez de mezcal en territorio costarricense.

A partir de varios viajes a Costa Rica, se observó el dinamismo económico que caracteriza al país y del interés creciente por artículos con un fuerte sello cultural. Sin embargo, la carencia de estudios detallados sobre la percepción que tienen los consumidores costarricenses acerca del mezcal, sumada a los posibles obstáculos regulatorios y comerciales, dificulta de forma significativa la expansión de esta bebida en la región. Dada esta situación, la investigación pretende evaluar la factibilidad de exportar mezcal a Costa Rica a partir de un análisis documental, recurriendo a información existente en lugar de realizar entrevistas o estudios de mercado directos.

Con este propósito, se examinaron reportes sobre comercio internacional, la evolución de las tendencias de consumo en la última década y las regulaciones pertinentes que influyen en la importación de esta bebida. Con este trabajo, se aspira a ofrecer datos precisos y útiles que ayuden a los productores de mezcal a orientar sus estrategias de manera informada y aprovechar con mayor eficacia las oportunidades que presenta el mercado costarricense.

1.2. Justificación de la Investigación

La demanda internacional de destilados premium ha convertido al mezcal en un producto deseado, generando excelentes perspectivas para su exportación. En este sentido, Costa Rica es un mercado emergente con condiciones favorables para su comercialización, debido a la llegada de turistas, la estabilidad económica y el interés en bebidas con denominación de origen artesanal. Sin embargo, a pesar de que el mezcal está ganando popularidad en otros países, aún es poco conocido en Costa Rica y no se ha estudiado en profundidad

Esta investigación es una oportunidad convincente porque proporcionará una visibilidad directa sobre la posibilidad de introducir o exportar mezcal a Costa Rica y generará información de alto valor para los productores, exportadores y tomadores de decisiones del sector de licores. El objetivo es utilizar un análisis documental, examinar las oportunidades y desafíos que enfrenta el mezcal en este mercado, así como las variables que pueden determinar su recepción y posicionamiento

La investigación tiene tres aspectos clave. En primer lugar, desde una óptica económica, se busca analizar cómo la exportación de mezcal podría influir en la industria mexicana de licores y al mismo tiempo impulsar la diversificación del mercado. En segundo lugar, una visión comercial donde se analizarán las estrategias de posicionamiento y segmentación a través de las cuales puede ingresar en Costa Rica. En último término, desde la perspectiva regulatoria, se analizarán los lineamientos de importación, etiquetado y la certificación requerida para la comercialización de esta bebida en el país.

Para sostener este análisis, se considera una investigación de la internacionalización de las bebidas alcohólicas, es decir, una revisión de literatura realizada en la última década, así como una evaluación de las tendencias de consumo y de las regulaciones implicadas con el consumo. Así, la presente tesis

busca llenar el vacío en cuanto a información sobre la exportación de mezcal, contribuyendo no solo a la competitividad de los productores mexicanos, sino también siendo un trampolín para futuros trabajos en comercio internacional.

Por último, esta investigación se sitúa en los objetivos de la iniciativa “¡Titúlate Ya! 2025”, fortaleciendo tanto la parte académica como la práctica en el ámbito de la administración y los negocios internacionales, a la vez que impulsa estrategias innovadoras para difundir productos mexicanos en el extranjero.

1.3 Pregunta de investigación

¿De qué manera puede un plan de negocios integral abordar las condiciones comerciales, regulatorias y logísticas necesarias para exportar mezcal a Costa Rica con éxito?

1.4 Objetivo

Desarrollar un plan de negocios que valore la viabilidad de exportar mezcal a Costa Rica, considerando factores económicos, regulatorios y comerciales, con el propósito de brindar recomendaciones estratégicas a los productores mexicanos que busquen incursionar en ese mercado.

1.5 Hipótesis:

Si se diseña un plan de negocios integral que incorpore el análisis detallado del mercado costarricense, las regulaciones aplicables y las tendencias de consumo, entonces será posible determinar la viabilidad de exportar mezcal a Costa Rica y definir estrategias óptimas para su comercialización en ese entorno.

2. MARCO TEÓRICO

En tiempos recientes, el sector de las bebidas alcohólicas ha atravesado cambios de gran relevancia., propiciadas por la creciente demanda de productos premium y artesanales con un marcado componente cultural (Expo ANTAD, 2023). El mezcal, un destilado con orígenes milenarios en México, ha sido uno de los protagonistas de este dinamismo, al tiempo que consolida su presencia en mercados emergentes como Costa Rica, donde convergen el turismo y un aumento en la preferencia por bebidas con historias de origen bien definidas (Procomer, 2024). En el presente capítulo, se exponen los fundamentos teóricos y normativos que rigen la exportación de mezcal, enfatizando la importancia de contar con un plan de negocios que responda a las exigencias del mercado costarricense.

2.1 Agave, Proceso y Fundamentos

2.1.1 Historia y origen cultural del mezcal

El mezcal es una bebida espirituosa mexicana con raíces milenarias. Está elaborado a partir de distintas especies de agave o maguey y se ha vinculado con las culturas mesoamericanas desde periodos prehispánicos (Gobierno del Estado de Oaxaca, s.f.). Estudios señalan que hacia el año 400 a.C. ya se aprovechaba el agave para producir bebidas fermentadas, y hallazgos recientes apuntan a la posible existencia de procesos rudimentarios de destilación precolombinos (Gobierno de México, 2023a). Durante la Colonia y la época republicana, el mezcal se arraigó en comunidades rurales, consolidándose como una bebida asociada a la identidad local. En la actualidad, se reconoce su relevancia histórica y cultural, y se le dedica un día nacional (20 de octubre) para incentivar su producción y consumo responsable (Gobierno de México, 2023a).

2.1.2 Diferencias entre mezcal y tequila

Aunque el mezcal y el tequila provienen del agave, se diferenciaban en la especie utilizada, el proceso de elaboración y las características organolépticas (Culinaria Mexicana, s.f.). El tequila se producía exclusivamente con Agave tequilana Weber variedad azul, principalmente en la región de Jalisco, mientras que el mezcal podía elaborarse con diversas especies de agave, como el espadín (Agave angustifolia) y variedades silvestres como el tobalá o el tepextate (Gobierno del Estado de Oaxaca, s.f.).

En cuanto al proceso de elaboración, el mezcal conservaba un método artesanal que incluía la cocción de las piñas en hornos subterráneos, lo que le confería su distintivo sabor ahumado (Mezcal Devoción, s.f.). Por otro lado, el tequila se elaboraba utilizando hornos de mampostería o autoclaves, y en el caso de la versión “mixto”, se permitía la incorporación de azúcares externos (Mezcal Devoción, s.f.). Además, el mezcal solía tener una graduación alcohólica más alta (entre 45 y 50% Alc. Vol.) en comparación con el tequila industrial, que rondaba entre 38 y 40% (Culinaria Mexicana, s.f.).

Desde el punto de vista normativo, la NOM-070-SCFI establecía que el mezcal debía ser 100% de agave, lo cual lo diferenciaba de otros destilados menos estrictos en su composición (Mezcal Devoción, s.f.). Estas diferencias marcaban las particularidades de cada bebida, destacando su diversidad en sabor, proceso y origen.

2.1.3 Características botánicas del agave mezcalero

Los agaves son plantas monocotiledóneas oriundas de México, capaces de adaptarse a climas áridos. Sus pencas carnosas almacenan inulina y azúcares que, tras la cocción y fermentación, aportan los matices propios del mezcal (Gobierno del Estado de Oaxaca, s.f.). Cada planta requiere un periodo de maduración que va de 6 hasta más de 15 años, dependiendo de la especie y las condiciones

ambientales. Se estima que México alberga alrededor del 75% de las especies de agave registradas a escala global, lo cual explica la amplia diversidad de perfiles que puede presentar el mezcal (Gobierno del Estado de Oaxaca, s.f.). El *Agave angustifolia*, conocido como maguey espadín, predomina por su mayor rendimiento y un ciclo de maduración de ~7 años, aunque otras variedades silvestres confieren sabores más exóticos y complejos.

2.1.4 Proceso tradicional de producción del mezcal

El método clásico de elaborar mezcal engloba cuatro etapas: cocción, molienda, fermentación y destilación (Mezcal Devoción, s.f.). Primero se cosechan las piñas maduras y se cuecen de manera prolongada en hornos subterráneos con leña, lo que otorga el reconocido sabor ahumado al mezcal. Posteriormente, las piñas cocidas se muelen (a menudo con tahona) para liberar los jugos azucarados, que se fermentan de forma espontánea en tinas abiertas (Gobierno del Estado de Oaxaca, s.f.). La fermentación puede durar varios días, dependiendo de la temperatura y las levaduras naturales. Finalmente, se realizan dos destilaciones en alambiques sencillos de cobre o barro, separando cabezas y colas para obtener el corazón que contiene el mezcal propiamente dicho (Culinaria Mexicana, s.f.). Existen variaciones locales que permiten clasificar al mezcal como ancestral, artesanal o industrial, de acuerdo con la NOM-070-SCFI (Gobierno del Estado de Oaxaca, s.f.).

2.1.5 Normativa vigente y Denominación de Origen

El mezcal está protegido por la Denominación de Origen (DO) “Mezcal” desde 1994 (Gobierno del Estado de Oaxaca, s.f.). Bajo este esquema, se reconocen áreas específicas de producción en entidades como Oaxaca, Guerrero, Durango, San Luis Potosí, Zacatecas, Guanajuato, Tamaulipas, Michoacán y Puebla, entre otros estados (Gobierno de México, 2023b). Solo las bebidas producidas en estas

regiones y que cumplan con la NOM-070-SCFI pueden denominarse legalmente “mezcal”. El Consejo Mexicano Regulador del Mezcal (COMERCAM) y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) validan la autenticidad de la bebida (Comercam, 2024). Estas medidas normativas refuerzan la reputación del mezcal como un destilado de origen controlado, similar a los sistemas de denominación vigentes en otros países (ejemplo: Champagne en Francia).

2.1.6 Importancia económica y cultural del mezcal

Aunque durante mucho tiempo estuvo relegado al consumo local, el mezcal ha ganado proyección económica y cultural. En el plano socioeconómico, su expansión ha dinamizado la producción rural, impulsando cooperativas e inversiones extranjeras (Ramírez, 2017). Las cifras muestran un incremento notable en la exportación de mezcal: de 740 mil litros en 2003 a más de 7 millones de litros en 2018 (INEGI, 2019). A la par, el mezcal mantiene un fuerte lazo con la identidad regional, reforzando tradiciones y generando eventos turísticos, como festivales y rutas especializadas (Comercam, 2024). Esta dualidad, entre un producto artesanal y su creciente aceptación mundial, contribuye a su consolidación como un destilado “premium” y culturalmente único.

2.1.7 Tendencias actuales de consumo a nivel internacional

Los consumidores internacionales muestran un interés creciente por los licores premium con narrativas de origen bien definidas (Procomer, 2024). El mezcal se ajusta a esta demanda, ofreciendo una propuesta basada en la tradición y la diversidad botánica. Asimismo, el auge de la mixología ha propiciado su incorporación en coctelería innovadora (Expo ANTAD, 2023). Pese a los retos, como la competencia de otras bebidas y la necesidad de preservar las especies de agave, el posicionamiento del mezcal continúa afianzándose en Estados Unidos y mercados selectos de Europa y Asia (INEGI, 2019). Varios productores enfatizan la

sustentabilidad, la reforestación y el comercio justo, lo que lo hace atractivo para consumidores preocupados por el impacto social y ambiental (Procomer, 2024).

2.2 Exportación: Perspectiva teórica y normativa

2.2.1 Definición económica de exportación e importancia estratégica

La exportación se define como la venta de bienes o servicios a un país distinto del de origen, generando ingresos en forma de divisas (Krugman & Obstfeld, 2019). Desde el punto de vista clásico, la teoría de la ventaja comparativa señala que un país tenderá a exportar aquellos productos que produce de manera relativamente más eficiente (Krugman & Obstfeld, 2019). En el caso de México, la riqueza en especies de agave y la tradición artesanal confieren una ventaja en destilados como el tequila y el mezcal. Con la internacionalización de los mercados, exportar se convierte en una palanca para el crecimiento empresarial y la diversificación económica (Porter, 1985). La inserción internacional favorece además la innovación y la competitividad, impulsando a las empresas a mejorar sus procesos y consolidar su diferenciación (Krugman & Obstfeld, 2019).

2.2.2 Teorías aplicadas a la exportación: ventaja comparativa y diferenciación

La teoría de la ventaja comparativa (Ricardo, 1817) justifica por qué los países se especializan en la producción de ciertos bienes e intercambian los que no dominan. En paralelo, las teorías modernas de diferenciación (Porter, 1985) introducen la relevancia de los atributos únicos para competir en mercados externos. En el mezcal confluyen ambos enfoques: por un lado, México posee las condiciones naturales y la experticia histórica para elaborarlo; por otro, el producto exhibe rasgos inimitables (proceso artesanal, diversidad botánica, valor cultural),

que pueden sostener una estrategia de diferenciación en mercados como Costa Rica.

2.2.3 Marco normativo costarricense para bebidas alcohólicas

Costa Rica impone requisitos específicos a la importación de licores, incluyendo la obtención de un registro sanitario ante el Ministerio de Salud, el etiquetado en idioma español y el cumplimiento de normas de calidad (CRIE, 2023). Además, se restringen los alegatos publicitarios relacionados con propiedades supuestamente terapéuticas y se controla la publicidad en medios masivos (El Financiero, 2023). Para la legalización en aduanas, el importador debe contar con un permiso sanitario y presentar la documentación que acredite la conformidad del producto, incluyendo el certificado de libre venta en su país de origen (Procomer, 2024). Estas regulaciones pretenden tanto salvaguardar la salud del consumidor como asegurar el pago de impuestos y evitar competencia desleal.

2.2.4 Tratado de Libre Comercio (TLC) México–Costa Rica

El marco comercial entre ambos países se rige por un acuerdo que, en esencia, reduce o elimina aranceles de importación para los productos que cumplan las reglas de origen (Secretaría de Economía, 2023). En el caso del mezcal, el tratado permite ingresar sin pagar arancel, lo cual mejora la competitividad frente a otros destilados no amparados por acuerdos similares (Procomer, 2024). Sin embargo, el exportador enfrenta los impuestos internos costarricenses como el Impuesto Selectivo de Consumo (ISC) y el IVA, que encarecen el precio final (Apetito, 2023). El transporte y la documentación deben planificarse cuidadosamente para aprovechar las ventajas arancelarias y cumplir con las exigencias normativas (INEGI, 2019).

2.2.5 Requisitos de etiquetado, registro sanitario, impuestos e inspecciones

El etiquetado de las botellas de mezcal en Costa Rica debe presentarse en español e incluir información como la denominación del producto, el grado alcohólico y el número de registro sanitario (CRIE, 2023). El importador local tramita el registro sanitario, presentando un certificado de libre venta emitido en México y la documentación exigida (Procomer, 2024). Pese a la exención arancelaria por el TLC, el mezcal está sujeto a varios gravámenes, entre ellos el Impuesto Selectivo de Consumo y el IVA (Apetito, 2023). A su llegada, la mercancía se somete a revisiones aduaneras que pueden verificar el etiquetado y la documentación, sumando costos y tiempos logísticos (INEGI, 2019).

2.2.6 Consideraciones logísticas y canales de distribución

La ruta comercial México–Costa Rica puede seguir la vía terrestre (a través de varios países centroamericanos) o marítima (empleando puertos como Veracruz o Manzanillo en México y Limón o Caldera en Costa Rica) (TRACIT, 2020). El envío marítimo suele resultar más estable para grandes volúmenes, aunque impone tiempos de tránsito más largos. En el mercado costarricense, el mezcal se orienta inicialmente a canales premium: restaurantes gourmet, bares de coctelería especializada y tiendas de licores de alta gama (Procomer, 2024). Establecer una alianza con un distribuidor local que conozca la normativa y el consumidor objetivo se convierte en una estrategia eficaz para lograr la inserción exitosa (Apetito, 2023).

2.2.7 Objetivo Factores culturales y barreras no arancelarias

Además de las disposiciones oficiales, el ingreso del mezcal enfrenta retos culturales. El consumidor costarricense está familiarizado con la cerveza, el ron y el whisky, mientras que el mezcal se percibe como un producto exótico (El Financiero, 2023). Esto exige inversión en marketing educativo y catas demostrativas para difundir sus atributos. Los altos impuestos internos y las restricciones a la publicidad

de bebidas alcohólicas también condicionan la difusión del mezcal (CRIE, 2023). Por otro lado, la sostenibilidad y la moda de lo artesanal ofrecen oportunidades de diferenciación, ya que el mezcal encaja con la búsqueda de productos con raíces culturales y prácticas de producción responsables (ICT, 2021).

2.2.8 Oportunidades para productos diferenciados como el mezcal

Costa Rica, reconocida por su liderazgo en materia ambiental y su economía centrada en el turismo, presenta un escenario favorable para productos genuinos y con una narrativa de responsabilidad social (Gómez & Rodríguez, 2021). El mezcal, dada su historia y la posibilidad de ofrecer versiones artesanales con reforestación y pago justo a comunidades productoras, cumple con dichas exigencias (Procomer, 2024). Así, a pesar de las cargas impositivas y la competencia con otros destilados, el mezcal cuenta con un nicho en crecimiento, impulsado por el turismo y el consumo premium (Comercam, 2024).

2.3 Plan de Negocios: Concepto y Aplicabilidad en la Exportación de Mezcal

2.3.1 Definición formal del plan de negocios

El plan de negocios se concibe como un documento estructurado en el que se describen los objetivos de la empresa, así como las estrategias y los recursos necesarios para alcanzarlos (Sabino, 2024). Su elaboración obliga a examinar críticamente factores clave: análisis de mercado, estructura operativa, gestión financiera y previsiones de rentabilidad (Maxwell, 2023). Cuando se trata de exportar un producto agroindustrial como el mezcal, esta planificación adquiere mayor complejidad, debido a la adaptación que requiere a normas internacionales, canales logísticos y preferencias culturales en el país de destino (Procomer, 2024).

2.3.2 Aplicación práctica en la exportación de productos agroindustriales

La exportación de mezcal demanda la integración de múltiples componentes. Además de la producción, certificación y logística, el plan debe especificar cómo se atenderán factores como la normativa costarricense, la identificación del segmento de mercado, la definición del posicionamiento en el canal premium y la estimación de costos (Secretaría de Economía, 2023). Dicho abordaje integral reduce la incertidumbre y fundamenta las decisiones para asignar recursos y evaluar la viabilidad real de incursionar en Costa Rica. De este modo, el plan de negocios se convierte en una herramienta de guía y coordinación entre todas las partes involucradas (Apetito, 2023).

2.3.3 Componentes clave: análisis de mercado, diferenciación, marketing y gestión regulatoria

1. **Análisis de mercado.** Se examinan la competencia local, los hábitos de consumo de bebidas espirituosas y las tendencias de preferencia en la población costarricense (Procomer, 2024).
2. **Diferenciación y propuesta de valor.** El mezcal se distingue por su método de producción artesanal, su Denominación de Origen y la diversidad de especies de agave (Mezcaleando, 2023). Estas particularidades requieren un discurso sólido que explique al consumidor costarricense por qué el mezcal no es solamente “otro licor”.
3. **Plan de marketing y canales de distribución.** Se diseñan estrategias de publicidad y difusión, considerando restricciones legales, y se define la logística de entrega y venta (INEGI, 2019). Asimismo, se seleccionan socios especializados en la importación de destilados premium (Apetito, 2023).
4. **Gestión regulatoria y análisis financiero.** Incluye la adaptación de etiquetas, la tramitación del registro sanitario en Costa Rica,

la definición de incoterms y el cálculo de costos e impuestos locales (Secretaría de Economía, 2023). Con base en estos elementos, se proyectan escenarios de rentabilidad y plazos para recuperar la inversión.

2.3.4 Herramientas estratégicas: Análisis FODA y Modelo Canvas

El **análisis FODA** (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) permite mapear los aspectos internos y externos que afectan al proyecto exportador y delinear acciones para maximizar fortalezas y oportunidades, a la vez que se minimizan debilidades y amenazas (Thompson & Strickland, 1998). Por su parte, el **Modelo Canvas** de Osterwalder y Pigneur (2010) reúne en un lienzo único los bloques esenciales del modelo de negocio: propuesta de valor, segmentos de clientes, canales, relación con el cliente, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos. En el marco de un plan de negocios para exportar mezcal, dichas herramientas brindan coherencia y perspectiva integral, ayudando a visualizar tanto las tareas operativas como las ventajas competitivas.

2.3.5 Importancia del plan para atraer socios, gestionar riesgos y evaluar rentabilidad

Un plan de negocios bien fundamentado es esencial para captar la atención de inversionistas y distribuidores locales, ya que demuestra la seriedad y viabilidad del proyecto (Sabino, 2024). También sirve para identificar los principales riesgos, ya sean logísticos, cambiarios o regulatorios, y proponer estrategias para afrontarlos (Maxwell, 2023). De esta manera, al elaborar estimaciones de ventas y de costos con distintos escenarios, se define el horizonte de recuperación y la rentabilidad esperada (Comercam, 2024). El plan se convierte así en una herramienta de toma de decisiones y seguimiento, al permitir comparar resultados reales con los pronósticos y realizar ajustes cuando sea necesario (Secretaría de Economía,

2023). En el caso del mezcal, dada la complejidad añadida por la Denominación de Origen, la certificación NOM-070 y los trámites de importación en Costa Rica, la formalización de un plan de negocios constituye un paso ineludible para asegurar el éxito de la exportación.

2.4 Modelo de Exportación y Aceptación del Mezcal en Costa Rica

2.4.1 Modelo de Exportación de Mezcal

Varios autores coinciden en que el proceso de exportación de un producto agroindustrial, como el mezcal, puede describirse mediante un **modelo secuencial** que integra los componentes esenciales para ingresar con éxito a un mercado externo (Comercam, 2024; Procomer, 2024). Dicho modelo, adaptado a la realidad del mezcal, suele comprender las siguientes etapas:

1. Diagnóstico de exportabilidad

En esta fase, la empresa productora de mezcal realiza un análisis interno para determinar su capacidad de exportación. Se evalúan factores como la escala de producción, la disponibilidad de agave, la certificación NOM-070 (en el caso del mezcal), y la conformidad con la Denominación de Origen (Gobierno de México, 2023b). Asimismo, se revisa si la empresa cuenta con las estructuras financiera, legal y administrativa necesarias para sostener la incursión en el extranjero (Maxwell, 2023).

2. Investigación de mercado y selección del país destino

Se lleva a cabo un análisis profundo para identificar mercados potenciales. Para el mezcal, se estudian indicadores de consumo de destilados premium, la apertura cultural hacia bebidas exóticas, la existencia o no de competidores, los requisitos de ingreso y la preferencia por lo artesanal

(Procomer, 2024). En este punto se confirman la factibilidad y las ventajas que ofrece Costa Rica, como su Tratado de Libre Comercio con México y el segmento de consumidores que valoran bebidas con denominación de origen (Secretaría de Economía, 2023).

3. Adaptación del producto y cumplimiento normativo

Una vez seleccionado el destino, se realiza la adecuación del producto a las regulaciones locales. En el caso de Costa Rica, esto implica cumplir con las normativas de etiquetado en español, el registro sanitario previo y los esquemas impositivos internos (CRIE, 2023). El mezcal debe incluir la información sobre el grado alcohólico, el país de origen y la importadora local (Procomer, 2024). Además, se establecen acuerdos con el Consejo Mexicano Regulador del Mezcal (COMERCAM) para asegurar que cada lote cumpla los lineamientos de la NOM-070.

4. Diseño de la cadena logística

Se define la ruta de transporte: terrestre (atravesando varios países de Centroamérica) o marítima (vía puertos en el Golfo o Pacífico mexicano hasta el Caribe o Pacífico costarricense). Se seleccionan los incoterms adecuados (FOB, CIF, etc.), se gestiona la contratación de seguros y se establecen tiempos de entrega coordinados con un agente aduanal y un distribuidor local (TRACIT, 2020). El objetivo es minimizar costos y demoras, especialmente por las inspecciones aduaneras en Costa Rica (Apetito, 2023).

5. Plan de comercialización y distribución local

Con el producto en suelo costarricense, se define la estrategia de introducción y posicionamiento. Generalmente, el mezcal se enfoca en

canales premium (bares de coctelería especializada, restaurantes gourmet, tiendas de vinos y licores de alta gama), dado su carácter artesanal (Procomer, 2024). Alianzas con un distribuidor o socio local permiten manejar la logística interna y ampliar la presencia del producto en eventos gastronómicos y ferias (INEGI, 2019).

6. Seguimiento y retroalimentación

Finalmente, la empresa evalúa las ventas, la aceptación del mezcal en diferentes segmentos y las oportunidades de mejora. Se monitorean costos efectivos, tiempos de reabastecimiento y barreras que surjan en el camino. Con base en esta retroalimentación, se ajustan el plan de marketing, los volúmenes de exportación y las estrategias de diferenciación (Sabino, 2024).

Este modelo secuencial no es estático: puede realimentarse con datos de mercado y experiencias en cada envío, especialmente en un producto tan ligado a la identidad cultural y el trato directo con consumidores y distribuidores (Comercam, 2024).

2.4.2 Aceptación del Mezcal en Costa Rica

La aceptación del mezcal en el mercado costarricense se ha incrementado en la última década, impulsada por varios factores:

1. Interés por lo exótico y artesanal

El público costarricense, sobre todo en segmentos de ingresos medios y altos, muestra una inclinación hacia productos con valor cultural y métodos tradicionales de elaboración (Gómez & Rodríguez, 2021). El mezcal encaja

en este perfil al ofrecer una historia de origen anclada en la herencia mexicana y la artesanía agavera. Las recientes tendencias de coctelería, enfocadas en licores “de autor”, han contribuido a que los consumidores locales busquen bebidas diferentes al ron o whisky, y experimenten con el mezcal (Apetito, 2023).

2. Segmento premium y turística receptividad

Costa Rica se ha distinguido por un turismo ecológico e internacional, cuyos visitantes suelen demandar experiencias únicas (ICT, 2021). De ahí que la inclusión del mezcal en bares y restaurantes orientados al turismo VIP o gastronómico haya acelerado su popularización. Asimismo, el segmento premium costarricense urbanita y cosmopolita está dispuesto a pagar más por productos con historias atractivas de origen (Procomer, 2024).

3. Alianzas comerciales y promoción cultural

Varias distribuidoras locales han incorporado el mezcal en sus portafolios de destilados, realizándose catas y presentaciones que explican las diferencias entre mezcal y tequila, así como las peculiaridades de cada especie de agave (Procomer, 2024). La embajada y oficinas comerciales de México en Costa Rica también han contribuido a la difusión cultural del mezcal mediante festivales de cocina mexicana, reforzando la aceptación y prestigio del producto (El Financiero, 2023).

4. Barreras y desafíos

Aun así, no todos los consumidores ticos conocen el mezcal. Persiste la confusión con el tequila, y parte del público asocia el sabor ahumado con un

gusto adquirido que no todos aprecian en la primera experiencia (San José Volando, 2023). Además, los impuestos internos encarecen notablemente la bebida, posicionándola en un nicho de precio alto (CRIE, 2023). Por ende, la aceptación masiva se ve limitada por los costos al consumidor final y la necesidad de mayor promoción educativa.

En conclusión, la aceptación del mezcal en Costa Rica es positiva dentro de un nicho específico de consumidores, pero su consolidación requiere estrategias de diferenciación cultural y un plan de negocio que gestione adecuadamente la logística y las variables normativas. El país ofrece una combinación de oportunidades turismo, público gourmet, acuerdos comerciales y desafíos cargas impositivas, competitividad, falta de conocimiento que el exportador de mezcal debe abordar integralmente en su modelo de exportación (Procomer, 2024; Comercam, 2024).

3. METODOLOGÍA

3.1 Metodología de la investigación

La presente investigación es de carácter cualitativa documental. Se eligió esta metodología porque permite analizar información existente y disponible sobre el tema sin necesidad de realizar recolección de datos primarios, como entrevistas o encuestas, las cuales requieren tiempo y recursos adicionales que exceden las posibilidades de esta investigación. Bajo esta perspectiva, el trabajo se basará en el uso de información secundaria obtenida de materiales ya publicados, lo que incluye bases de datos oficiales, documentos gubernamentales y artículos académicos de reciente aparición acerca del comercio internacional, el consumo de bebidas alcohólicas y, de manera particular, estudios sobre el mezcal en contextos tanto mexicanos como costarricenses.

La investigación documental se basa en recopilar, revisar, analizar e interpretar de manera crítica la información disponible, lo que brinda una perspectiva más amplia y sólida del fenómeno que se pretende examinar. Gracias a este enfoque, se podrán plantear conclusiones claras y fundamentadas sobre la viabilidad comercial del mezcal en Costa Rica, respaldándose en datos confiables y actuales. Así mismo se realizará una encuesta a personal profesional y con experiencia en materia de comercio exterior y exportaciones a Costa Rica.

3.2 Diseño de la investigación

El diseño de la información se sustenta en un enfoque bibliográfico y de corte cualitativo, centrado sobre todo en la revisión de documentos y fuentes oficiales, así mismo en la aplicación de una encuesta en la que las preguntas serán validadas mediante el alfa de cron Bach y serán compartidas vía google form para su contestación. El enfoque bibliográfico es para aprovechar la literatura que ya existe y, a través de un análisis cualitativo, profundizar en las particularidades del

mercado costarricense en cuanto al mezcal. Con esto, se pretende entender a detalle aspectos como las preferencias de los consumidores, la normativa y las pautas económicas que pueden facilitar o complicar la entrada de este destilado.

Dado que se emplea un enfoque cualitativo para esta investigación, el objetivo principal es interpretar los hallazgos y comportamientos detectados en diversos estudios, identificando patrones y condiciones que beneficien o incluso dificulten la introducción del mezcal en Costa Rica.

3.3 Instrumentos a trabajar

Dado que esta investigación es documental, los instrumentos utilizados serán exclusivamente documentos y reportes oficiales previamente publicados, así como el cuestionario implementado, se revisarán bases de datos confiables, reportes gubernamentales de instituciones como PROCOMER (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica), COMEX (Ministerio de Comercio Exterior), y MEIC (Ministerio de Economía, Industria y Comercio). También se consultarán estudios internacionales y sectoriales provenientes de fuentes como Euromonitor International e IWSR, que ofrecen análisis detallados sobre el consumo de bebidas alcohólicas y las tendencias emergentes en mercados latinoamericanos, incluyendo Costa Rica.

Así como la implementación del cuestionario, conformado por 3 variables cada una desarrolla 10 ítems a contestar y están redactados en escala de Likert, cada variable aprobada en alfa de cron Bach.

De acuerdo a la siguiente tabla con resultados

Tabla 1. Alfa de Cronbach por variable

VARIABLE	EXCEL	SPSS
MEZCAL	.776	.779
EXPORTACIÓN	.769	.779
ESTRATEGIAS	.814	.814

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de validación

Como se puede observar en la tabla 1 los resultados superan la media de las variables y son lo más cercano al coeficiente de uno, por tal manera se considera que tiene una validación aprobatoria los reactivos e impactan positivamente en los resultados.

Tabla 2. Variable de estudio Mezcal

VARIABLE DE ESTUDIO: MEZCAL												
PERSONA ENC	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	PROMEDIO	SUMA
1	1	2	4	1	4	4	5	3	1	4	2.9	29
2	3	3	4	2	3	3	4	5	3	3	3.3	33
3	1	2	4	2	3	3	5	3	3	4	3	30
4	1	3	4	1	3	4	4	5	3	3	3.1	31
5	3	3	5	2	4	4	4	5	3	4	3.7	37
6	5	3	5	5	4	4	5	5	3	4	4.3	43
7	5	2	5	5	3	4	5	5	3	4	4.1	41
8	5	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4.3	43
9	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4.2	42
10	2	3	5	2	3	4	5	2	3	3	3.2	32

DESV	1.7	0.6	0.4898979	1.6733201	0.663325	0.4	0.4582576	1.077033	0.6	0.5
MAX	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4
MIN	1	2	4	1	3	3	4	2	1	3
VARIANZA	2.89	0.36	0.24	2.8	0.44	0.16	0.21	1.16	0.36	0.25

k	10
Suma de Varianzas de cada ítem	8.87
α	0.7769112

→ **Análisis de fiabilidad**

[Conjunto_de_datos0]

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

Casos	Válidos	Excluidos ^a	Total
	10	0	10
	100.0	0.0	100.0

^a Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.779	10

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas

Tabla 3. Variable de estudio Proceso de Exportación

VARIABLE DE ESTUDIO: EXPORTACIÓN												
PERSONAS/IT	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	PROMEDIO	SUMA
1	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2.5	25
2	2	3	2	1	2	1	3	1	1	1	1.7	17
3	5	5	3	3	2	4	2	4	4	3	3.5	35
4	2	5	3	2	3	1	3	2	3	2	2.6	26
5	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1.5	15
6	1	1	1	1	1	4	2	2	2	3	1.8	18
7	2	3	1	4	2	1	4	2	4	2	2.5	25
8	1	2	1	1	1	5	2	2	2	2	1.9	19
9	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	20
10	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	20

DESV	1.0440307	1.3453624	0.7	0.8944272	0.6	1.4282857	0.6708204	0.7483315	1.1661904	0.7483315		
MAX	5	5	3	4	3	5	4	4	4	3		
MIN	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1		
VARIANZA	1.09	1.81	0.49	0.8	0.36	2.04	0.45	0.56	1.36	0.56		31

k

Suma de Varianzas de cada ítem

α

10

9.52

0.7698925

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

Casos	Válidos	Excluidos ^a	Total
	10	0	10
	100.0	0	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.779	10

Fuente: Elaboración Propia con datos obtenidos de encuestas

Tabla 4. Variable de estudio estrategia de mercado

VARIABLE DE ESTUDIO: ESTRATEGIAS O MODELOS												
PERSONA EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	PROMEDIO	SUMA
1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2.1	21
2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2.7	27
3	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1.4	14
4	1	5	5	3	3	1	2	3	2	1	2.6	26
5	2	4	5	5	5	2	1	3	2	2	3.1	31
6	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2.1	21
7	5	3	4	2	1	3	4	5	5	3	3.5	35
8	1	1	5	1	1	1	2	1	1	1	1.5	15
9	2	2	4	2	2	1	2	2	2	1	2	20
10	5	3	4	2	1	3	4	5	5	3	3.5	35

DESV	1.4282857	1.2041595	1.4282857	1.0198039	1.2	0.8306624	0.9	1.3266499	1.3601471	0.8306624		
MAX	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3		
MIN	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
VARIANZA	2.04	1.45	2.04	1.04	1.44	0.69	0.81	1.76	1.85	0.69		51.65

k

Suma de Varianzas de cada ítem

α

10

13.81

0.814026

Análisis de fiabilidad

[Conjunto_de_datos0]

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

Casos	Válidos	Excluidos ^a	Total
	10	0	10
	100.0	0	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.814	10

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de encuestas

3.4 Población

En el presente estudio, se mantiene con una población de 2 empresas exportadoras de mezcal a Costa Rica, estas dos medianas empresas se encuentran ubicadas en Oaxaca en México, la población que cuenta la empresa son 6 personas en el departamento de comercialización, por tal motivo se contempla con una población de 12 expertos en el área de exportación, con los siguientes puestos como se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 5. Puestos de empresas exportadoras

JEFE DE EXPORTACIÓN	JEFE DE IMPORTACIÓN
ENCARGADO DE LOGISTICA	AUXILIAR DE COMPRAS
JEFE DE VENTAS	MONITORISTA

Fuente: Elaboración propia de las empresas exportadoras

3.5 Muestra: Subconjunto de la población

La muestra se conformará con los estudios de las dos empresas exportadoras de mezcal en Oaxaca, que ambas tienen vínculos familiares denominadas Empresas “N” exportadoras de Mezcal por considerar su anonimato y protección legal.

Se va a revisar cada uno de estos documentos para extraer datos clave sobre patrones de consumo, la evolución del mercado premium, la regulación que influye a las bebidas importadas y las estrategias comerciales exitosas que otras bebidas artesanales o espirituosas han implementado en el contexto costarricense (Euromonitor International, 2024). Con ello, buscaré delinear un panorama claro y fundamentado que contribuya a entender mejor las oportunidades y desafíos para el mezcal en este país.

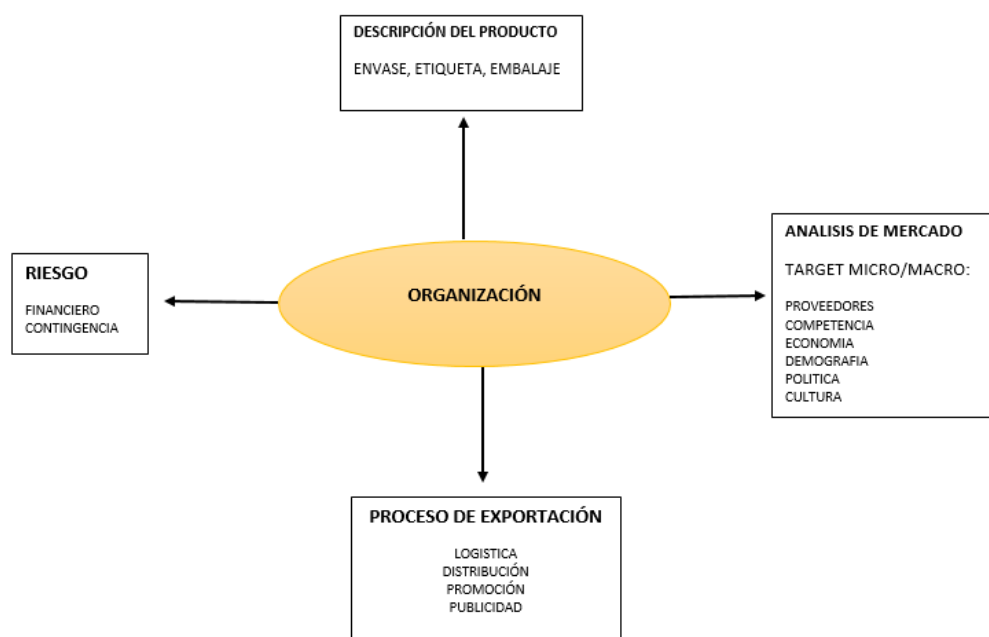
4. RESULTADOS

De acuerdo a la investigación realizada de todos los apartados se puede establecer que Costa Rica es un país libre en consumo de mezcal, las exportaciones hacia esa región resultan ser fáciles para la mayoría de los productos por el tema de los impuestos a la importación.

De acuerdo a la investigación de mercado se determinó que es factible realizar la exportación de mezcal, ya que el análisis de distintas consideraciones políticas, económicas, sociales, religiosas, costumbres, etc no afectan para el consumo y aceptación del producto.

Con base en la investigación se realiza una propuesta de modelo que da respuesta a las necesidades expresadas por los encuestado.

Figura 1. Modelo de Exportación de mezcal



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la investigación

En este apartado se exponen los hallazgos de la tesis sobre la factibilidad de exportar mezcal mexicano a Costa Rica, con sustento en datos secundarios, cuadros comparativos y representaciones gráficas que dan un panorama claro del mercado actual, los costos y aranceles, los impedimentos regulatorios, así como los hábitos de consumo. A partir de estos resultados, se ofrece una interpretación que enlaza con la hipótesis planteada, además de recomendaciones concretas para lograr una introducción exitosa del mezcal en el territorio costarricense.

4.1. Panorama General de la Exportación de Mezcal a Costa Rica

Para comprender la posición del mezcal en Costa Rica, es necesario ubicar primero el volumen de exportaciones de México hacia Centroamérica, particularmente en el rubro de bebidas alcohólicas. El mezcal sigue siendo un producto artesanal de volumen limitado en comparación con el tequila, cuya producción industrial y promoción internacional están más consolidadas (Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, 2024). Sin embargo, las exportaciones de mezcal han presentado un crecimiento anual promedio superior al 30% en la última década, lo que indica un dinamismo considerable (Consejo Regulador del Mezcal CRM, 2023).

En Costa Rica, la sección de bebidas espirituosas procedentes del extranjero ha reportado un ascenso sostenido, alcanzando un valor aproximado de 55.9 millones de dólares en 2023 (Oficina de Estadísticas de Comercio OEC, 2023). Dentro de este monto, se estima que el mezcal representa una fracción reducida, pero con tendencia al alza (Procomer, 2024). Para entender la distribución de los destilados en el mercado costarricense, se recopiló información que muestra la proporción estimada de cada bebida en 2024:

Tabla 6. Bebidas alcohólicas de exportación

Destilado	Porcentaje en valor dentro de importaciones CR	Observaciones
Whisky (principalmente escocés)	~45%	Lidera por tradición y posicionamiento premium.
Ron (varias procedencias)	~20%	Marcas regionales como Flor de Caña (Nicaragua).
Tequila (México)	~15%	En rápido crecimiento los últimos años.
Vodka (diversos orígenes)	~10%	Segmento joven y coctelería nocturna.
Otros licores/cremas	~8%	Licores de café, cremas dulces, amargos, etc.
Mezcal (México)	~2%	Valor pequeño, pero con alza notoria en los últimos 3 años.

Fuente: Procomer, 2024; OEC, 2023; estimaciones internas

Aunque estas cifras son aproximadas dadas las limitaciones de la desagregación arancelaria para “demás bebidas espirituosas”, ilustran que el mezcal es todavía pequeño en el portafolio de importaciones costarricenses, en comparación con el tequila, que ya cuenta con un reconocimiento de marca más consolidado (Procomer, 2024). No obstante, la incidencia de la demanda premium y la preferencia por productos artesanales con denominación de origen ha favorecido la introducción de marcas de mezcal en bares, restaurantes gourmet y licorerías especializadas de Costa Rica (Apetito, 2023).

4.2. Barreras Regulatorias Específicas Identificadas

Las barreras regulatorias para el ingreso del mezcal a Costa Rica se resumen a continuación:

1. **Registro Sanitario y Certificado de Libre Venta:** Obligatorio para toda bebida alcohólica importada. El Certificado de Libre Venta emitido por la autoridad de México debe validarse para demostrar que el mezcal cumple los estándares de salud y está aprobado en su país de origen (Secretaría de Economía, 2023).
2. **Etiquetado en español:** Toda botella de mezcal debe mostrar en español la información mínima exigida (nombre, tipo de bebida, % de alcohol, etc.). Etiquetas complementarias o stickers pueden usarse mientras se apeguen a la normativa costarricense (CRIE, 2023).
3. **Arancel e Impuestos Internos:** Aunque Costa Rica y México mantienen un tratado de libre comercio que exime al mezcal de arancel (0%), existen impuestos selectivos y municipales (IFAM, IDA), además de un impuesto específico que puede elevar el costo final (Procomer, 2024). Esto encarece el producto, impulsándolo al segmento premium.
4. **Restricciones Publicitarias:** Si bien no hay prohibiciones radicales, se restringe la publicidad de bebidas alcohólicas en horarios familiares y se prohíbe resaltar propiedades medicinales o engañosas en el empaque (Apetito, 2023).

En la práctica, estas barreras se superan con una correcta asesoría aduanera y un socio local con experiencia en la importación de bebidas alcohólicas. No se detectaron barreras proteccionistas directas contra el mezcal, lo cual es positivo. Sin embargo, los costos y tiempos asociados a los trámites deben considerarse desde el principio en el plan de exportación (CRIE, 2023).

4.3. Costos y Aranceles: Implicaciones para la Rentabilidad

4.3.1 Estructura de Costos de Exportación

Para dimensionar la rentabilidad, resulta útil proyectar el costo de una exportación hipotética de mezcal a Costa Rica. Se asume un envío de 1,000 litros de mezcal (alrededor de 1,300 botellas de 750 ml), valorado en 10 dólares FOB por litro. El flete marítimo consolidado (Veracruz al Puerto Limón) se estima en 2 dólares por litro incluyendo seguro y otros gastos. Con un valor CIF de 12 dólares, y aplicando la estructura tributaria costarricense, la tabla simplificada podría verse así:

Tabla 7. Estructura de costos Internacionales

Concepto	Cálculo	Valor
Valor FOB (por litro)	—	USD 10
Flete + Seguro (por litro)	—	USD 2
Valor CIF	FOB + Flete/Seguro	USD 12
Arancel (0% por TLC)	0% de 12	USD 0
IVA (13%)	13% de 12	USD 1.56
Impuesto Selectivo (10%)	10% de 12	USD 1.20
Impuestos Municipales / Desarrollo (18% total)	18% de 12	USD 2.16
Impuesto Específico (60%)	60% de 12	USD 7.20

Total, Impuestos	1.56 + 1.20 +	USD
	2.16 + 7.20 = 12.12	12.12
Costo Final por litro	CIF + Impuestos	USD
		24.12

Fuente: datos de Procomer, 2024; estimaciones de costos actualizados a 2025

A esto se añadirían los márgenes de distribución y comercialización internos (entre 20% y 40% adicionales) antes de llegar al precio minorista. Así, un mezcal con FOB de 10 dólares podría costar al consumidor final 35 a 40 dólares por litro, o cerca de 30 dólares la botella de 750 ml en tiendas, lo que en colones costarricenses superaría los ₡18,000 (Apetito, 2023). Este precio corresponde a un segmento premium, especialmente si se compara con otras bebidas locales o importadas más económicas.

4.3.2 Comparativa con Mercados Vecinos

La región centroamericana aplica políticas fiscales similares sobre los licores, con ciertas variaciones. Guatemala y Honduras tienen impuestos específicos basados en el contenido alcohólico por grado, mientras que El Salvador y Nicaragua combinan IVA con impuestos selectivos. Panamá también impone gravámenes importantes, pero su Zona Libre de Colón facilita la reexportación con impuestos menores (Instituto Costarricense de Turismo [ICT], 2021).

En conjunto, Costa Rica no difiere radicalmente del patrón regional, pero sí tiende a imponer tasas acumulativas más altas, lo que empuja a que solo los productos premium puedan mantenerse competitivos (Procomer, 2024). Desde la perspectiva del productor de mezcal, la estrategia debería contemplar precios de exportación que cubran estos costos internos y márgenes adecuados, apuntando a un nicho de consumidores dispuestos a pagar por la calidad y origen artesanales (Apetito, 2023).

4.4 Tendencias de Consumo de Destilados en Costa Rica

4.4.1 Auge de Productos Premium y Artesanales

El mercado costarricense de bebidas alcohólicas ha experimentado un cambio gradual hacia la sofisticación y premiumización. Estudios recientes señalan que un 28% de los consumidores urbanos costarricenses optan por licores de mayor calidad, dispuestos a pagar un sobreprecio por atributos artesanales y sostenibles (El Financiero, 2023). Este fenómeno se refleja en la creciente presencia de marcas importadas en tiendas especializadas, así como en bares y restaurantes que promueven coctelería de autor (Apetito, 2023).

4.4.2 Importancia de la Sostenibilidad y Narrativa Cultural

La preferencia por productos con impacto ambiental reducido y que apoyen comunidades locales es un factor clave en Costa Rica, país reconocido por su liderazgo ecológico y turismo sostenible (Instituto Costarricense de Turismo [ICT], 2021). El mezcal, al ser elaborado tradicionalmente en pequeñas comunidades de Oaxaca, Guerrero y otros estados de México, puede apelar a esta conciencia “verde” si se comunica adecuadamente su proceso y la relación con productores indígenas (Consejo Regulador del Mezcal [CRM], 2023).

4.4.3 Comparación en el Segmento de Agave

El **tequila** ha ocupado el espacio dominante en la categoría “agave” durante décadas (INEGI, 2019). Sin embargo, la creciente curiosidad del consumidor costarricense, sumada a la consolidación del tequila como un producto ya “conocido”, deja un hueco para explorar alternativas de agave con mayor carácter artesanal (San José Volando, 2023). El mezcal, con su distintivo perfil ahumado y

su diversidad de agaves silvestres, representa algo “nuevo” y “auténtico” que atrae a entusiastas y mixólogos interesados en diferenciación (Apetito, 2023).

4.5 Comparación de Exportaciones de Tequila y Mezcal (Global y Costa Rica)

Para comprender la magnitud de la oportunidad, resulta valioso comparar los volúmenes de exportación de **tequila** y **mezcal** a nivel global y enfocarlos a Costa Rica.

4.5.1 Exportaciones Globales

En 2023, las exportaciones mexicanas de tequila alcanzaron unos 420 millones de litros, mientras que el mezcal superó por primera vez los 8 millones de litros (The Food Tech, 2023). Aunque esta cifra de mezcal representa apenas 1.9% del tequila, se ha duplicado en cinco años, lo que refleja un alto ritmo de crecimiento (Comercam, 2024).

4.5.2 Presencia en Costa Rica

En Costa Rica, el tequila lleva la delantera con importaciones anuales estimadas en más de 1 millón de litros (INEGI, 2019). El mezcal, en cambio, habría ingresado en un rango de 15 a 25 mil litros en 2023 (Procomer, 2024). A pesar de esta brecha, la categoría “mezcal” exhibe un interés ascendente, impulsado por distribuidoras que han diversificado su catálogo y por la demanda de consumidores que buscan experiencias más sofisticadas o exóticas (Apetito, 2023).

Tabla 8. Exportaciones Comparadas de Tequila y Mezcal a Costa Rica (2023)

Indicador	Tequila	Mezcal

Volumen	~1,000,000 L	~15,000–25,000
aproximado CR		L
Crecimiento	+12% (entre	+30% (entre
anual	2020–2023)	2020–2023)
Precio	\$25–\$60 según	\$35–\$90 según
minorista (750 ml)	marca y tipo	marca y tipo
Nicho de	Ampliamente	Incipiente, con
mercado	conocido	proyección premium

Fuentes: The Food Tech, 2023; Procomer, 2024; INEGI, 2019; Apetito, 2023

La tabla muestra que, si bien el tequila domina por reconocimiento y volumen, el mezcal se expande rápidamente con un precio medio incluso superior, avalado por su carácter artesanal. Este hecho sustenta el planteamiento de que **Costa Rica ofrece una ventana de oportunidad** para el mezcal, siempre que se enfoque en la propuesta de valor diferenciada.

4.6. Principales Exportadores de Destilados a Costa Rica

Más allá del análisis de tequila vs. mezcal, conviene ubicar la **competencia global** en el mercado costarricense de destilados. Según datos de comercio (OEC, 2023), los países con mayor volumen de exportaciones de destilados hacia Costa Rica en 2023 fueron:

- 1. **Reino Unido:** Principalmente whisky escocés (~17 millones de dólares en valor).
- 2. **México:** Suma de tequila, mezcal y otros licores (~14.7 millones).
- 3. **Estados Unidos:** Whiskies bourbon, vodka, entre otros (~8.7 millones).

- 4. **Nicaragua:** Ron y aguardiente local (~5.1 millones).
- 5. **Panamá:** Reexportaciones y rones (~2.6 millones).

El hecho de que México ocupe la segunda posición en valor total indica que los destilados mexicanos especialmente el tequila ya se han afianzado en la preferencia del consumidor costarricense (Procomer, 2024). Para el mezcal, esto es positivo, pues puede “aprovechar” la fama de los destilados de agave mexicanos y la red de distribución establecida por los importadores de tequila. Sin embargo, también enfrenta la competencia interna de su “primo” tequila, que ha consolidado su reputación en el país.

4.7. Comparación con Otros Mercados Centroamericanos

Para profundizar, se incluyó un estudio comparativo de Costa Rica respecto a Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Panamá, contemplando variables de población, PIB per cápita, impuestos a licores y tendencias de consumo (Tracit, 2020). La siguiente tabla condensa algunos datos relevantes:

Tabla 9. Comparativa del PIB per cápita

	País	PIB	Impuesto	Preferencia	Perspectiva
		per cápita (USD, 2025 est.)	s Destilados	s Principales	para el Mezcal
a	Guatemala	5,900	IVA 12% + Impuesto específico x grado	Cerveza, ron local, aguardiente	Mercado grande, menor poder adquisitivo
	El Salvador	4,500	IVA 13% + Selectivo ~20–30%	Whisky, ron, tequila moderado	Pequeño mercado premium, dolarizado
	Honduras	2,500	IVA 15% + específicos	Cerveza, aguardiente, ron	Poco consumo premium, contrabando elevado
	Nicaragua	2,300	IVA 15% + selectivo elevado	Ron local (Flor de Caña), aguardiente	Inestabilidad política/económica

Costa Rica	12,10	IVA 13%	Whisky,	Mercado
0	+ 60% específico + selectivos	ron, tequila, gin premium	pequeño pero sofisticado	
Panamá	15,00	ITBM 7%	Whisky,	Mercado
0	+ 5–15% selectivo	ron, tequila	con zona libre, +expatriados	

Fuentes: Tracit, 2020; INEGI, 2024; datos macroeconómicos compilados

Costa Rica muestra un **PIB per cápita** relativamente alto dentro de la región, un perfil de consumidor que valora la sostenibilidad y la ausencia de una producción local de destilados de agave, lo que refuerza su potencial como destino de mezcal (Instituto Costarricense de Turismo ICT, 2021).

4.8 Discusión

En la presente investigación se puede analizar a través de los resultados de las encuestas y de la metodología implementada que el exportar mezcal a Costa Rica tiene áreas de oportunidades, pero al mismo tiempo enfrenta desafíos en su proceso de exportación para la competitividad.

Las oportunidades que tiene Costa Rica es que actualmente es un sector Premium que experimenta un auge de bebidas premium, con consumidores dispuestos a invertir en productos de alta calidad y origen diferenciado (El Financiero, 2023). El mezcal encaja en esta tendencia por su naturaleza artesanal y valor cultural; una apertura comercial que gracias a su TLC entre México y Costa Rica favorece el ingreso del mezcal con arancel cero, lo que mejora la competitividad frente a destilados de países sin acuerdos comerciales (Secretaría de Economía, 2023).

Así como aprecio costarricense por prácticas sostenibles y comercio justo representa un aliciente para la narrativa del mezcal, siempre que se evidencie el involucramiento de comunidades productoras y se destaque su bajo impacto industrial (ICT, 2021).

Los desafíos corresponden a impuestos internos que incluye IVA, Selectivo de Consumo y un impuesto específico de hasta 60%, encarece el mezcal y lo coloca en una franja de precio muy alta, compitiendo con whiskies añejos y rones (Procomer, 2024). Un segundo factor es el desconocimiento del mezcal aunque ha habido avances, muchos consumidores costarricenses desconocen las diferencias entre mezcal y tequila, o tienen la percepción de que “todo mezcal sabe muy ahumado” (Apetito, 2023). Esto requiere estrategias de comunicación y catas de degustación.

Y una tercera desventaja son los costos y volumen reducido, así como la necesidad de consolidar embarques pueden elevar costos, especialmente si las cantidades iniciales de mezcal son bajas. El flete terrestre y/o marítimo, sumado a la fragmentación aduanera centroamericana, demanda una buena planificación (CRIE, 2023).

Tabla 10. Evolución de las Importaciones de Destilados de Agave en Costa Rica (2020–2025*)

MEZCAL (en miles de L) TEQUILA (en miles de L)

2020	10	700
2021	12	760
2022	16	820
2023	22	900
2024*	28	980
2025*	34	1060

Fuente: Procomer, 2024; estimaciones 2024–2025 basadas en tendencia del 10–15% anual para tequila y 30% para mezcal

Como se puede observar mientras el tequila sube en forma más constante por su penetración en el mercado, el mezcal exhibe una pendiente de crecimiento superior en términos relativos (aunque partiendo de una base muy baja). El pronóstico sugiere que en 2025 podría acercarse a 34 mil litros importados, duplicando el volumen de 2021.

Tabla 11. Proyección de Crecimiento del Segmento Premium de Bebidas Alcohólicas en Costa Rica (2020–2025)

Año	Valor de mercado Premium (USD millones)
2020	32
2021	36
2022	42
2023	50
2024	60
2025	72

Fuente: El Financiero, 2023; Apetito, 2023; datos proyectados al 2025

En la tabla 11 podemos visualizar que el segmento premium crece a un ritmo anual de 11%, impulsado por la reactivación económica post pandemia, el turismo internacional y la tendencia de búsqueda de productos diferenciados. Esto respalda la hipótesis de que el mezcal, posicionado adecuadamente, podría capturar parte de ese incremento del mercado premium.

4.10 Conclusión

En la presente investigación los resultados muestran que Costa Rica es un mercado pequeño pero prometedor para el mezcal, con un nicho creciente de consumidores interesados en experiencias artesanales y sostenibles (El Financiero, 2023). A pesar de los altos impuestos que elevan los precios y la competencia con otras bebidas premium, la ausencia de un competidor local similar y la apertura cultural costarricense hacia productos con narrativa de origen ofrecen un ambiente favorable (Apetito, 2023). El éxito dependerá en gran medida de la educación del consumidor, la colaboración con importadores y mixólogos locales, y la gestión de costos para mantener un precio razonable dentro del segmento premium (Procomer, 2024).

Dichos hallazgos confirman la hipótesis de partida: Costa Rica representa un destino atractivo pero desafiante para el mezcal, dadas sus altas cargas impositivas y la necesidad de competir en un mercado con destilados consolidados. Sin embargo, el repunte de la demanda premium y la afinidad por lo artesanal revelan que el mezcal puede arraigarse como un producto único, especialmente si se comunican adecuadamente sus valores culturales y sostenibles (Instituto Costarricense de Turismo ICT, 2021).

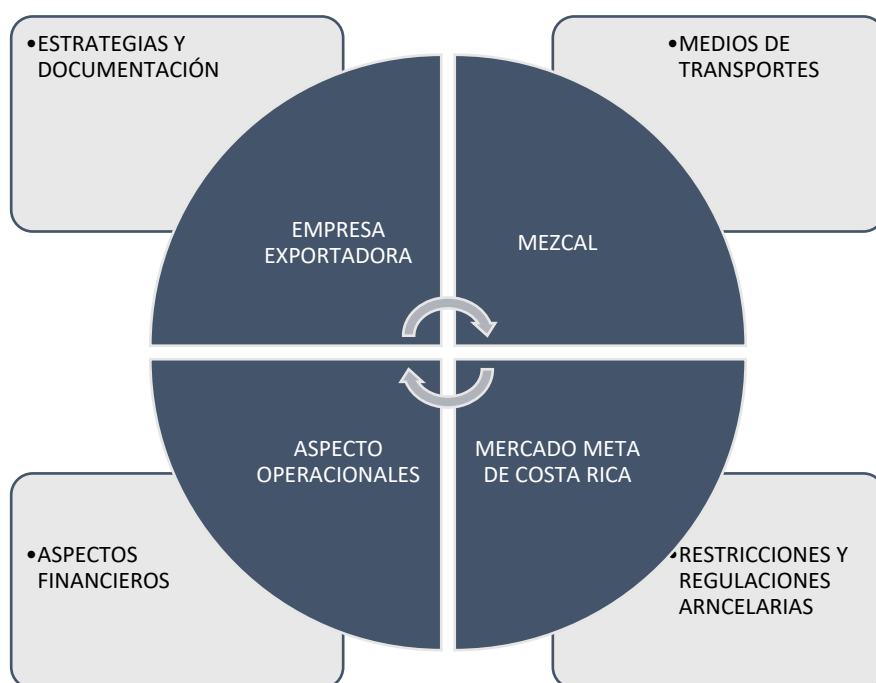
En última instancia, la factibilidad comercial de exportar mezcal a Costa Rica se refuerza con las perspectivas de crecimiento del mercado, siempre que se implementen estrategias sólidas de marketing, alianzas con distribuidores, y se aprovechen los acuerdos comerciales vigentes (Secretaría de Economía, 2023).

La hipótesis se confirma porque los hallazgos indican que Costa Rica ofrece un mercado receptivo al mezcal, aun con las altas cargas impositivas y la competencia existente. El crecimiento continuo del segmento premium, la preferencia de los consumidores por productos artesanales y sostenibles, así como

la apertura comercial gracias a los acuerdos vigentes, respaldan la viabilidad de exportar mezcal. Al mismo tiempo, se reconoce la existencia de retos operativos y logísticos que requieren estrategias bien diseñadas. En consecuencia, si se manejan adecuadamente los costos, la educación del consumidor y las alianzas con distribuidores locales, la introducción exitosa del mezcal en Costa Rica es factible, validando la hipótesis planteada.

El objetivo planteado en la presente investigación responde a que Costa Rica cuenta con las condiciones necesarias para recibir el mezcal mexicano con relativo éxito. Mediante el análisis de barreras regulatorias, costos y tendencias de consumo, se comprobó que existe un segmento premium en crecimiento y una preferencia por productos artesanales y sostenibles, factores que respaldan la factibilidad de exportar mezcal al mercado costarricense. Estos hallazgos responden directamente a la interrogante sobre la viabilidad comercial y confirman la pertinencia de la investigación.

Figura 2. Plan de Exportación de Mezcal a Costa Rica



Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Este trabajo representa más que la culminación de una investigación académica; simboliza también el cierre de una etapa personal y profesional de gran significado. Analizar la viabilidad de exportar mezcal mexicano a Costa Rica me permitió no solo profundizar en los aspectos económicos, comerciales y regulatorios del sector, sino también reflexionar sobre el potencial de los productos con identidad cultural en mercados internacionales. A lo largo de este proceso confirmé que el mezcal más allá de una bebida es una síntesis de territorio, historia, oficio y comunidad; y que su valor diferencial radica precisamente en esa autenticidad.

Desde una perspectiva de mercado, los hallazgos apuntan a que la viabilidad es condicionada y segmentada. No se trata de competir por volumen ni por precio contra destilados de alta rotación, sino de posicionarse en nichos premium donde el consumidor valora el origen, la trazabilidad, la sustentabilidad y la experiencia de consumo: bares de coctelería de autor, restaurantes con enfoque gastronómico, hoteles boutique y tiendas especializadas. En estos espacios, el mezcal encuentra receptividad cuando se comunica como un producto de origen controlado, con relato, categorías claras y perfiles sensoriales bien definidos. La estrategia, por tanto, debe priorizar lotes pequeños, que aporten valor y educación del consumidor mediante catas, maridajes y activaciones que expliquen categorías, procesos y notas de cata.

En términos comerciales y operativos, la factibilidad exige un despliegue por fases: (1) preparación documental y técnica (certificaciones de origen, cumplimiento normativo y especificaciones de etiquetado para el mercado de destino); (2) pruebas piloto con importadores/distribuidores que atiendan canales on-trade selectos; (3) evaluación de rotación, elasticidad de precio y feedback sensorial; y (4) escalamiento controlado sólo cuando existan señales de demanda sostenida. Esta gradualidad reduce riesgos financieros y logísticos, al tiempo que permite ajustar

portafolio, empaque y discurso de marca según respuesta del consumidor costarricense.

La dimensión regulatoria, a menudo subestimada, se reveló como eje crítico de la viabilidad. El cumplimiento de la denominación de origen, la correcta certificación del producto y la adecuación del etiquetado en el país de destino son condiciones habilitantes, no negociables. La coordinación con un socio importador con experiencia en destilados premium mejora sustancialmente los tiempos y la calidad del cumplimiento. Asimismo, la planeación fiscal (impuestos específicos a bebidas alcohólicas, aranceles, logística y seguros) debe incorporarse al cálculo de precio objetivo para sostener un posicionamiento premium sin perder competitividad.

En el plano competitivo, si bien coexisten referentes consolidados (tequila, ron y whisky), el mezcal aporta un territorio sensorial y cultural propio, sino en criterios profesionales: categorías (ancestral/artesanal), agaves, grados alcohólicos, regiones, métodos de producción y maridajes con la cocina local. La oportunidad no está en deslumbrar por rareza, sino en construir confianza a partir de calidad consistente, transparencia y formación continua de equipos de piso (sommeliers, bartenders, meseros).

Esta investigación deja también aprendizajes metodológicos. Aunque el cuerpo principal se apoyó en fuentes secundarias y un levantamiento acotado de encuestas, el conjunto de evidencias es suficiente para proponer una hipótesis de viabilidad responsable: existe un camino posible para la internacionalización del mezcal en Costa Rica si, y solo si, se sostiene en estrategia, cumplimiento y educación.

A partir de ello, propongo tres líneas concretas para trabajos futuros y para la práctica profesional:

1. Investigación de precio y portafolio con técnicas de preferencia declarada y pruebas ciegas, para afinar rangos y estilos con mayor respaldo empírico.
2. Pilotos comerciales de tres a seis meses con importadores aliados, midiendo rotación, márgenes y repetición de compra por canal.
3. Programa de educación y marca país que integre catas guiadas, coctelería con identidad y narrativa de sustentabilidad, vinculando al mezcal con la gastronomía costarricense para fomentar pertinencia cultural.

México, mi país de origen, y Costa Rica, el país de mi esposa, comparten una sensibilidad por lo artesanal que vale la pena cultivar con respeto. En ese puente afectivo y profesional encuentro el motor de esta tesis: afirmar que la cultura puede dialogar con el mercado sin diluirse, siempre que quienes participamos seamos guardianes del origen y del oficio. Mi convicción personal y mi amor por el mezcal sale fortalecida: cuando se conjugan pasión, método y una visión clara, es posible convertir una idea en una propuesta sólida y responsable.

Deseo expresar mi más profundo agradecimiento al programa Titulación Ya, por brindarme el impulso necesario para retomar y concluir este proceso, así como a todos los involucrados. Gracias a este apoyo, hoy puedo cerrar con orgullo un capítulo importante en mi vida académica y abrir otro, con mayor preparación, en el ámbito profesional.

En suma, esta tesis aporta un marco práctico para evaluar la entrada del mezcal a Costa Rica y una hoja de ruta inicial para ejecutarla con prudencia: foco en nichos premium, cumplimiento impecable, educación del consumidor y escalamiento por fases. Ojalá que contribuya a fortalecer los vínculos entre México y Costa Rica desde una perspectiva no solo comercial, sino también humana y cultural. Con ello, cierro esta etapa con gratitud y con la certeza de que el camino del mezcal, andado con respeto, tiene todavía mucho por descubrir.

REFERENCIAS

- Avilés, K. (2004). El mezcal, de origen prehispánico, no español. México: La Jornada.
- Consejo Regulador del Mezcal (CRM). (2023). Informe anual sobre la producción y exportación de mezcal. Oaxaca, México: Autor.
- El Financiero. (2023). Preferencias del consumidor sostenible en Costa Rica. San José, Costa Rica: El Financiero.
- Euromonitor International. (2024). Informe del mercado de bebidas alcohólicas en Costa Rica. Londres, Reino Unido: Euromonitor International.
- Gobierno de México. (2023b). Zonas amparadas por la Denominación de Origen Mezcal. *Diario Oficial de la Federación*.
- Gómez, P., & Rodríguez, M. (2021). Percepción del consumidor costarricense sobre productos con denominación de origen. *Revista de Estudios Empresariales*, 45(2), 120-135.
- Gómez, S., Pérez, L., & Expo ANTAD. (2023). Análisis del mercado global de destilados premium. México: Expo ANTAD.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2023). Metodología de la investigación (8ª ed.). Ciudad de México, México: McGraw-Hill.
- Instituto Costarricense de Turismo (ICT). (2021). Sello Costa Rica Artesanal certifica productos auténticos y sostenibles. San José, Costa Rica: ICT.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024). Industria del Tequila y Mezcal en México: Reporte Económico Sectorial 2023. Aguascalientes, México: INEGI.
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2019). Economía internacional: Teoría y política (11ª ed.). Ciudad de México, México: Pearson.
- La Luna Mezcal. (2023). Proceso de producción del tequila y mezcal. Michoacán, México: Autor.
- Maxwell, J. A. (2023). Qualitative Research Design: An Interactive Approach (4ª ed.). California, EE.UU.: SAGE Publications.
- Mezcal Devoción. (s.f.). Proceso tradicional de cocción y fermentación del agave.

- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2024). Informe sobre comercio mundial de bebidas alcohólicas 2024. Ginebra, Suiza: OMC.
- Procomer. (2024). Reporte de consumo de bebidas alcohólicas en Costa Rica 2024. San José, Costa Rica: Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica.
- Ramírez, M. (2017). Pernod Ricard y la compra de mezcal artesanal: Estrategias del mercado global. Ciudad de México, México: El Economista.
- Sabino, C. (2024). El proceso de investigación. Buenos Aires, Argentina: Editorial Panapo.
- San José Volando. (2023). Innovaciones en destilados artesanales en el gusto costarricense. Publicación digital.
- Secretaría de Economía. (2023). Acuerdos comerciales entre México y Costa Rica. Ciudad de México, México: Autor.
- Secretaría de Economía. (2023). Informe sobre denominación de origen del mezcal en México. Ciudad de México, México: Diario Oficial de la Federación.
- Secretaría de Economía. (2023). Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-2016 Bebidas alcohólicas-Mezcal: Especificaciones y regulaciones comerciales. Ciudad de México, México: Diario Oficial de la Federación.
- Vargas, L., & Fernández, J. (2022). Tendencias del consumo de destilados en Costa Rica. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Vargas, J., & Pérez, A. (2023). Prospectivas del consumo sostenible en Centroamérica. San José, Costa Rica: PROCOMER.

ANEXOS

ANEXO A: Siglas y Abreviaturas

- **CRM:** Consejo Regulador del Mezcal
- **CRT:** Consejo Regulador del Tequila
- **DO:** Denominación de Origen
- **FOB:** Free on Board (Libre a Bordo)
- **CIF:** Cost, Insurance, and Freight (Costo, Seguro y Flete)
- **TLC:** Tratado de Libre Comercio
- **IVA:** Impuesto al Valor Agregado
- **IFAM:** Instituto de Fomento y Asesoría Municipal
- **IDA:** Impuesto de Desarrollo Agrícola
- **ICT:** Instituto Costarricense de Turismo
- **INEGI:** Instituto Nacional de Estadística y Geografía
- **OEC:** Observatorio de Complejidad Económica
- **OMC:** Organización Mundial del Comercio
- **PROCOMER:** Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica
- **CRIE:** Comisión de Registro e Importación de Etiquetas
- **MEIC:** Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica
- **NOM:** Norma Oficial Mexicana
- **B/L:** Bill of Lading (Conocimiento de Embarque)