

**Universidad Internacional de las Américas**

**Facultad de Ciencias Económicas  
Carrera de Comercio Internacional**

**Trabajo Final de Graduación para Optar por el Grado de  
Bachillerato en Comercio Internacional**

**Análisis de la internacionalización de las pequeñas y  
medianas empresas costarricenses productoras de  
mermelada de fruta de la GAM al mercado chileno en el  
período 2023-2024**

**María Fernanda Loaiza Cortés**

**Tutor: Fernelli Fallas Cerdas**

**San José, mayo 2024**

## Contenido

Dedicatoria .....	10
Agradecimientos .....	11
Resumen Ejecutivo .....	12
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA</b> .....	<b>13</b>
Justificación .....	14
Objetivos .....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos específicos. ....	16
Antecedentes .....	17
Tesis Internacionales .....	17
Tesis Nacionales.....	20
Proyecciones .....	24
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>26</b>
Mermeladas.....	26
Proceso de Fabricación de las Mermeladas .....	27
Industria de la Mermelada de Frutas en Costa Rica .....	28
Tipos de Mermeladas Producidas en Costa Rica .....	29
Mermelada de fresa.....	29
Mermelada de guayaba. ....	30
Mermelada de cas. ....	30
Pymes.....	31
Pymes a Nivel Mundial.....	31
Pymes en Costa Rica.....	32
Características de las pymes de Costa Rica en la industria de alimentos. ....	33
Pymes productoras de mermeladas en la GAM.....	34
Exportaciones.....	34
Exportaciones en Costa Rica .....	35
Requisitos para exportar desde Costa Rica.....	36
Factura comercial.....	38
Lista de empaque. ....	38

Manifiesto de carga.....	39
Conocimiento de embarque.....	39
Certificado de Origen.....	41
Internacionalización.....	42
Proceso de Internacionalización.....	43
Internacionalización de las pymes.....	44
Herramientas para la Internacionalización.....	45
Herramientas de información.....	46
Marketing digital.....	48
E-commerce.....	49
Medios de Transporte.....	50
Transporte Marítimo.....	50
Transporte Aéreo.....	51
Mercados Internacionales.....	51
Mercado Chileno.....	51
Patrones y tendencias de consumo en Chile.....	52
Requisitos arancelarios para el mercado chileno.....	52
Requisitos no arancelarios para el mercado chileno.....	53
Certificado de destinación aduanera.....	53
Autorización de uso y disposición de alimentos importados.....	53
Etiquetado.....	54
Rotulación general.....	55
Rotulación nutricional.....	55
Publicidad.....	56
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	57
Enfoque.....	57
Cualitativo.....	57
Diseño.....	58
Fenomenología Empírica.....	58
Población y Muestra.....	59
Población.....	59
Muestra.....	60

Unidades de Análisis.....	63
Instrumento .....	65
Proceso de Recolección de Datos .....	67
Fuentes de Información.....	68
Fuente Primaria.....	68
Fuente Secundaria.....	69
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	70
Unidad de Análisis 1: Proceso logístico.....	71
Categoría 1. Operador Logístico.....	72
Descripción. ....	72
Análisis. ....	73
Categoría 2. Cadena de Suministro.....	73
Descripción. ....	73
Análisis. ....	74
Categoría 3. Documentos Digitales .....	75
Descripción. ....	75
Análisis. ....	75
Categoría 4. Eficiencia.....	76
Descripción. ....	76
Análisis. ....	77
Categoría 5. Coordinación de Transporte .....	77
Descripción. ....	77
Análisis. ....	78
Categoría 6. Costos .....	79
Descripción. ....	79
Análisis. ....	80
Categoría 7. Tramitología .....	80
Descripción. ....	80
Análisis. ....	81
Unidad de Análisis 2: Requisitos .....	81
Categoría 1. Registro Exportador .....	82
Descripción. ....	82

Análisis. ....	83
Categoría 2. Entidades .....	83
Descripción. ....	84
Análisis. ....	84
Categoría 3. Permisos .....	85
Descripción. ....	85
Análisis. ....	86
Categoría 4. Certificado de Origen .....	87
Descripción. ....	87
Análisis. ....	88
Categoría 5. Etiqueta.....	88
Descripción. ....	88
Análisis. ....	89
Categoría 6. Certificación ISO.....	90
Descripción. ....	90
Análisis. ....	91
Categoría 7. Conocimiento de Embarque .....	92
Descripción. ....	92
Análisis. ....	93
Categoría 8. Factura Comercial .....	93
Descripción. ....	93
Análisis. ....	94
Categoría 9. DUA .....	95
Descripción. ....	95
Análisis. ....	96
Categoría 10. Impuestos.....	96
Descripción. ....	97
Análisis .....	97
Unidad de Análisis 3: Herramientas .....	98
Categoría 1. Asesoramiento .....	99
Descripción. ....	99
Análisis. ....	100

Categoría 2. Investigación de Mercado .....	101
Descripción. ....	101
Análisis. ....	102
Categoría 3. Plataforma en línea.....	102
Descripción. ....	102
Análisis. ....	103
Categoría 4. Tecnología .....	104
Descripción. ....	104
Análisis. ....	105
Categoría 5. Alianzas .....	106
Descripción. ....	106
Análisis. ....	107
Interpretación de Datos .....	108
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>109</b>
Conclusiones.....	109
Recomendaciones .....	112
Bibliografía .....	115
<b>APÉNDICE.....</b>	<b>128</b>

## **Ilustraciones**

Ilustración 1 Proceso de Fabricación de Mermeladas.....	28
Ilustración 2 Principales Productos Exportados en el 2021 .....	36
Ilustración 3 Requisitos Para el Registro Único de Exportador .....	37
Ilustración 4 Página de Internet del Sistema Integrado de Logística.....	47
Ilustración 5 Límites de Nutrientes Para Etiquetar los Sellos “ALTOS EN” .....	56

**Tablas**

Tabla 1 Muestras .....	62
Tabla 2 Unidades de Análisis .....	64
Tabla 3 Unidades y Categorías de Análisis.....	70

## Gráficos

Gráfico 1 América Latina y el Caribe (18 países): tasas promedio de implementación en la Encuesta mundial sobre facilitación del comercio digital y sostenible, 2019 (En porcentajes de la puntuación máxima).....	48
--	----

## **Dedicatoria**

*Esta investigación se la dedico a mi tita Nelly que siempre me enseñó con su ejemplo a dar lo mejor de mí y me brindó su amor tan grande. Además, la dedico a mis papás por su apoyo incondicional que siempre me han demostrado en cada etapa de mi vida.*

## **Agradecimientos**

*Le agradezco primeramente a Jehová Dios por darme las fuerzas necesarias y escucharme siempre en los momentos que más necesito.*

*Seguidamente, le doy gracias a mi papá, Francisco, por brindarme su amor, cuidado y enseñarme a nunca rendirme.*

*También a mi mamá, Rosy, le agradezco por su comprensión, amor y el estar pendiente de mí todos los días.*

*Además, quiero agradecerle a mis tíos, Evelyn y Johnny, por su cariño, motivación y estar al tanto del proceso de tesina.*

*De la misma manera, quiero agradecerle a mi amiga Pao por darme ánimo siempre que lo necesité.*

*Quiero agradecer especialmente a mi profesor de carrera y tutor, el Lic. Fernelli Fallas, por su dedicación a la enseñanza y por brindarme su tiempo, conocimientos y compromiso durante este proceso de investigación.*

*Y, por último, les agradezco a mis compañeras Carmen Calvo, Tiffany Cascante, Valeria Chaves, Nicole Guerrero y Nicole Quirós por apoyarme a lo largo de la tesina con mis dudas y brindarme siempre palabras de motivación.*

## **Resumen Ejecutivo**

La presente investigación expone un análisis sobre la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas costarricenses productoras de mermelada de fruta de la GAM al mercado chileno en el período 2023-2024. En este trabajo, se busca investigar sobre aspectos relacionados con el proceso logístico que las pymes necesitan saber para la internacionalización, así como requisitos fundamentales para exportar las mermeladas y herramientas que faciliten el acceso al mercado del país destino.

Para poder desarrollar la investigación, se utilizaron fuentes de información primarias y secundarias. Se destaca que el estudio es de carácter cualitativo y de diseño fenomenológico empírico. Asimismo, por medio de un cuestionario se entrevistaron a personas expertas y profesionales en logística, comercio internacional y aduanas, para que se pudiera obtener conocimiento relevante sobre el tema de internacionalización.

Mediante la aplicación de los instrumentos, se obtuvieron 22 categorías relacionadas con las unidades de análisis que surgen de las finalidades planteadas para este trabajo. Cada una de las categorías se analizó de manera detallada de acuerdo con las respuestas brindadas por la muestra y, posteriormente, se procedió a interpretar los datos que permitieron responder a los objetivos y al problema planteados en la investigación.

Con base en lo descrito anteriormente, se destaca como una de las conclusiones relevantes de la investigación que el éxito de la internacionalización de mermeladas al mercado chileno radica en que, durante el proceso logístico, se debe planificar adecuadamente y que durante este pueden surgir desafíos que las pymes deben enfrentar. Además, se requiere cumplir con los requisitos de registros y documentos para poder ingresar a Chile y, por último, se deben utilizar la tecnología, asesorías y alianzas como herramientas para un proceso óptimo.

## **CAPÍTULO I: PROBLEMA**

Costa Rica es un país que se encuentra localizado una región tropical, cuenta con un clima diverso, suelo fértil y una adecuada ubicación geográfica. Estas condiciones brindan la oportunidad para plantar una amplia y gran variedad de productos agrícolas, como las frutas. Por lo anterior, los costarricenses han aprovechado la producción de este tipo de alimento que se cosecha durante todo el año para desarrollar a partir de esta materia prima productos como jaleas, mermeladas y conservas.

Por medio de la agroindustria, las pequeñas y medianas empresas (pymes) costarricenses han tenido oportunidades de emprender, al transformar las materias primas agrícolas en nuevos productos finales a partir de una modificación que les añade un valor agregado. El proceso de producción de alimentos que las pymes llevan a cabo se basa en el conocimiento y especialidades que hayan adquirido previamente, ya sea por enseñanzas aprendidas o por el proceso de especialización, para crear un producto alimenticio nuevo.

Sin embargo, aunque las pequeñas y medianas empresas sepan elaborar adecuadamente el producto y venderlo a nivel nacional, se les hace difícil expandirse a mercados internacionales. Esto les obstaculiza llegar a obtener un crecimiento comercial y económico, así que dejan de lado la opción de la internacionalización, debido a la poca comprensión y falta de información sobre los aspectos involucrados que se deben considerar para exportar a distintos países, perdiendo de esta manera la oportunidad de progresar y maximizar su producción.

En relación con lo anterior, la Organización Mundial del Comercio argumenta en su informe sobre el comercio mundial que existen varios obstáculos comerciales que afectan a las pymes en la participación del comercio, como lo son los aranceles y las restricciones no arancelarias, la falta de conocimientos especializados y tecnológicos, bajo acceso a la financiación, costos de logística e incertidumbre reglamentaria. Destaca de igual manera la escasez de información sobre los mercados exteriores e incluye la complejidad de los trámites aduaneros. (OMC 2016).

Como se menciona anteriormente, para poder tener éxito en el mercado internacional las pymes deben tener conocimiento previo sobre lo que engloba una exportación. Si bien es cierto que diversas instituciones se centran en ayudar a las pequeñas y medianas empresas a crear y promover su trabajo para que tengan participación en el mercado nacional, además de brindarles ayuda para contar con estabilidad financiera, aun así es importante que estos pequeños emprendedores cuenten con capacitación necesaria para introducirse en un nuevo mercado extranjero como el chileno.

Debido a lo anterior y considerando que las pymes necesitan mercados potenciales, Chile surge como un país que cuenta con características que lo favorecen y lo hacen atractivo para aquellas empresas productoras de mermelada que buscan expandirse internacionalmente. Se destaca que Chile cuenta con una economía estable y rápido crecimiento en América Latina, los consumidores chilenos muestran preferencia por los alimentos listos para consumir, con ingredientes naturales y sabores exóticos, permitiendo una oportunidad para las mermeladas de frutas costarricenses.

Por consiguiente, debido a lo expresado en los párrafos anteriores, las pymes pueden aprovechar los recursos alimenticios que ofrece Costa Rica para expandirse a nivel internacional. Para esto, deben contar con un asesoramiento o una guía en donde puedan determinar un proceso adecuado de exportación, pero la información es escasa. Por lo tanto, se establece la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál sería el análisis de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas costarricenses productoras de mermelada de fruta de la GAM al mercado chileno en el período 2023-2024?

### **Justificación**

Las pequeñas y medianas empresas con el tiempo se han vuelto parte relevante de la economía en todos los países, incluyendo Costa Rica. Estas son importantes a nivel nacional debido a que influyen directa e indirectamente en la generación de una significativa cantidad de empleos. Es decir, generan un impacto positivo en toda la población costarricense, extendiendo el empoderamiento a las personas y promoviendo el desarrollo local. Según la Cámara de

Comercio de Costa Rica (CCCR, 2022) se toman en cuenta algunos datos notorios relacionadas con las pequeñas y medianas empresas, como los siguientes:

Costa Rica no difiere mucho de los datos mundiales relacionados a las PYMES, ya que el 47% de nuestro empleo es generado por este sector, que a su vez representa el 35.7% del Producto Interno Bruto en Costa Rica. Como dato a destacar el 48% de ellas es liderado por mujeres, por lo tanto, también constituyen una fuente de empoderamiento económico femenino. (párr.10)

Costa Rica y Chile son países que cuenta con una buena relación comercial, por lo que está vigente un Tratado de Libre Comercio, el TLC entre Centroamérica y Chile, el cual entró en vigor el 15 de febrero de 2002. Más adelante, Costa Rica llevó a cabo negociaciones con el país en cuestión, lo que resultó en la creación de un Protocolo Bilateral. Este registro permite conocer las condiciones de acceso al mercado y las reglas de origen. Además, ambos países cuentan con una similitud cultural que facilita la comunicación para la negociación; debido a esto, Canales (2021) anota lo siguiente.

Ambos países cuentan con economías complementarias y gran afinidad cultural, de esta manera, existe una admiración mutua entre ambos pueblos, traducida en una forma amistosa de relacionarnos. Esta cercanía permite incentivar no solo el comercio sino la inversión recíproca y abrir nuevas oportunidades de negocios y con ello mitigar los efectos adversos de la actual coyuntura a raíz de la pandemia. (párr.7)

El Ministerio de Economía Chileno, en colaboración con el Organismo Público InvestChile se encuentra constantemente en búsqueda de inversión extranjera. Recientemente concluyó una gira en Asia, destacando su alto interés en este aspecto. Schwerter (2023) destaca sobre Chile que “Ofrece un ambiente de inversión seguro y predecible, lo que es esencial para las empresas que buscan minimizar riesgos.” (párr.16) Debido a su posición como punto de entrada para el comercio, talento local y el apoyo gubernamental que brinda, Chile representa un lugar atractivo para las empresas costarricenses.

Además, el mercado de mermeladas en Chile presenta un panorama favorable, pues es de US\$45 MM y con alto potencial de crecimiento. Las importaciones de mermelada, bajo la partida 2007.99, para el año 2019 sumaron un total de US\$1.235.894; los sabores que más se

comercializan son durazno, frutilla, damasco, frambuesa y mora, destacando sabores premium por mejor opción (OCEX Chile, 2020). Sabiendo esto, las pymes costarricenses podrían introducir sabores de frutas exóticas como piña, guayaba y maracuyá, permitiendo posicionarse con productos diferentes de muy buena calidad y gourmet en el mercado, lo que representa un valor agregado.

Por medio de la presente investigación, se puede brindar un apoyo a las pequeñas y medianas empresas costarricenses que se encargan de producir mermelada de fruta y que deseen ser parte de las exportaciones que se realizan en el país. De esta manera, podrán ampliar su mercado, permitiendo aumentar el crecimiento económico en el país y mejorar la calidad de vida de muchas personas que se serían beneficiadas por las oportunidades de empleo que se generen.

Igualmente, se desea brindar una orientación para las pymes productoras de mermelada de fruta de la GAM durante el proceso de exportación a Chile, el cual es un país que puede ser beneficioso por la relación comercial que se ha tenido durante tantos años. Además, los emprendedores podrán tener a la mano información que servirá de guía, relacionada con el proceso logístico, trámites aduaneros y herramientas que pueden facilitar el desarrollo de la internacionalización.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas costarricenses productoras de mermelada de fruta de la GAM en el mercado chileno en el período 2023-2024.

### **Objetivos específicos.**

Estudiar el proceso logístico para la internacionalización de pymes productoras de mermelada de la GAM hacia el mercado chileno.

Determinar los requisitos para la exportación de las mermeladas hacia el mercado chileno.

Examinar posibles herramientas por parte de las empresas costarricenses para la internacionalización de mermeladas a Chile.

## **Antecedentes**

### **Tesis Internacionales**

La primera tesis internacional consultada es la de Henao *et al.* (2022) con el tema “Estudio de validación de la iniciativa emprendedora: creación de una empresa productora y comercializadora de mermeladas de frutas tropicales en la ciudad de Pereira (Risaralda)”, la realiza para la Universidad Católica de Pereira y opta por el grado académico de Administrador de Empresas.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Desarrollar un estudio de validación de la iniciativa emprendedora, creación de una empresa productora y comercializadora de mermeladas de frutas tropicales en la ciudad de Pereira (Risaralda), y los siguientes Objetivos Específicos: identificar el mercado a un nivel exploratorio, para el reconocimiento de la competencia, los clientes potenciales y los canales de distribución del emprendimiento, validar el mercado objetivo, a partir del desarrollo del producto mínimo viable, identificar las características técnicas y la estructura organizacional inicial requerida, definir el presupuesto de costos, gastos y de inversión del proyecto.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas, encuestas, fuentes de indagación, procura encontrar la respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que se debe continuar con el proceso de validación, ya que

se destacan oportunidades de mejora en el desarrollo y producción del producto, se deben tomar en cuenta normas técnicas del INVIMA, implementar un proceso comercial y conocer la respuesta de los canales de distribución. Por lo anterior, se recomienda “iterar sobre el modelo de negocio, realizando otra sesión de un grupo focal, efectuar un proceso de comercialización y generar nuevas métricas del desarrollo de producto”. (p.77).

La segunda tesis internacional consultada es la de Ramírez (2023) con el tema “Análisis de viabilidad para la comercialización de mermelada a base de frutas tropicales en el distrito III del Municipio de Managua 2024-2028”, la realiza para la Universidad Nacional Agraria y opta por el grado académico de Licenciatura en Agronegocios.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: analizar la viabilidad para la comercialización de mermelada a base de frutas tropicales en el distrito III del Municipio de Managua 2024-2028, y los siguientes Objetivos Específicos: determinar la viabilidad comercial de la mermelada a base de frutas tropicales a través de un estudio de mercado, identificar la viabilidad técnica de la producción de mermelada a base de frutas tropicales, determinar la viabilidad financiera de la producción y comercialización de mermelada a base de frutas tropicales.

La metodología que se emplea es el mixto, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: encuestas y análisis documental, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la comercialización de mermeladas es viable, ya que existe una alta demanda de este producto donde el consumidor prefiere como canal de distribución los supermercados; la viabilidad técnica permitió identificar que el área de productividad permite procesar el 20% de la oferta y, por último, la viabilidad financiera determina que existirá retorno de la inversión. Por lo anterior, se recomienda a la microempresa que se diversifiquen los productos, que se utilicen insumos naturales para la preparación de la mermelada y utilizar una buena práctica de manufactura e invertir en publicidad.

La tercera tesis internacional es la de Cedeño (2022) con el tema “Implementación de plan de negocio para la exportación de mermelada de guanábana con chía hacia Alemania”, la realiza para la Universidad Internacional del Ecuador y opta por el grado académico de Licenciada en Negocios Internacionales.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: implementar un plan de negocio para la introducción de mermeladas de guanábana con chía al mercado alemán, gozando de los beneficios saludables que poseen estos dos alimentos, y los siguientes Objetivos Específicos: recopilar la información necesaria para analizar la viabilidad del negocio para la introducción al mercado alemán, comprender y describir las características del mercado para implementar estrategias enfocada en la propuesta de valor, determinar el proceso logístico y los requerimientos que necesita el producto para su exportación.

La metodología que se emplea es el mixto, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: recolección de información y datos, encuestas, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de investigación, cuando el autor indica que “el presente plan de negocio de exportación de mermeladas de guanábana con chía hacia Alemania cumple con las exigencias del mercado alemán en temas como empaques, etiquetados y demás requerimientos solicitados para su respectiva exportación” (p.120) Para lo anterior se recomienda “estar en constante actualización de las tendencias y preferencias de los consumidores alemanes, que ayudarán a saber con certeza cuales combinaciones de mermeladas desearían en un futuro para poder atrapar al consumidor”. (p.122).

La cuarta tesis internacional consultada es la de Asunción y Herrera (2021) con el tema “Plan de negocio para la comercialización de mermelada de fruta de pan (jaca-jackfruit) endulzado con Stevia para el mercado chilena”, la realiza para la Universidad de Guayaquil y opta por el grado académico de Ingeniero en Comercio Exterior.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Producir y Comercializar mermelada de jackfruit (*Artocarpus heterophyllus*) endulzada con Stevia, y los siguientes Objetivos Específicos: identificar los recursos, materia prima, material de empaque, proveedores sean calificados, planificar actividades para la elaboración de mermelada de fruta de pan jackfruit endulzada con Stevia, analizar los canales de distribución para la comercialización de este producto.

La metodología que se emplea es el mixto, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: encuesta y entrevista, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “Todos los objetivos de marketing, administrativos, exportación y financiero son positivos, por lo tanto, su gestión de desarrollo amerita una participación inmediata de crédito bancario para optar por la inversión”. (p.121). Por lo anterior, se recomienda “implementar nuevas maquinarias y con más tecnología con esto se busca optimizar recursos y el tiempo de elaboración del producto”. (p.122).

### **Tesis Nacionales**

La primera tesis nacional consultada es la de Navarro (2020) con el tema “Propuesta de generación de valor agregado en la zona de Tucurrique para la industrialización y comercialización de la fruta del pejibaye”, la realiza para la Universidad Nacional de Costa Rica y opta por el grado de Licenciatura en Economía.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: identificar los elementos esenciales que se requieren para la generación de valor agregado la zona de Tucurrique, para la industrialización y comercialización de la fruta del pejibaye, y los siguientes Objetivos Específicos: señalar los elementos económicos y sociales que posee y debe de potencializar la zona de Tucurrique que permitan la generación de valor agregado en la fruta del pejibaye, categorizar las etapas que integrarían el proceso de industrialización de la fruta del

pejibaye, determinar las fases y procesos comerciales requeridos para la comercialización de la fruta del pejibaye, presentar una propuesta integral de elementos sociales y económicos que son requeridos en la generación de valor agregado en la zona de Tucurrique para la industrialización y comercialización de la fruta del pejibaye.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: observación y entrevistas, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “El potencial de transformación del pejibaye no ha sido desarrollado por varios factores, pero principalmente por la falta de recursos y unión de sus pobladores ya sea productores locales como de las diferentes fuerzas vivas de la comunidad”. (p.106). Para lo anterior se recomienda:

Crear una oficina de información comercial para que los productores locales y potenciales inversionistas puedan conocer los proyectos en camino enfocados en el pejibaye, junto con el acceso a información de primera mano sobre lo que significa el proyecto para el bienestar de la comunidad. Los encargados de la oficina sería una mezcla entre conocedores del pejibaye y personal enfocada en las áreas de administración, economía, tecnología de alimentos, mercadólogos, ingenieros agrónomos, esta iniciativa debe ser fomentada por el Gobierno Local, Asociaciones de Desarrollo, Centro Agrícola Cantonal, organizaciones privadas. (p.91)

La segunda tesis nacional consultada es la de Corrales y Fernández (2022) con el tema “Desarrollo de la estrategia de inserción al mercado internacional para la pequeña empresa Mística Chocolate, San Ramón, Costa Rica 2022”, la realiza para la Universidad Técnica Nacional y opta por el grado académico de Licenciatura Logística Internacional.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: definir la estrategia de inserción al mercado internacional para la empresa Mística Chocolate en el 2022, y los siguientes Objetivos Específicos: realizar el diagnóstico de exportación a la empresa Mística Chocolate para el 2022, analizar el mercado meta internacional, identificando características y

tendencias del consumidor para la inserción de Mística Chocolate en el mercado panameño en 2022, identificar los requisitos legales, comerciales y aduaneros para la exportación de los productos de la empresa Mística Chocolate en el 2022, identificar los medios de financiamiento y asesoramiento para la exportación de productos costarricenses en el 2021-2022, desarrollar el plan logístico para la inserción en el mercado internacional de la empresa Mística Chocolate en el 2022.

La metodología que se emplea es la mixta, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: formulación del diagnóstico, entrevista y encuesta, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “Para Mística Chocolate el contar con el plan logístico, le brindaría la información necesaria, los puntos correctos, aptos y en los que más se debe de focalizar para poder tener éxito en la demanda en el mercado panameño”. (p.141). Para lo anterior, se recomienda “a Mística poder analizar cada uno de los pasos planteados en el presente proyecto, poder entenderlos y aplicarlos es la clave fundamental para llevar con éxito su primera exportación”. (p.145).

La tercera tesis nacional consultada es la de Gutiérrez (2018) con el tema “Analizar las estrategias de internacionalización que requieren las PYMES del sector alimenticio del área metropolitana costarricense para ingresar al mercado del CARICOM para el primer cuatrimestre del año 2018”, la realiza para la Universidad Latina de Costa Rica y opta por el grado de Licenciatura en Administración de Negocios con énfasis en Comercio Internacional.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: analizar las estrategias de internacionalización que requieren las PYMES del sector alimenticio del área metropolitana costarricense para ingresar al mercado del CARICOM, para el primer cuatrimestre del año 2018, y los siguientes Objetivos Específicos: identificar las potencialidades que tienen las PYMES del sector alimenticio en el mercado nacional, identificar el canal de distribución más factible para

exportar alimentos hacia el CARICOM, establecer los beneficios que pueden tener las PYMES al internacionalizar sus productos en los países que conforman el CARICOM.

La metodología que se emplea es el mixto, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevista, procura encontrar la respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta a objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que las pymes desconocen el proceso de internacionalizar sus productos por falta de capacitación, el canal de distribución más factible para el mercado del Caricom es el de *brokers* y, por último, el beneficio de exportar sus productos a otros mercados como el que se presenta en la investigación permitirá el crecimiento de la empresa, generando un valor agregado a los productos. Para lo anterior, se recomienda que

A los entes encargados de promover las exportaciones en el país a implementar programas que estén destinados a educar, actualizar e incentivar particularmente a los pequeños empresarios, para que de esta manera las PYMES se especialicen en el proceso y se atrevan a expandirse fuera. (p.59)

La cuarta tesis nacional consultada es la de Agüero *et al.* (2019) con el tema “Estudio de prefactibilidad de empresa productora de mermeladas artesanales en agua Buena de Coto Brus, para el año 2019”, la realiza para la Universidad Nacional y opta por el grado de Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Gestión Financiera.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: elaborar un estudio de prefactibilidad de empresa productora de mermeladas artesanales en el sector de Agua Buena, Coto Brus para el año 2019, y los siguientes Objetivos Específicos: conocer la viabilidad del mercado en relación con la oferta, demanda, gustos y preferencias de los consumidores de una empresa productora de mermeladas artesanales en Agua Buena de Coto Brus para el año 2019, identificar aspectos técnicos para la operación de una empresa productora de mermeladas artesanales en Agua buena de Coto Brus para el año 2019, describir los requerimientos legales y ambientales para iniciar una empresa productora de mermeladas artesanales en Agua Buena de Coto Brus para el año 2019, estimar los costos de inversión, operativos, administrativos,

financieros de una empresa productora de mermeladas artesanales en Agua Buena de Coto Brus para el año 2019, sugerir estrategias para la toma de decisiones de la empresa productora de mermeladas artesanales en Agua Buena de Coto Brus para el año 2019, evaluar la rentabilidad financiera para implementar una empresa productora de mermeladas artesanales en Agua Buena de Coto Brus para el año 2019.

La metodología que se emplea es el mixto, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: cuestionario, entrevista y observación, procura encontrar la respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta a objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que “la empresa productora de mermeladas artesanales La Tentación no es rentable, bajo las condiciones de costos y competencia, por lo tanto, no es conveniente financiar el negocio”. (p.97). Para lo anterior, se indica que “El proyecto no se recomienda debido a la volatilidad que presenta el proyecto ante diversos factores, como competencia, ubicación, costumbre de consumo por productos posicionados [...] el proyecto genera pérdidas, y en algunos casos ganancias mínimas”. (p.97).

### **Proyecciones**

- En primer lugar, se busca estudiar el proceso logístico relacionado con la internacionalización de las mermeladas de fruta elaboradas por las pymes costarricenses dentro del Gran Área Metropolitana (GAM). Lo anterior con la finalidad de brindarle a aquellas pequeñas y medianas empresas relacionadas con la comercialización de alimentos una base para que efectúen exitosamente el proceso de internacionalización.
- En segundo lugar, se pretende determinar los requisitos necesarios que las pymes productoras de mermelada de fruta de la GAM deben cumplir para completar adecuadamente la exportación al mercado chileno. Lo anterior busca ofrecer a los emprendedores una guía que podrán consultar siempre para asegurarse de que los requerimientos que necesitarán para el proceso de internacionalización están a la mano.

- Por último, se aspira a investigar herramientas que las pymes productoras de mermelada de fruta lleguen a utilizar para el proceso de internacionalización con el fin de que se le facilite el acceso al mercado consumidor de mermelada en Chile. Actualmente existen distintos métodos y estrategias que los emprendedores pueden implementar para que la aceptación del producto en el país destino se realice de manera segura y efectiva, por lo cual será de gran ayuda contar con el conocimiento de dichos instrumentos.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### Mermeladas

La mermelada es un producto agroindustrial, es decir, un alimento procesado para consumo humano. Este se obtiene del proceso de la cocción de una fruta con la madurez adecuada, la mayoría se producen a base de frutas o verduras; junto con otras mezclas y la suma de azúcar o edulcorantes, permiten la creación de esta mercancía. Los ingredientes que lleva pueden ser añadidos en porción entera, trozos, pulpa o jugos, y cuenta con una consistencia pastosa o gelatinosa. Escobar *et al.* (2021) menciona la diferencia entre jalea y mermelada:

La mermelada es un producto que se prepara a partir de la cocción del fruto entero, en trozos o tamizados y la adición de azúcar, hasta conseguir un producto semifluido y espeso [1]. A diferencia de una jalea que es producto preparado por la cocción de frutas clarificados y azúcares hasta conseguir una consistencia tipo gel [2]. (p.50)

Para la elaboración de la mermelada, se pueden mencionar algunos principales ingredientes como la fruta, pectina, ácido, glucosa, azúcar, colorantes y preservantes. Se pueden escoger las naranjas, las cuales tienen un grado alto en pectina, también se pueden incluir otras con un mediano contenido de esta, como fresas, frambuesas y moras. Estos alimentos deben estar maduros para que logren aportar un buen sabor y aroma a la mezcla de esta preparación.

Dentro de las materias primas se encuentra la pectina, la cual sale de la membrana de frutas tropicales que logran la coagulación de la mermelada y que esta tenga una consistencia gelatinosa. El ácido es una sustancia que posibilita acidificar la mezcla, produce brillo y color. La glucosa permite que producto obtenga fluidez y transparencia, sin que se formen cristales de azúcar. El colorante aporta pigmentación en caso de que lo necesite. Y el conservante evita el deterioro del alimento, se pueden usar el sorbato de potasio y benzoato de sodio. (Vitonera, 2020)

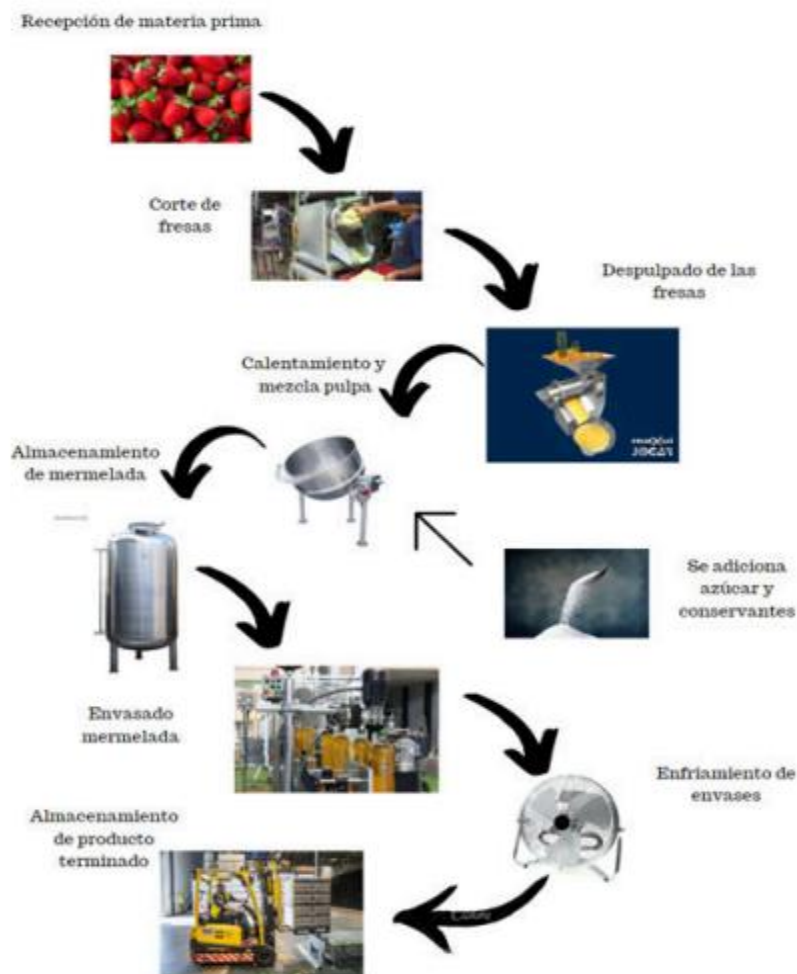
## Proceso de Fabricación de las Mermeladas

El proceso de fabricación de las mermeladas consta de nueve pasos para lograr adecuadamente el producto final; de acuerdo con Escobar *et al* (2021), se procede a especificar cada uno de estos puntos a seguir:

- Se empieza con la recepción y pesaje donde se escogen las frutas, tomando en cuenta su madurez, y se procede a pesarlas para calcular la cantidad de insumos.
- Acto seguido, se procede con el lavado y desinfección, el cual consta de eliminar los residuos de tierra que estén en la fruta para remover la carga microbiana.
- Luego, en el partido, despulpado y tamizado se procede a obtener la pulpa y el jugo de las frutas por medio de un tamiz o extractor de jugos.
- Después, en el pesado, se calcula la cantidad de zumo de fruta que llevará la mermelada, junto con otros insumos, y se mezclan todos los ingredientes.
- Se continúa con el proceso de evaporación y concentración, el cual implica que los ingredientes se someten a calor y después se les añaden el azúcar y pectina junto con otros ingredientes, hasta que logre su punto de cocción para pasar a retirarlos para su enfriamiento.
- Adicionalmente, el envasado y sellado se realiza con un equipo de llenado en envases esterilizados, secos y calientes.
- Posteriormente sigue el paso del enfriado para que la mermelada esté a temperatura ambiente.
- Por último, se realiza el almacenado cuando ya las etiquetas se le hayan puesto al producto y se almacenan en un lugar fresco y seco.

## Ilustración 1

### Proceso de Fabricación de Mermeladas



Fuente: Muñoz *et.al* (2021)

## Industria de la Mermelada de Frutas en Costa Rica

En Costa Rica, la producción de mermelada se puede encontrar en distintas partes del país. El clima de las regiones ha permitido que se logre cultivar variedades de frutas, donde las personas con una visión de emprender le han dado una posibilidad a la agroindustria y se han visto beneficiadas por contar con una prosperidad en este sector. Lo anterior ha permitido que se

creen empresas con un negocio competitivo y con el potencial de hacer llegar sus productos a la población nacional e internacional.

La industria alimentaria costarricense es variada, por lo cual ha generado oportunidades de negocio con alimentos de bastante demanda, facilitando que la oferta diversificada de este sector continúe posicionándose. Además, del 2017 al 2019 destacaron varios productos de este sector con mayor crecimiento, dentro de esos se encuentran las confituras, jaleas y mermeladas, purés y pastas de frutas u otros frutos con una tasa de crecimiento anual de 12%. (Comex,2020).

### **Tipos de Mermeladas Producidas en Costa Rica**

A partir de los pasos anteriormente descritos sobre la fabricación de las mermeladas, se sabe que este producto se crea a base de frutas y no se restringe la variedad de estas; por lo que dentro del mercado costarricense existen distintas opciones de compra que los consumidores pueden escoger con distintos sabores y características de acuerdo con las empresas que las crean. A continuación, se exponen algunos de los tipos de mermeladas de frutas que se pueden adquirir en el país.

#### **Mermelada de fresa.**

La fresa es una fruta que tiene una forma casi redonda, de color rojo con sépalos verdes, con un sabor que es entre ácido y dulce; además, es rica en vitaminas A y C. Tiene el nombre científico de *Fragaria*, “es una planta herbácea originaria del continente americano. La variabilidad genética, ha permitido adaptarse a un amplio rango de condiciones ambientales. Se encuentra en forma silvestre, desde las zonas más frías hasta las más cálidas”. (Benavides *et al*, 2022, p.1).

Para el proceso de preparación de las mermeladas, se les debe quitar los tallos y las hojas a la fresa y se deben lavar correctamente para eliminar la tierra que puedan aún tener adherida. En la etapa de su selección, se eligen las que se encuentren en un punto de maduración apto y a

la vez frescas para que la mezcla que se realice llegue a obtener un adecuado sabor, siempre incluyendo los demás pasos que se necesitan para su correcto uso.

### **Mermelada de guayaba.**

La guayaba es una fruta tropical redonda de color verde claro por fuera y por dentro de color rosado, que se obtiene de un árbol frondoso. Su nombre científico es el *Psidium guajava*, “perteneciente a la familia Myrtaceae, es oriundo de las Américas, pero fue introducido a otras regiones del mundo donde actualmente se encuentra naturalizado”. (García, 2023, p.5). Cuenta con un valor nutricional alto debido a que aporta vitaminas y minerales.

El consumo de guayaba tiene también fines medicinales, incluyendo las hojas y la corteza del fruto. Por otro lado, su uso principal es el de consumo en su estado natural, madura y fresca, que es perfecta como materia prima para la fabricación de las mermeladas de este particular sabor. El fruto se debe lavar y pelar adecuadamente, y ser picado en trozos para que se le realice el proceso debido para la mermelada. En Costa Rica es un producto popular y se encuentra fácilmente disponible.

### **Mermelada de cas.**

El cas es una fruta de apariencia verde y cuenta con un sabor particular agridulce. Su nombre científico es *Psidium friedrichsthalianum*, viene de la misma familia que la guayaba. “Su origen se ubica en tierras centroamericanas, y muchos autores coinciden que se localiza en Costa Rica. Actualmente, su distribución va desde el sur de México hasta Ecuador. El nombre ‘cas’ proviene del vocablo indígena brunca costarricense ‘kas’”. (Masís, 2023, párr.3).

La oferta de mermelada de cas en Costa Rica la generan pequeños productores, aunque la fruta es originaria del país y es cultivada en diferentes regiones, se elabora a pequeña escala y es vendida a nivel local. La producción consta de una buena preparación del fruto, retirando sus semillas y triturándolo hasta obtener la pulpa, siempre con el mismo cuidado que llevan las otras frutas.

## **Pymes**

Alrededor del mundo dentro del sector empresarial se escucha lo que las pequeñas y medianas empresas (pymes) han llevado a cabo y lo que generan a nivel económico en su respectivo país. Por esta razón, es importante mencionar cómo se definen este tipo de compañías. En la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Mediana empresas en Costa Rica, Ley 8262, se incluye una gama de artículos que dictan la creación, características y requerimientos que se relacionan con estas organizaciones. En concordancia con este decreto, se define lo que son estas entidades:

Para todos los efectos de esta Ley y de las políticas y los programas estatales o de instituciones públicas de apoyo a las pymes, se entiende por pequeñas y medianas empresas (pymes) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica. (Art.3, Ley No 8262, p.1)

Para definir lo que son las pequeñas y medianas empresas, esta ley mencionada anteriormente deja en claro que contarán con características cuantitativas donde serán percibidas según el sector económico en que se encuentre, ya sea industrial, comercial, agropecuaria o de servicios. Asimismo, estas organizaciones se diferencian por la cantidad de trabajadores, número de ventas y activos. Del mismo modo que otras empresas realizan sus obligaciones tributarias, las pymes también deben hacerlo.

### **Pymes a Nivel Mundial**

En el mundo las pymes son consideradas grandes actores que permiten el crecimiento potencial de los países. Son también consideradas motores que influyen en el desarrollo económico de las naciones y mantienen los medios de subsistencia para los trabajadores que son más pobres, mujeres, jóvenes, entre otros. Naciones Unidas (2023) menciona sobre estas que

“representan el 90% de las empresas, entre el 60 y el 70% del empleo y el 50% del PIB mundial”. (párr. 5) Es decir, tienen el potencial de transformar las economías.

A nivel latinoamericano, se entiende que pueden generar un desarrollo de impacto en cada país. Según CEPAL (2020), generan su participación en el PIB del 25% y “Considerando la economía formal, las mipymes representan el 99,5% de las empresas de la región y la gran mayoría son microempresas (88,4% del total).” (p.13) Por otro lado, esto contrasta con los países de Europa, donde la cifra del PIB es en promedio del 56%, debido a que “en la Unión Europea el peso relativo de las mipymes en el empleo formal es aún mayor que en América Latina y alcanza el 69,4%”. (p.18). Además, el Parlamento Europeo (2023) a continuación agrega valiosa información sobre el estado en que se encuentran actualmente:

Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (pymes) constituyen el 99 % de las empresas de la Unión. Crean dos de cada tres empleos del sector privado y contribuyen a más de la mitad del valor añadido total generado por las empresas en la Unión. Se han puesto en marcha diversos programas de acción al objeto de incrementar la competitividad de las pymes gracias a la investigación y la innovación y mejorar su acceso a la financiación. Se han tenido, asimismo, en cuenta la consecución de la neutralidad en carbono y la transición digital en las estrategias adoptadas con la finalidad de conseguir unas mejores condiciones marco para las pymes. Por otra parte, las repercusiones de la pandemia de COVID-19 y la guerra en Ucrania han impulsado nuevos planteamientos en lo que respecta a la reactivación económica, la reconstrucción y el fortalecimiento de la resiliencia de las pymes. (párr.1)

Por lo expresado anteriormente, las pymes han tenido gran relevancia en la economía de los países. A pesar de su éxito, enfrentaron desafíos durante la pandemia de COVID-19 y debido a temas relativos a la digitalización. En consecuencia, es importante abordar temas que apoyen a los emprendedores, así como habilitarles el acceso a los mercados y a la tecnología con medios más sencillos para su beneficio.

## **Pymes en Costa Rica**

A nivel nacional, las pequeñas y medianas empresas son como una columna vertebral que permiten que la economía costarricense se vea beneficiada, generando una cantidad significativa

de empleos. Según el INEC (2023), “se estiman que en Costa Rica existen 410 745 microempresas de los hogares en el país, lo que evidencia una disminución de 9,7% en comparación al año 2021, cuando se contabilizaron 454 650”. (párr.1).

Según la Cámara de Comercio de Costa Rica (2022), el país “no difiere mucho de los datos mundiales relacionados a las PYMES, ya que el 47% de nuestro empleo es generado por este sector, que a su vez representa el 35.7% del Producto Interno Bruto en Costa Rica”. (párr.10) Además, se destaca lo importante que es a nivel de género, ya que “el 48% de ellas es liderado por mujeres, por lo tanto, también constituyen una fuente de empoderamiento económico femenino.” (párr.10).

### **Características de las pymes de Costa Rica en la industria de alimentos.**

Las pequeñas y medianas empresas que son parte de la industria alimentaria se dedican a la producción y comercialización de productos variados, desde agrícolas hasta los que son procesados, como la mermelada, o manufacturados. Muchas pymes toman en cuenta el origen de tradiciones y valor cultural de la zona desde donde se producen para poder posicionarse por medio de la creación de un valor agregado. Estas brindan un aporte significativo al país, Usaga (2020) describe este sector a continuación.

La industria alimentaria en Costa Rica representa el 6 % del producto interno bruto (40 % del producto interno bruto industrial), ofrece alrededor de 54 000 empleos directos y es responsable del 16 % de las exportaciones, con una participación poco despreciable de un 67% de medianas y pequeñas empresas. Esta industria se alimenta en gran medida del trabajo del agro local, privilegiado por las condiciones climáticas, calidad de suelos, ubicación geográfica y principalmente el empuje de los productores primarios. (párr.3).

Las pymes de este sector de alimentos no solo participan dentro del mercado nacional, sino que se han podido expandir fuera de las fronteras del país para incursionar en el comercio internacional. Se encuentran una serie de productos de este tipo de empresas que exportan, de acuerdo con Usaga (2020), “los principales productos costarricenses de exportación abarcan jugos y concentrados de frutas, carne, café, jaleas, mermeladas y conservas, tilapia, azúcar, atún

procesado, salsas, condimentos y conservas, palmito, productos lácteos, panadería y repostería.” (párr.4)

### **Pymes productoras de mermeladas en la GAM.**

En la Gran Área Metropolitana (GAM) se han destacado pequeñas y medianas empresas productoras de mermelada, las cuales han demostrado tener un adecuado manejo de planificación, conocimiento del mercado, calidad en el producto, gestión eficiente, entre otros. El buen desarrollo de estos aspectos ha permitido contribuir al éxito que tienen a nivel país. Estas pymes ofrecen variedades de sabores y productos de calidad que les permite ofrecer a los consumidores una alta disponibilidad de mermeladas.

Existen empresas costarricenses de mermelada que se pueden encontrar en la GAM que cuentan con presencia internacional, entre las cuales se destacan reconocidas marcas como El Ángel, Tricopilia y Productos Ujarrás. Esta última es un ejemplo de éxito en el programa Crecimiento Verde, el cual “(...) identifica pequeñas y medianas empresas costarricenses que tengan un potencial de exportación para ofrecerles oportunidades de financiamiento no reembolsable que les permita realizar una mejora en sus procesos o en los productos o bienes que la empresa vende”. (Garza, párr.2, 2020).

### **Exportaciones**

Las empresas se encuentran plenamente conscientes de que actualmente existe un mercado globalizado que logra facilitar la adquisición de sus productos desde cualquier parte a nivel mundial. Este acceso permite realizar un intercambio de bienes más allá de las fronteras nacionales. Las compañías, al realizar exportaciones, generan un beneficio para ellas y para los compradores en los demás países, quienes pueden encontrar productos que no están disponibles, debido a que no se producen localmente. Castro (2020) explica detalladamente lo que implica una exportación:

La exportación se refiere a aquella actividad comercial a través de la cual un producto o un servicio se venden en el exterior, es decir, a otro país o países. O sea, que la exportación es una actividad comercial legal que un país realiza con otro que justamente pretende, ya sea para usar o consumir, algún producto o servicio que se produce en la otra nación. (p.7)

Tener claro este concepto forma parte del proceso de internacionalización que las empresas productoras de las mermeladas realizarán para hacer llegar sus productos a otros países. Cabe destacar que, para realizar una exportación, no es necesario contar con dimensiones significativas para exportar. El comprador extranjero se fija en la calidad del producto, el precio y el servicio que les estarán brindando.

### **Exportaciones en Costa Rica**

Costa Rica ha tenido una trayectoria significativa con respecto a su actividad exportadora. En sus inicios, utilizó el modelo agroexportador con la especialización en productos conocidos como el café y banano, debido a que el sector respondió bien. Con el tiempo, se diversificó y la oferta exportadora se amplió, permitiendo el intercambio de productos que no fueran exclusivamente tradicionales. Esta acción ha permitido al país aprovechar oportunidades de diversa demanda internacional. Parada *et.al* (2019) describe a continuación el desarrollo que ha tenido la nación:

El modelo agroexportador basado en el monocultivo del café y el banano integró a Costa Rica al mercado internacional en el siglo XIX y XX. A partir de la segunda mitad del siglo XX, se asumió el modelo de Industrialización por Sustitución de Importaciones, el cual se agotó en la década de los 1970, producto de causas internas y externas; dando paso en la década de los 1980 a un nuevo patrón de crecimiento, basado en la estrategia de promoción de las exportaciones no tradicionales a terceros mercados. (p.1)

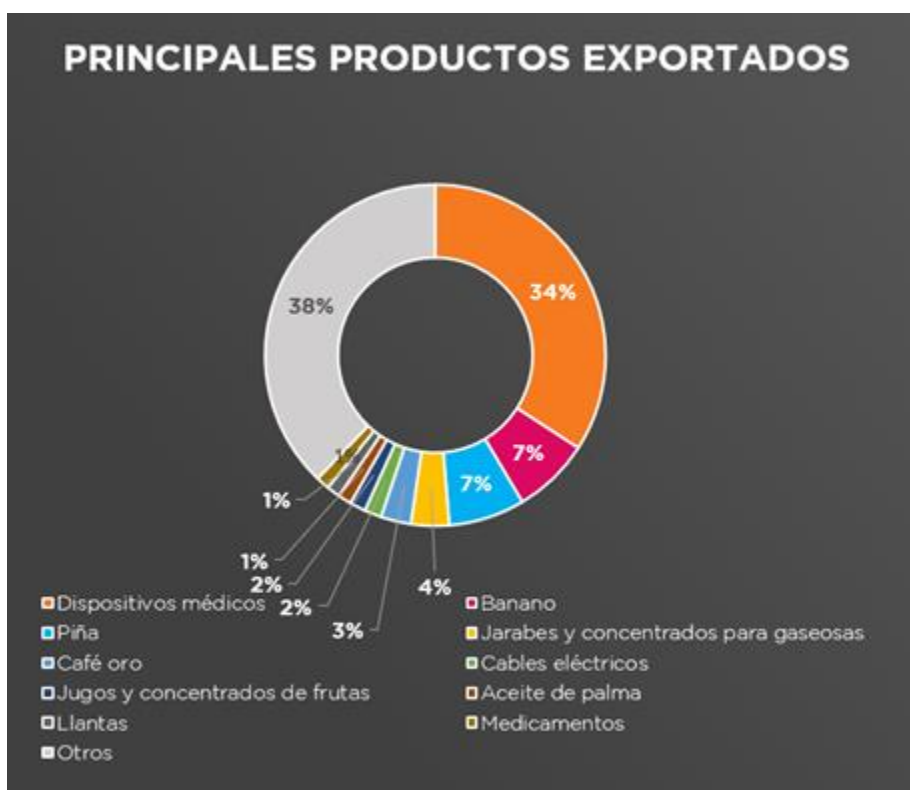
Al introducir la exportación de productos no tradicionales, se promovió la venta de distinta variedad de productos a varios países. Se destacan entre las mercancías los dispositivos médicos, medicamentos, cables eléctricos, llantas, productos de la industria alimentaria, entre otros. Se ha observado un aumento a nivel de mercados en las regiones de destino, de acuerdo con Procomer (2023), “Las exportaciones nacionales hacia América del Norte tuvieron un

crecimiento de 30%, hacia América Central aumentaron en 28%, hacia Europa un 19%, Asia creció un 19%, el Caribe un 9% y América del Sur un 16%”. (párr.7)

El sector exportador se ha consolidado cada vez más en los mercados internacionales, lo cual se refleja en la cifra del primer semestre del año 2023, que sumó un total de \$9.061 millones. Este monto representa un crecimiento en las exportaciones de bienes del 24% a comparación con el mismo período de 2022, colocándose como uno de los aumentos más altos y sólidos de los último cinco años. (Procomer, 2023)

## Ilustración 2

*Principales Productos Exportados en el 2021*




Fuente: PROCOMER (2021)

## Requisitos para exportar desde Costa Rica.

Por medio del Ministerio de Hacienda de Costa Rica, la población interesada en exportar puede encontrar una guía de los requisitos que conlleva este proceso. Como primer punto, se debe cumplir con el Registro como exportador ante Procomer, tanto la persona jurídica como física puede solicitarlo mediante la plataforma de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, donde se podrán registrar las firmas de las personas autorizadas. A continuación, se aprecian los requisitos para el registro en el VUCE.

### Ilustración 3

#### *Requisitos Para el Registro Único de Exportador*

CÉDULA FÍSICA-RESIDENCIA	CÉDULA JURÍDICA	PARA FIRMAR DIGITALMENTE
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Imagen del documento de identificación del exportador vigente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Imagen de la personería jurídica digital, notarial o registral (No puede superar 1 mes de emitida)</li> <li>❖ Imagen del documento de identificación del representante(s) legal vigente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Firma Digital y Lector (Cada representante debe contar con su dispositivo de Firma Digital y su respectivo lector).</li> <li>❖ Drivers y Certificados de Firma Digital instalados en su equipo. (más información en <a href="http://www.soportefirmadigital.com">www.soportefirmadigital.com</a>).</li> <li>❖ Computadora portátil o tipo escritorio, que utilice sistema operativo Windows (Recomendado Windows 7 o superior).</li> <li>❖ Dado que el sistema VUCE 2.0 opera como un Aplicativo Web, es requerido contar con conexión a Internet de forma permanente.</li> <li>❖ Navegador Internet Explorer 11. </li> <li>❖ Java actualizado en su versión más reciente (más información en <a href="http://www.java.com">www.java.com</a>).</li> </ul>

Fuente: Procomer (2020)

En el mismo sitio del Ministerio de Hacienda (2023) se destaca que, para poder cumplir con el proceso de exportación, se debe poseer documentos obligatorios como la factura comercial, la cual es exigida por la Administración Tributaria de Costa Rica. Asimismo, se

requiere la lista de empaque, manifiesto de carga, conocimiento de embarque, la Declaración Única Aduanera de exportación, certificado de origen y permisos de exportación en caso de ser requeridos, como, por ejemplo, notas técnicas.

Además de lo expuesto anteriormente, existen requerimientos no obligatorios que son unos documentos opcionales. Estos se incluyen según la necesidad del exportador y facilitan el trámite de exportación, como la póliza de seguro, la carta de instrucciones al Agente Aduanero, la carta de instrucciones al transportista, certificado de calidad y/o cantidad. El Ministerio de Hacienda (2023) suma lo siguiente a estos requisitos, en caso de considerar necesarios los términos de contratación internacional y el contrato de compraventa internacional.

### ***Factura comercial.***

La factura comercial es un documento que permite comprobar la venta entre el comprador y el vendedor. Esta es creada por el exportador indicando el valor y precio, permite el despacho aduanero en origen y destino, por lo que es una base para aplicar los derechos arancelarios y evidenciar la transacción financiera. La Ley General de Aduanas, Ley 7557, en su artículo 266, indica que es un: “Documento expedido conforme a los usos y las costumbres comerciales, justificativo de un contrato de compraventa de mercancías o servicios extendido por el vendedor a nombre y cargo del comprador”. (p.142).

### ***Lista de empaque.***

Es un documento complementario a la factura comercial que permite identificar la mercancía, se puede obtener información exacta y detallada sobre este. Además, es una herramienta en el proceso logístico para llevar a cabo el manejo de las cargas y adaptación del servicio. Los detalles que se determinan en la lista de empaque son: descripción, cantidades de los productos, cantidad de cajas, peso bruto, peso neto, tamaño y dimensiones. (Procomer, 2020a, p.6).

### ***Manifiesto de carga.***

Es un contrato que se realiza con el transportista y ampara la mercancía ante las autoridades. La Ley General de Aduanas, Ley 7557, artículo 266 menciona la definición de lo que es el manifiesto de carga: “Documento emitido por el responsable de transportar las mercancías; contiene la descripción de los bultos u otros elementos de transporte de cualquier clase a bordo del vehículo excepto los efectos postales y los de tripulantes y pasajeros”. (p.142).

### ***Conocimiento de embarque.***

Este tiene por concepto un recibo o título de propiedad que sirve como contrato dado por el transportista o entre la empresa naviera y el remitente. Este documento adquiere una denominación distinta según el medio de transporte que se vaya a utilizar: Bill of Lading (BL) cuando el medio es marítimo, Guía Aérea o Airway Bill en el caso que es aéreo y, si es terrestre, se conoce como Carta de Porte. La Ley General de Aduanas, Ley 7557, en su artículo 40 indica que:

El conocimiento de embarque emitido por el transportista, constituirá título representativo de mercancías. Su traslado, cuando sea total, deberá realizarse mediante endoso y cuando sea parcial, mediante cesión de derechos exenta de especies fiscales y autenticada por abogado; además, deberá efectuarse según el formato que disponga la Dirección General de Aduanas. (p.25)

En relación con lo anterior, existen varias clases de conocimiento de embarque cuando el transporte utilizado es vía marítima. Debido a que solo el consignatario del Bill of Lading podrá reclamar la propiedad de la mercancía, es importante conocer los diferentes tipos. Según Estudio CCR (2023), se describen a continuación.

- B/L Received for Shipment (recibido para embarque posterior): se emite cuando el transportista recibió la mercancía.
  
- B/L Straight (directo): se emite cuando el transbordo no está permitido. La mercancía llega en la misma nave en que fue embarcada.

- B/L Through (corrido) se emite cuando los transbordos están permitidos por la necesidad que intervengan diferentes naves en puertos intermedios de la ruta de destino.
- B/L Master o B/L Madre se emite cuando hay mercancía consolidada de varios compradores. Un contenedor debe estar amparado en un solo B/L. Es entregada a la agencia de carga. No obstante, en el caso de un B/L directo, la naviera lo entrega al shipper, que entrega la carga para exportar.
- B/L House o B/L Hijas: se emite al momento de desconsolidar la carga. Las B/L Hijas anulan a la B/L Madre, pues con un B/L Master no se puede despachar la mercancía.
- Usualmente, el B/L en cuanto a título de crédito suele ser 'A la orden de...' (se especifica el nombre del consignatario), lo cual permite su transmisión por endoso como su negociación en banca.
- Nominativo, no es negociable. El destinatario-transfiere por cesión de derechos.
- Menos usado es el B/L "Al portador (no se especifica al consignatario considerándose como tal al tenedor)", lo cual significa su transmisión por-simple entrega y máxima facilidad de negociación bancaria. Sin embargo, los riesgos derivados de pérdidas o extravíos hacen que se use poco. (p.69)

### **Declaración Única Aduanera (DUA).**

La Declaración Única Aduanera es un documento que contiene información sobre la mercancía que saldrá del territorio aduanero. Contiene descripciones, pesos, valores, clasificaciones arancelarias. La agencia aduanal o el exportador, por medio de del sistema VUCE, puede realizarla. La Ley General de Aduanas, en su artículo 86, indica lo siguiente:

Las mercancías internadas o dispuestas para su salida del territorio aduanero, cualquiera que sea el régimen al cual se sometan, serán declaradas conforme a los procedimientos y requisitos de esta Ley y sus Reglamentos, mediante los formatos autorizados por la Dirección General de Aduanas.

Para todos los efectos legales, la declaración aduanera efectuada por un agente aduanero se entenderá realizada bajo la fe del juramento. El agente aduanero será responsable de suministrar la información y los datos necesarios para determinar la obligación tributaria aduanera, especialmente respecto de la descripción de la mercancía, su clasificación arancelaria, el valor aduanero de las mercancías, la cantidad, los tributos aplicables y el cumplimiento de las regulaciones arancelarias y no arancelarias que rigen para las mercancías, según lo previsto en esta Ley, en otras leyes y en las disposiciones aplicables. (p.56)

### ***Certificado de Origen.***

El certificado de origen es un documento para poder solicitar un trato arancelario preferencial al país al cual se exportará la mercancía, de acuerdo con los Tratados de Libre Comercio que tiene Costa Rica. Al contar con este, se evidencia que el producto a exportar es originario del país y se emite por medio del sistema VUCE de Procomer. De acuerdo con el Decreto N° 36651 de COMEX (2011), se define de esta manera: “documento por el cual se certifica que una mercancía que se exporte del territorio de una Parte a territorio de otra Parte, califica como originaria”. (p.5).

Para que se pueda otorgar el certificado de origen a las mercancías, los productores y exportadores deberán cumplir con ciertas obligaciones y requisitos. COMEX (2011) en el Decreto N° 36651 los establece en el artículo 11:

- Presentar la documentación que se exige en el presente Reglamento para la emisión de un certificado de origen, así como todo requisito contemplado en el Acuerdo correspondiente.
- Informar de inmediato a la Unidad de Origen cualquier cambio en el proceso productivo que pueda afectar, modificar o eliminar el origen de las mercancías, según los términos del acuerdo correspondiente.
- Cumplir con los requerimientos de información, documentación o inspección que le formule la Unidad de Origen.
- Cancelar las tarifas dispuestas en el presente Reglamento por los distintos servicios brindados por la Unidad de Origen.
- Brindar la colaboración necesaria para que los funcionarios de la Unidad de Origen puedan realizar las inspecciones de forma oportuna y eficaz.

- Conservar toda la documentación de respaldo del origen de las mercancías durante los plazos mínimos establecidos.
- Establecer sistemas y registros contables que permitan determinar el uso, el proceso, la transformación y ubicación de las mercancías.
- Otorgar y emitir bajo fe de juramento la declaración de origen y demás información requerida para la emisión de los certificados de origen.
- Mantener actualizada la información proporcionada a la Unidad de Origen como respaldo a la expedición de los certificados de origen.
- Enviar los informes, reportes y cualquier documento solicitado por la Unidad de Origen en los plazos previstos, así como colaborar con tal autoridad para el ejercicio de sus funciones.
- Otorgar la mayor colaboración a los funcionarios de la Unidad de Origen para el ejercicio de sus funciones de control, incluyendo un área de trabajo con las condiciones básicas y acceso a los sistemas informáticos para que el funcionario pueda ejecutar sus labores, cuando así se requiera.
- Notificar a la Unidad de Origen cuando tenga razones para creer que la certificación o declaración de origen contiene información incorrecta, lo cual deberá hacerlo por escrito y de forma inmediata. (pp.11-13)

### **Internacionalización**

Existen distintas formas de expresar el concepto de internacionalización, esta se puede observar cuando las empresas desarrollan sus actividades de negocio fuera de las fronteras de su país, realizando un proceso dinámico y de adaptación. Además de la definición anterior, también se brinda la descripción de Herrera *et al* (2023), quienes explican que es “el conjunto de operaciones que facilitan el establecimiento de vínculos más o menos estables entre la empresa y los mercados internacionales”. (p.14). Por otro lado, Herrera *et al* (2023), citando a Lehtinen y Penttinen (1999), permiten comprender la internacionalización de la siguiente manera:

Conciernen las relaciones entre la empresa y su entorno internacional, deriva su origen del proceso de desarrollo y utilización de la disposición cognitiva y actitudinal del personal y se manifiesta correctamente en el proceso de desarrollo y utilización de diferentes actividades internacionales, principalmente operaciones internas, externas y cooperativas. (p.12).

## Proceso de Internacionalización

El proceso de internacionalización se puede llevar a cabo de diferentes maneras de acuerdo con el tipo de empresa, es decir, cada desarrollo se vive de manera distinta. Según Herrera *et al* (2023), consiste en las etapas de secuencia que permiten que el negocio sea internacionalizado. Por lo anterior, primero se debe desarrollar actividades en un tiempo intermitente de exportaciones; luego, por medio de representantes independientes, se pueden llevar a cabo el intercambio de mercancías; en tercer lugar, se llega a establecer una sucursal comercial en el país de destino; por último, finalmente se pone a funcionar una unidad productiva en el exterior.

Dentro de las etapas del proceso de internacionalización, Fanjul (2021) recalca que, según la actividad y sector, tamaño y país es que debe organizarse. De forma general, las empresas pueden pasar por los siguiente:

- Actividad importadora: donde inician en los mercados fuera del país por medio de contactos, debido a que inician importando productos del exterior. Lo que les permite conocer el funcionamiento de las operaciones internacionales y de esta manera poder darse cuenta de los beneficios de la internacionalización.
- Exportación: después de haberse enterado del mundo que hay al importar, surge la pregunta en ¿Por qué no aprovechar mi negocio en otros mercados? Y es así, tras la primera etapa que las empresas se resuelven a empezar por la actividad de la exportación.
- Implantación comercial: se refiere a que la empresa se coloca en el exterior por medio de la comercialización de los productos, establece oficinas de representación.
- Inversión en el exterior: en este punto la empresa se implanta por medio de la producción de los productos en el exterior. De esta manera podrá fabricar a menor costo y estar cerca de los mercados, permitiendo adaptarse a los gustos de los consumidores

- **Aprovisionamiento:** esta suele sustituir a la inversión, ya que consta de llegar a acuerdos con empresas de terceros países para que logren suministrar los bienes.
- **Globalización de la empresa:** Según Fanjul (2021): “pierde su “nacionalidad” y se convierte en una empresa “global”, [...] Su gestión se lleva a cabo de manera global, estableciendo los centros de producción, investigación, y de otro tipo, en aquellos lugares que la empresa considera más convenientes.” (p.6) Es decir, es cuando la empresa no tiene una nacionalidad determinada y cuenta sin ninguna restricción por su origen.

### **Internacionalización de las pymes.**

Para tener una oportunidad y darse a conocer en otros mercados, se debe desarrollar un análisis interno para medir si el producto y los recursos con los que cuenta la empresa son necesarios. Después de este paso, las pequeñas y medianas empresas se pueden ver afectadas por la logística requerida. Es por eso que Hervás (2022) sugiere que las pymes deben analizar las características del mercado al que se van a dirigir, hacer *push* en las ventas con la ayuda del marketing, para así posicionar la marca, y siempre establecer objetivos medibles que se puedan ir revisando.

Las pymes en el proceso de internacionalización pueden enfrentar retos al acceder a los nuevos mercados, además de permanecer y diversificarse, puede que los obstáculos les impidan prosperar de manera sostenible. Las barreras relacionadas con este proceso va desde lo económico hasta el movimiento dentro del mercado. Por eso es importante introducir el concepto de innovación para exportar, este es un modo de enfrentar las dificultades. En relación con lo anterior, Veiga (2021), mencionando a Frohmann, Mulder y Olmos (2018), explica que:

La capacidad de las pymes para competir en los mercados internacionales depende en buena medida de su capacidad de adaptarse a los requerimientos de la demanda externa, y no solamente de incorporar tecnologías en sus procesos productivos y

aumentar su productividad. Para cumplir estos requerimientos, las pymes deben innovar para exportar. (p.17)

### **Beneficios de la internacionalización de las pymes.**

Después de los esfuerzos realizados por las pymes sobre la profunda planificación, consideración y ejecución de todos los procesos para la internacionalización, es que finalmente con el paso del tiempo llegan a obtener los beneficios de acceder a los mercados extranjeros. Según OMC (2016), “las pymes que participan en actividades de exportación pueden mejorar su ritmo de crecimiento y empleo gracias a las economías de escala, y aumentar sus niveles de productividad e innovación por efecto del aprendizaje”. (p.87).

Es importante considerar que, a nivel económico, la internacionalización impacta positivamente en su crecimiento. De acuerdo con La Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL,2016), “La internacionalización de las pymes es crucial para la diversificación productiva, la cual a su vez impulsa el desarrollo económico”. (p.7) De esta manera, se genera crecimiento en producción, más empleo, más inversión y aumento del negocio de la empresa e, indirectamente, de la economía en general.

### **Herramientas para la Internacionalización**

Existe una amplia gama de herramientas que facilitan y acompañan a los empresarios de las pequeñas y medianas empresas en su proceso de internacionalización. Es importante identificar aquellas que sean más adecuadas para el producto que se quiera ofrecer en el mercado extranjero. Se pueden mencionar instrumentos que guían durante la primera etapa de exportaciones, brindados hasta por entidades gubernamentales y otras que el mismo exportador deberá escoger de acuerdo con su necesidad y presupuesto.

El uso de la tecnología destaca como una ventaja crucial que facilita el proceso de internacionalización para los empresarios, al permitirles participar activamente en él. Estas herramientas tecnológicas posibilitan la entrada a los negocios internacionales de manera más

ágil y eficaz. Es por esto que, de acuerdo con Veiga (2021), lo siguiente es lo positivo de la digitalización para las empresas:

La digitalización es una herramienta que habilita y facilita el ingreso de las pymes al mundo exportador, reduciendo múltiples barreras a las que éstas se enfrentan al momento de transitar el proceso de internacionalización. Las tecnologías colaboran con la transformación de las distintas actividades de las cadenas de valor de las empresas, a través de la reducción de los costos y con un consecuente aumento de la competitividad. En este sentido, son una herramienta que pone a disposición de las pymes un mundo de nuevas posibilidades. (p.63)

### **Herramientas de información.**

Las herramientas digitales tienen un papel importante en las empresas al brindarles acceso de manera rápida y efectiva a información relevante para sus procesos de exportación. Además, eliminan por completo las barreras en el conocimiento de los requisitos, costos, aranceles internos y otros datos relevantes que se llegue a necesitar en la primera etapa del proceso de exportación. Para las pymes es una gran ayuda contar con estos instrumentos, ya que les permite planificar las operaciones de envío de sus productos de manera segura.

Se destaca que Procomer, que es un pilar para las pequeñas y medianas empresas costarricenses, cuenta con un Sistema Integrado de Logística (SIL), el cual es una herramienta que permite acceder a múltiples funciones y “reúne información de todos los oferentes de servicios logísticos para el comercio exterior para llegar a los mercados internacionales de interés”. (Procomer,2018, párr.7). Además, Veiga (2021) menciona lo que los usuarios pueden hacer con este instrumento:

- 1) contactar y solicitar cotizaciones de carga completa o consolidada a oferentes de transporte internacional (navieras, aerolíneas y transportistas terrestres);
- 2) solicitar información respecto a otros servicios complementarios al transporte internacional como agencias aduanales, seguros, entre otros;
- 3) acceder a la estructura de costos y calcular los costos logísticos según el INCOTERM, así como calcular el peso volumétrico, y
- 4) conocer el proceso de exportación e importación, accediendo a documentos clave según el trámite y a sitios de interés, todo desde una única plataforma digital disponible en [www.procomer.com](http://www.procomer.com). (p.56)

## Ilustración 4

*Página de Internet del Sistema Integrado de Logística*



Fuente: Veiga (2021)

## VUCE.

Las Ventanillas Únicas de Comercio Exterior (VUCE) son un instrumento de facilitación del comercio exterior que permite realizar las gestiones vinculadas a exportación, importación y tránsito; además, concede trazabilidad y predictibilidad a los trámites, posibilitando operar con base en certezas. Cada país de América Latina y el Caribe desarrolla esta herramienta de acuerdo con la necesidad de las empresas de la nación, del mismo modo, el objetivo en todos los lugares es la simplificación de las diligencias. (Veiga, 2021)

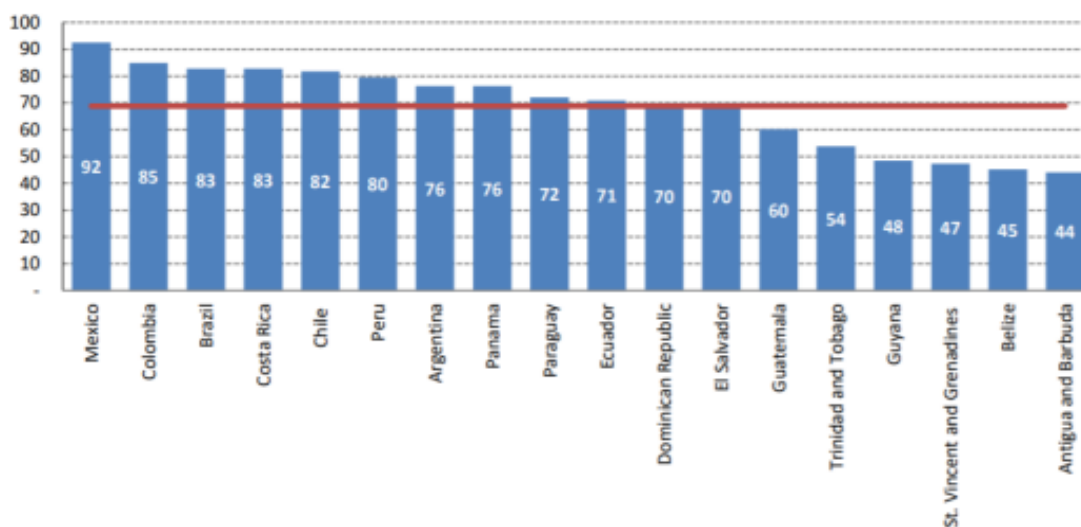
En Costa Rica, el sistema VUCE centraliza los procesos de trámites de comercio exterior del país. Procomer (2022) menciona que tiene un servicio de consulta de trámites como Registro exportador, formulario y trazabilidad de servicios. Además, agrega que “Desde el sistema de la VUCE los empresarios pueden realizar trámites como notas técnicas, certificados de libre venta,

registros de exportador, declaraciones aduaneras de exportación y e-Phyto”. (párr.9) Los usuarios tienen disponibilidad 24/7 y la plataforma permite realizar pagos electrónicos.

Se puede comparar a continuación la implementación de las plataformas VUCE entre los países de México, Colombia, Brasil, Costa Rica, Chile, Perú, Argentina, Panamá, Paraguay, Ecuador, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Trinidad y Tobago, Guyana, Antigua y Barbuda, Belice y San Vicente y las Granadinas. A partir de la facilitación en el uso del sistema es que se mide las puntuaciones entre las naciones. Al ver el gráfico, se aprecia que la población costarricense ha tomado de buena manera la herramienta, porque destaca del resto de las iniciativas.

### Gráfico 1

*América Latina y el Caribe (18 países): tasas promedio de implementación en la Encuesta mundial sobre facilitación del comercio digital y sostenible, 2019 (En porcentajes de la puntuación máxima).*



Fuente: Encuesta mundial sobre facilitación del comercio digital y sostenible. Veiga (2021)

### Marketing digital.

Con el tiempo, las empresas han podido incrementar sus negocios con la tecnología. Es por eso por lo que el marketing digital ha sido una forma estratégica para poder darle valor agregado a su actividad comercial a través del internet. Vásquez (2021) menciona los resultados y tipos que hay sobre esta herramienta a continuación:

Facilita el encontrar personas interesadas o leads e interactuar con ellas con el objetivo de crear relaciones a largo plazo. Tiene varios tipos, los más importantes son el marketing de sitios web, la optimización de motores de búsqueda, el marketing de contenidos, la publicidad “Pay Per Click” (PPC), el marketing en redes sociales, el marketing por correo electrónico, marketing de video y el marketing de afiliados. (p.5)

Los canales de marketing tradicional restringen a las pequeñas y medianas empresas para transmitir un mensaje a un público específico, mientras que el marketing digital es más interactivo y logra segmentar para llegar a su público objetivo. Este permite a los negocios realizar mensajes personalizados de forma más eficaz. Las personas actualmente prefieren estar conectadas en sus dispositivos tecnológicos, por lo que este método permitirá atraer más clientes e incrementar las ventas.

### **E-commerce.**

El comercio electrónico (*E-Commerce*) es una herramienta moderna del comercio que utiliza la tecnología para poder realizar el intercambio de bienes y servicios. Procomer (2021a) define este instrumento como “el intercambio de productos o servicios usando redes computacionales, específicamente Internet”. (p.21). Por lo tanto, una empresa le puede vender a otra o se pueden hacer ventas directas al consumidor.

Existen diversos canales de e-commerce que las pequeñas y medianas empresas pueden utilizar para llegar a sus clientes. Entre estos, está el crear su propia APP y así vender a través de ella; el utilizar las redes sociales, plataformas como Facebook e Instagram, permitirá vender directamente sin tanta formalidad, sin embargo, para esto tendrán que invertir en publicidad. Además, el desarrollar un sitio web para generar formalidad a la empresa y generar más

información para el consumidor es el más recomendado para poder vender fuera de Costa Rica. (Procomer, 2021a)

## **Medios de Transporte**

Los medios de transporte, en relación con lo que dice Ramírez (2020), son distintas maneras de trasladar un determinado contenido y personas. Consta de varias clasificaciones según el terreno en el que se encuentre, tierra, mar y aire. El transporte es una actividad que pertenece al sector terciario y es la que más expansión ha tenido con el paso de los años, debido al comercio y desplazamientos humanos a nivel nacional e internacional.

### **Transporte Marítimo**

El transporte marítimo es el medio que permite trasladar productos en contenedores cargados en barcos por medio del mar. Ha tenido gran expansión a lo largo de los últimos decenios por el aumento del comercio. La OMC (2024) en su sitio web menciona cómo se encuentra caracterizado este medio marítimo a nivel mundial:

Calificado a menudo de "alma del comercio mundial", el transporte marítimo sigue siendo el modo predominante de transporte internacional de las mercancías objeto de comercio y constituye la columna vertebral de las cadenas de suministro mundiales. Representa más del 80 % del volumen del comercio mundial. (párr.2).

Algunas ventajas del transporte marítimo es que cuenta con una mayor capacidad de almacenaje, es decir, permite cargar mercancías en grandes cantidades, volúmenes, peso y dimensiones a un bajo costo; es más barato que otros modos de transporte y su alcance es total, pudiendo llegar a cualquier continente. Por otro lado, una desventaja de este medio es que su duración de tránsito es mayor que el transporte aéreo; las condiciones climáticas pueden demorar el viaje y, al enviar cantidades pequeñas de productos, el precio no es sostenible.

## **Transporte Aéreo**

El concepto de transporte aéreo se puede describir como un servicio que permite el trasladar personas y mercancías en aeronaves. Dentro del sector de la logística, la capacidad de realizar envíos por vía aérea ha permitido a las empresas poder aumentar sus ventas. Alfonso (2018) comenta más a continuación sobre este medio:

El transporte aéreo es considerado como el medio de transporte más costoso de la actualidad, sin embargo, las nuevas tendencias globales que exigen rapidez en las entregas y movimientos desde y hacia lugares cada vez más apartados los unos de los otros, han dado a este sistema de transporte un evidente atractivo. Uno de los principales inconvenientes que presenta este sistema es el manejo de la carga en tierra, además de las condiciones especiales de infraestructura en las cuales se debe incurrir para permitir el adecuado manejo del proceso de transporte aéreo. (p.25).

## **Mercados Internacionales**

Desde la perspectiva de las empresas, si desean vender sus productos fuera de las fronteras de su país, deben buscar posibles compradores, es decir, un mercado internacional. Este se puede definir según Prieto (2023) como:

Aquellos entornos en los que se realizan transacciones económicas entre agentes de diferentes países, ya sea mediante la oferta y demanda de bienes y servicios, o a través del flujo de capitales, de la mano de obra o de la tecnología. En estos mercados se aprovechan las ventajas comparativas y las oportunidades de cada país. Los mercados internacionales se rigen por normas, acuerdos y organismos que regulan las relaciones comerciales entre las naciones. (párr.3).

## **Mercado Chileno**

Chile es un país que, a nivel económico, cuenta con un PIB alto a escala de América Latina y su nivel de desarrollo es bastante elevado. La población cuenta con una calidad de vida significativa por la su economía en crecimiento, aunque siempre sigue enfrentando desafíos de una nación en desarrollo. La agricultura es la principal actividad de la región centro y sur. Cuenta

con las principales importaciones de combustibles fósiles, maquinaria y materiales eléctricos. (Cámara de Comercio de España, 2021).

El mercado del sector de industria alimentaria es un orgullo para los chilenos, “se posiciona como el segundo sector económico más importante en Chile y representa el 18% del PIB nacional”. (InvestChile,2019, párr.1) Actualmente, este campo busca propiedades saludables para sus productos, busca enfocar el trabajo de las empresas en innovación tecnológica, desarrollo sostenible de nuevos productos y empaques.

### **Patrones y tendencias de consumo en Chile.**

La población chilena ha experimentado cambios en su hábito de consumo, moviéndose hacia una alimentación más saludable; ha creado una conciencia sobre los ingredientes que afectan la salud, por eso hay más demanda de productos naturales. Además, los chilenos buscan productos que no requieran mucho tiempo de preparación y en pequeñas porciones. Según (Alpízar, 2020), “los chilenos ya no están valorando los mismos atributos que hace 6 años. Hoy los consumidores no sólo aprecian que un producto sea bajo en calorías, sino que se han vuelto más exigentes y cultos en conceptos de nutrición”. (pág.58).

De acuerdo con Alpízar (2020, debido a la Ley de Etiquetado que impuso el Gobierno chileno, el 41% de los ciudadanos ahora escoge productos que contengan menos sellos en su envase, “El 65% reconoce haber empezado a restringir ciertos ingredientes en el último tiempo”. (p.58). Es por esto que las empresas que tengan pensando ingresar al mercado de Chile deben tomar en cuenta estos datos para prepararse y adaptarse a las nuevas preferencias del consumidor.

### **Requisitos arancelarios para el mercado chileno.**

Dentro de los requisitos para que los productos puedan ingresar a Chile, se encuentran los aranceles de ingreso y se puede utilizar los beneficios arancelarios; en el caso de Costa Rica, se aplica el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Chile junto con el certificado de

origen, por lo que significaría un arancel del 0% si cumple con todas las pautas. Existen también impuestos internos, como el Impuesto del Valor Agregado que para jaleas y mermeladas es del 19% IVA, además de otros impuestos que se deben consultar al importador. (Alpízar,2020)

### **Requisitos no arancelarios para el mercado chileno.**

Además, de los aranceles aduaneros, se requieren requisitos no arancelarios que los exportadores deben cumplir. De acuerdo con Alpízar (2020), se debe tomar en cuenta que la persona que importa puede ser natural o jurídica con Rol Único Tributario, con inicio de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos o agente aduanero. Además, para las empresas de alimentos es importante contar con un Certificado de Destinación Aduanera (CDA), tener autorización de Uso y Disposición de alimentos importados y contar con todas las disposiciones de etiquetado en el envase del producto.

#### ***Certificado de destinación aduanera.***

Para realizar el traslado de las mercancías que están en los recintos aduaneros hacia las instalaciones de los alimentos autorizados, se necesita el certificado de destinación aduanera. Alpízar (2020) explica más sobre la CDA, indicando que “consta el lugar donde se depositarán las mercancías, la ruta y las condiciones del traslado (tanto del vehículo como del transportista) desde los recintos aduaneros hasta la bodega o almacén de destino”. (p.83).

Este documento se debe solicitar en una plataforma en línea del Ministerio de Salud de Chile, llamada AS Digital. También se puede hacer el trámite en las instalaciones propias de la Oficina de Atención de Usuario de la Secretaría Regional Ministerial de Salud (SEREMI Salud), esta tarda aproximadamente 3 días hábiles. Además, se deben tomar en cuenta los documentos requeridos, como factura del producto, copia de resolución sanitaria de la bodega de destino autorizada y la guía aérea. (Alpízar, 2020)

#### ***Autorización de uso y disposición de alimentos importados.***

De acuerdo con Alpízar (2020), esta autorización se debe solicitar en la plataforma electrónica AS Digital o también en las Oficinas de Atención de Usuario de la Secretaría Regional Ministerial de Salud (SEREMI Salud). Se necesita contar con este permiso porque es “la autoridad sanitaria con jurisdicción sobre la bodega consignada en un CDA, se pronuncia mediante resolución, para autorizar o rechazar el uso y disposición de alimentos importados”. (p.84) Los documentos requeridos para poder realizar este trámite son los siguientes:

- Copia de factura de compra
- Certificado de Destinación Aduanera
- Copia de resolución sanitaria de la bodega o depósito autorizado
- Certificado sanitario del país de origen o certificado de libre venta
- Ficha técnica emitida por el fabricante en español (productos importados por primera vez o con cambio de formulación)
- Rótulo (etiqueta) o proyecto con el formato que permita dar cumplimiento a lo dispuesto en el Reglamento Sanitario de Alimentos.
- Cualquier otro que solicite la autoridad sanitaria (p.84)

### ***Etiquetado.***

Lo que influye en la elección de los alimentos la mayoría de las veces es la etiqueta que lleva la mercancía en el envase. Como bien se ha comentado en este documento, la tendencia en el consumo de alimentos en Chile ha cambiado por una más saludable, una de las causas de lo mencionado es que el Gobierno chileno desarrolló una Ley que influye en la decisión del consumidor. Las empresas deben tomar en cuenta las normas nutricionales para el etiquetado y así poder comercializar el producto en el mercado.

Desde el 27 de junio del 2016 las pequeñas y medianas empresas deben cumplir con la regulación de etiquetado para los alimentos. Es La Ley 20.606 “Sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad” y su reglamento los que deben obedecer los productores. De

acuerdo con (Alpizar, 2020), “El Reglamento Sanitario de los Alimentos establece las regulaciones relacionadas con el etiquetado. Incluye la rotulación para los alimentos con altos niveles de azúcares, calorías, sodio y grasas saturadas”. (p.87).

#### *Rotulación general.*

El contenido del etiquetado debe contar con una rotulación general, en esta se encuentra la información del productor, condiciones productivas y datos propios del producto. Si este contiene aditivos en los ingredientes, se deben especificar de mayor a menor, según proporción empleada. Los colorantes Amarillo Crepúsculo y Tartrazina deben ir destacados. Además, si existe una sustancia que produzca alguna reacción alérgica, llamados alérgenos, deben especificarse con el título “Contiene...”. (Ministerio de Salud de Chile, 2022)

#### *Rotulación nutricional.*

Para la rotulación nutricional es opcional indicar las propiedades nutricionales y saludables. Por otro lado, es de suma importancia no omitir en el etiquetado información sobre la declaración de nutrientes, ya que son componentes obligatorios. La información nutricional, según Alpizar (2020), debe tomar en cuenta valores como energía, proteínas, grasas totales, hidratos de carbonos, azúcares totales y sodio; además, agrega a continuación que:

Todos estos valores se recomienda expresarlos en una tabla con 2 columnas, una columna para informar por cada 100 gr o ml del producto, y otra columna para informar por porción de consumo habitual. Como referencia, el Ministerio de Salud tiene publicado en su sitio web un listado de porciones de consumo habitual como referencia para el etiquetado nutricional. Este listado se encuentra en el sitio web de MINSAL, en el siguiente link: <http://dipol.minsal.cl/departamentos-2/nutricion-y-alimentos/nutricion/>. (p.96)

Otro aspecto obligatorio dentro de la etiqueta es la Declaración del sello “ALTO EN”, el cual se debe utilizar en todos los alimentos envasados que tengan adición de azúcares totales y calorías, grasas saturadas y calorías o sodio, y que su aporte nutricional supere los límites de los

nutrientes indicados en el RSA. (Ministerio de Salud de Chile, 2022). Hay que tomar en cuenta que los límites se encuentran designados para tanto los productos líquidos como sólidos, en la siguiente imagen se pueden observar esos límites.

### Ilustración 5

*Límites de Nutrientes Para Etiquetar los Sellos “ALTOS EN”*



Sólidos	10 g por cada 100 g	4 g por cada 100 g	275 Kcal/100 g	400 mg/100 g
Líquidos	5 g por cada 100 ml	3 g por cada 100 ml	70 Kcal/100 ml	100 mg/100 ml

Fuente: Ministerio de Salud de Chile (2022)

#### *Publicidad.*

Cuando los valores de adición de azúcar, sodio o grasas establecidos por el MINSAL estén presentes en los productos alimenticios, no se podrá utilizar publicidad en el que su mercado objetivo sean niños. Se restringe cualquier tipo de publicidad dirigida a menores de catorce años de edad en cualquier lugar donde se realice, no se puede utilizar ninguno de los siguientes elementos: “personajes y figuras infantiles, animaciones, dibujos animados, juguetes, presencia de personas o animales que atraigan menores de 14 años, expresiones propias de niños, situaciones que representen su vida cotidiana”. (Ministerio de Salud de Chile, 2022, p.40).

## CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

### Enfoque

De acuerdo con Hernández *et al* (2018), las investigaciones deben contar con una ruta, existen tres tipos fundamentales de enfoques a utilizar: cuantitativo, cualitativo y mixto. El investigador se encargará de escoger la más adecuada según el fin del estudio, para eso se debe tener conocimiento sobre cada una. Los enfoques tienen las siguientes estrategias en común: observar y evaluar fenómenos; lograr establecer suposiciones luego del proceso de observar y evaluar; permitir demostrar el grado de fundamento o no de las suposiciones que se realizan por medio del análisis y pruebas; y proponer nuevas evaluaciones y observaciones para modificar las suposiciones.

### Cualitativo

El enfoque cualitativo permite que el investigador pueda comprender los hechos recopilados con base en la interpretación de experiencias y literatura relevante. Al mismo tiempo, esto posibilita que, a partir de la información obtenida por medio de la observación, se logre desarrollar una comprensión profunda del tema. De esta manera, abre paso a que se explique la respuesta al planteamiento del problema formulado al principio de la investigación.

Para Hernández *et al* (2018), la investigación cualitativa estudia:

(...) fenómenos de manera sistémica. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltear” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y los resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisando los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. (p. 7).

A lo citado, Hernández *et al* (2018) agregan que “(...) se plantea un problema de investigación (...). Va enfocándose paulatinamente. La ruta se va descubriendo o construyendo de acuerdo al contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio”. (p. 7).

De igual forma, los autores Hernández *et al* (2018) sostienen que:

Las investigaciones cualitativas suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, puede variar en cada estudio. (pp. 7-8).

En el caso de la presente investigación sobre el análisis de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas costarricenses productoras de mermelada de fruta de la GAM al mercado chileno, es de carácter cualitativo. Esto se debe a que es necesario sustentar la información recopilada a partir de comentarios, opiniones y experiencias expresadas de personas relacionadas y conocedoras del tema, donde las respuestas que brindan son con palabras y no con datos numéricos, para posteriormente ser interpretadas y construir una solución al planteamiento del problema.

### **Diseño**

El diseño permite que se generen abordajes abiertos y flexibles para responder al planteamiento del problema de la investigación. Según Hernández *et al* (2018), “el diseño, al igual que la muestra, la recolección de los datos y el análisis, va surgiendo desde el planteamiento del problema hasta la inmersión inicial y el trabajo de campo y, desde luego, sufre modificaciones, aun cuando es más bien una forma de enfocar el fenómeno de interés”. (p.524) Es decir, está sujeto al contexto de cada planteamiento del problema.

### **Fenomenología Empírica**

Es la experiencia compartida. Su propósito es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias. Se obtiene la perspectiva de los participantes, se explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias ante determinado fenómeno: sentimientos, emociones, etc. El investigador trabaja directamente con los participantes y la esencia de la experiencia compartida. (Hernández y Mendoza, 2018, p.551).

También se apoya en la temporalidad (tiempo vivido), espacialidad (espacio vivido), corporalidad (cuerpo vivido) y la relacionalidad o la comunidad (relación humana vivida); por lo que este tipo de diseño permite detallar y comprender los puntos de vista individuales de los participantes expertos en el tema y, a su vez, poder obtener el conjunto de perspectivas a partir de la muestra de investigación para registrar la experiencia y poder analizarla.

Por lo anterior, la fenomenología empírica es aplicable para esta investigación, debido a que, por medio de entrevistas a personas expertas que tengan conocimiento sobre internacionalización de mermeladas de frutas, se desea obtener con su aporte una idea en concreto de la información recopilada. De esta manera, se logrará entender las vivencias de estas personas que tienen relación con el tema presente para así resolver la pregunta del planteamiento del problema expuesto.

## **Población y Muestra**

### **Población**

Son todos los casos que concuerdan con determinadas características. Las poblaciones deben situarse de manera concreta por sus características de contenido, lugar, tiempo y accesibilidad; para esto, se debe delimitar la unidad a estudiar (conjunto finito o infinito con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación, queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio)

- ✓ Unidad de muestreo: determinar el tipo de estudio a elegir para determinar la población de estudio.

Para el presente trabajo de investigación se utilizará como población a algunas empresas comercializadoras de mermelada y aquellas que tengan experiencia en el proceso de internacionalización, como agente aduanero, asesores logísticos y empresas vinculadas a promover las exportaciones en el país, debido a que estas partes colaboran con la delimitación de las características, lo cual “no solo depende de los objetivos de la investigación, sino de otras razones prácticas”. (Hernández, *et al.*, 2018, p. 199).

### **Muestra.**

Es un subgrupo de la población o universo que interesa al investigador, será de quienes se obtendrá la información y deberá ser una muestra probabilística o no probabilística, representativa de la población (dependiendo del enfoque y diseño de la investigación).

### **Muestra Cualitativa**

El tamaño de la muestra o números de casos o unidades de muestreo se define a partir de: naturaleza del fenómeno, capacidad operativa de recolección y análisis, entendimiento del fenómeno y saturación de categorías.

La muestra se determina durante o después de los primeros ajustes de la investigación, es tentativa y se puede ajustar en cualquier momento, no es probabilística, no busca generalizar resultados, sino profundizar en el fenómeno que se estudia. No es necesario que sea representativa de la población. En ocasiones, una misma investigación cualitativa requiere de muestreo mixto o combinación de muestreos (si el diseño así lo requiere). Se encuentran los siguientes tipos:

- ✓ Voluntarios (ciencias sociales y médicas)
- ✓ Expertos (exploratorias para generar hipótesis)

- ✓ Casos-tipo (riqueza, profundidad y calidad de la información, no la cantidad ni la estandarización)
- ✓ Por cuotas (estudios de opinión y mercadotecnia)
- ✓ Diversas o de máxima variación. (mostrar distintas perspectivas y representar la complejidad del fenómeno estudiado, o bien documentar la diversidad de casos para localizar diferencias y coincidencias, patrones, particularidades)
- ✓ Homogéneas (las unidades tienen un mismo perfil o características o comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema por investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social).
- ✓ En cadena o por redes (participantes clave y conocidos o quienes pueden aportar datos relevantes)
- ✓ De casos extremos (evaluar características, grupos o situaciones alejadas de la normalidad o de prototipos).
- ✓ Por oportunidad (casos que se presentan de manera fortuita)
- ✓ Teóricas o conceptuales (cuando el investigador necesita entender un concepto o teoría puede muestrear casos que le sirvan para este fin)
- ✓ Confirmativas (la intención es sumar nuevos casos cuando en los ya analizados se presenta alguna controversia o resultados diferentes)
- ✓ De casos importantes o críticos (casos del ambiente que no deben quedar por fuera)
- ✓ Por conveniencia (casos disponibles a los que se tiene acceso).

Teniendo en cuenta a Hernández *et al* (2018), se amplía el concepto de conveniencia de la siguiente forma:

*Muestras por conveniencia:* estas muestras están formadas por los casos disponibles a los cuales tenemos acceso (Battaglia, 2008a). Tal fue la situación de Rizzo (2004), quien no pudo ingresar a varias empresas para efectuar entrevistas a profundidad en niveles gerenciales acerca de los factores que conforman el clima organizacional, y entonces decidió entrevistar a compañeros que junto con ella cursaban un posgrado en desarrollo humano y eran directivos de diferentes organizaciones. (p.433)

Debido a lo anterior, se escogió el tipo de muestras por conveniencia, compuesta por un total de 10 participantes. Se accedió a empresas que exportan mermelada, personas con conocimiento y experiencia en proceso logístico, requisitos de exportación y herramientas para internacionalización. La muestra fue seleccionada estratégicamente y de manera conveniente, considerando los parámetros específicos establecidos en el diseño de investigación.

**Tabla 1**

*Muestras*

#Entrevistado	Puesto	Razón
<b>No.1</b>	Encargado de logística de exportaciones	Conocimiento en el proceso de exportación
<b>No. 2</b>	Asistente de exportaciones	Conocimiento en el proceso de exportación de mermelada y su distribución
<b>No.3</b>	Gerente General	Persona con conocimiento en exportación y distribución de mermelada
<b>No.4</b>	Especialista de exportación	Persona con conocimiento en el proceso de exportación
<b>No.5</b>	Especialista logístico	Persona con conocimiento en requisitos y proceso logístico
<b>No.6</b>	Asesor de Comercio Exterior	Conocimiento en la logística del producto
<b>No.7</b>	Agente Aduanal	Persona con conocimiento en requisitos aduanales
<b>No.8</b>	Operador logístico	Experto en coordinación logística
<b>No.9</b>	Asesora Técnica	Persona con conocimiento en el proceso de internacionalización de

		empresas
<b>No.10</b>	Gerente general de empresa logística	Conocimiento en requisitos y proceso de exportaciones

Nota: Loaiza, (2023)

### Unidades de Análisis

Las unidades de análisis generan las categorías pertinentes para el planteamiento del problema y explicar el fenómeno en estudio, pero también puede surgir paulatinamente y deben ser relevantes. Se debe tomar en cuenta lo siguiente:

1. El investigador revisa todo el material (conjunto de datos)
2. Se identifica un tipo de segmento para ser caracterizado como unidad constante).
3. Codificar para determinar pertinencia: codificación abierta (comparar unidades de análisis para determinar categorías relevantes para el planteamiento del problema).
4. El investigador puede mantener o cambiar la unidad.
5. UNIDAD – CATEGORÍA – CODIFICACIÓN (todas relacionadas unas con otras).
6. Categorías de análisis: técnicas para generarlas:
  - a. AGRUPAMIENTO: anotar temáticas vinculados al planteamiento, señalar cuáles son comunes (se repiten una y otra vez) y por último se agrupan.
  - b. TÉCNICAS DE ESCRUTINIO:
    - i. REPETICIONES: la más fácil para identificar categorías
    - ii. CONCEPTOS LOCALES o usados frecuentemente en el contexto del estudio (expresiones reveladoras propias del ambiente al que pertenece el colaborador).
    - iii. METÁFORAS Y ANALOGÍAS (ayuda a localizar categorías con significado).
    - iv. TRANSICIONES: cambios que ocurren de manera natural en conversaciones e interacciones).
    - v. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS (del lenguaje verbal y no verbal).
    - vi. CONECTORES LINGÜÍSTICOS Y ADVERBIOS, PRONOMBRES O SIMILARES (grupos de palabras y términos que las conectan).
    - vii. DATOS PERDIDOS O NO REVELADOS (preguntarse qué falta o perdido).

- viii. MATERIAL VINCULADO A LA TEORÍA (se examina el ambiente o contexto, las perspectivas de los participantes y sus percepciones y lo que piensan de otras personas, entre otros. Relación entre las categorías y las preguntas de investigación y también buscar nuevas perspectivas).

**Tabla 2**

*Unidades de Análisis*

OBJETIVO	UNIDAD	Categorías	DEF. CONCEPTUAL	INSTRUMENTALIZACIÓN
Estudiar el proceso logístico para la internacionalización de pymes productoras de mermelada de la GAM.	Proceso logístico	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Operador logístico</li> <li>2. Cadena de suministro</li> <li>3. Documentos digitales</li> <li>4. Eficiencia</li> <li>5. Coordinación de transporte</li> <li>6. Costos</li> <li>7. Tramitología</li> </ol>	Hurtado (2018) indica que el proceso logístico recae en “planificar, ejecutar y controlar el abastecimiento, movimiento y colocación de personal materiales, y otros recursos para alcanzar los objetivos de una campaña, plan, proyecto o estrategia”. (p.16)	De la pregunta 1 a la pregunta 6
Determinar los requisitos para la exportación de las mermeladas hacia el mercado chileno.	Requisitos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Registro exportador</li> <li>2. Entidades</li> <li>3. Permisos</li> <li>4. Certificado de origen</li> <li>5. Etiqueta</li> <li>6. Certificación ISO</li> <li>7. Conocimiento de embarque</li> </ol>	Bernardi y Dranca (2020) mencionan que los requisitos son el “conjunto de características que debe poseer y restricciones que debe cumplir el sistema para satisfacer las necesidades de las	De la pregunta 7 a la pregunta 13

		8. Factura comercial 9. DUA 10. Impuestos	partes interesadas”. (p.11)	
Investigar posibles herramientas que puedan utilizar las empresas costarricenses para la internacionalización de mermeladas a Chile.	Herramientas	1. Asesoramiento 2. Investigación de mercado 3. Plataforma en línea 4. Tecnología 5. Alianzas	García <i>et al</i> (2021) mencionan que herramienta es “elemento que, al ser combinado con otras piezas, sirve en el ámbito de los oficios o las artes para determinados propósitos”. (p.17)	De la pregunta 14 a la pregunta 20

Nota: elaboración propia, (2023)

### Instrumento

**CONFIABILIDAD** – aplicación repetida al mismo individuo, produce resultados iguales

**VALIDEZ - medición** con exactitud de la variable.

- ✓ **Validez de contenido** (se mide la amplitud del contenido de la variable a medir).
- ✓ **Validez de criterio** (comparar resultados con otro criterio externo que busca medir lo mismo)
- ✓ **Validez de constructo** (que tan bien un instrumento representa y mide un concepto teórico)

Factores que pueden afectar la confiabilidad y la validez: la improvisación y aplicar instrumentos desarrollados en el extranjero que no han sido validados en el contexto

**OBJETIVIDAD** – es el grado en que el instrumento es o no permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de los investigadores que lo administran, califican e interpretan. La

objetividad se refuerza mediante la estandarización en la aplicación del instrumento (mismas instrucciones y mismas condiciones)

### **instrumentos cualitativos**

*entrevistas* (es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa, se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otra (entrevistador-entrevistado)

- **Estructuradas** (siguiendo una guía de preguntas específicas)
  - **ELEMENTOS PARA COMPRENDER LA ENTREVISTA CUALITATIVA.**
    1. **MUNDO DE LA VIDA** (es la vida de la persona y su relación con la propia vida)
    2. **SIGNIFICADO** (descubrir e interpretar el significado de los temas centrales del mundo del entrevistado)
    3. **CUALIDAD** (conocer lo expresado en un lenguaje común y corriente y no busca cuantificar)
    4. **DESCRIPCIÓN** (descripciones relevantes de la vida de las personas)
    5. **ESPECIFICIDAD** (situaciones específicas y no opiniones generales)
    6. **INGENUIDAD PROPOSITIVA** (el entrevistador mantiene apertura plena a cualquier fenómeno inesperado o nuevo, en vez de anteponer ideas y conceptos preconcebidos)
    7. **FOCALIZACIÓN** (centrarse en determinados temas, no está estrictamente estructurada con preguntas estandarizadas, pero tampoco totalmente desestructurada)
    8. **AMBIGÜEDAD** (las expresiones de las personas a veces pueden ser ambiguas, reflejando así las contradicciones con las que vive una persona en su mundo)
    9. **CAMBIO** (el proceso de ser entrevistado puede producir introspección por lo que en el proceso se puede cambiar descripciones o significados de cierto tema)
    10. **SENSIBILIDAD** (diferentes entrevistadores propician diferentes respuestas sobre determinados temas, dependiendo de su sensibilidad)
    11. **SITUACIÓN INTERPERSONAL** (el conocimiento se producirá a partir de la interacción personal durante la entrevista)
    12. **EXPERIENCIA POSITIVA** (se pueden obtener visiones nuevas)
  - **PLANEACIÓN DE UNA ENTREVISTA**
    1. **SELECCIÓN DEL TEMA** (clarificación conceptual y análisis teórico del tema que se investigará)

2. **DISEÑO** (uno de los siete)
3. **ENTREVISTA** (una guía y actitud reflexiva ante el conocimiento)
4. **TRANSCRIPCIÓN** (el material obtenido implica convertirlo en material escrito)
5. **ANÁLISIS** (se requiere decidir sobre la base de las preguntas y de los objetivos del estudio, cuál paradigma interpretativo será el más adecuado)
6. **VERIFICACIÓN** (confiabilidad y validez, consistencia de los resultados)
7. **PREPARACIÓN DEL INFORME** (consistencia en los criterios científicos y éticos de la investigación. Requiere una redacción que facilite su lectura)

En la presente investigación, se utilizará la entrevista como método para facilitar el intercambio de información entre el entrevistador y el entrevistado. Este último, que es una persona experta en el tema, participará de una entrevista estructurada que consta de preguntas específicas, utilizando un cuestionario para brindar información amplia y necesaria. Hernández *et al* (2018) mencionan lo que se necesita para lograrlo: “En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema”. (p.449).

### **Proceso de Recolección de Datos**

En el proceso de recolección de los datos se inicia con la identificación en las empresas de personas adecuadas, relevantes y confiables que tengan conocimiento sobre el tema. Luego, se utilizan las fuentes primarias que incluyen a las muestras previamente reconocidas, para realizarles una entrevista a cada una de estas. De tal manera, se podrán obtener los datos para convertirlos en información trascendental para el estudio.

Cabe destacar que las entrevistas se aplicarán utilizando un cuestionario para que los entrevistados logren expresar detalladamente su conocimiento, ya sea de manera presencial o por videoconferencia, con el objetivo de poder registrar de primera mano la información. De igual forma, se usarán fuentes primarias como libros, documentos oficiales de instituciones públicas o

privadas e investigaciones públicas o privadas, de donde se obtendrá principalmente la información requerida.

Asimismo, se contará con fuentes secundarias como otra clase de libros, artículos y cualquier información escrita, digital o física que sean de valor como aporte a la investigación. Posteriormente, se revisarán los datos recolectados de las fuentes para proceder a destacar la información esencial por medio del análisis de esta, a través de las categorías de análisis que se encuentran previamente descritas en el documento.

### **Fuentes de Información**

Se puede definir como fuentes de información aquellos documentos o recursos que hablen de un tema en específico. Según Hernández *et al* (2018), se puede mencionar que son “fuentes de datos, que pueden ser entrevistas, observaciones directas, documentos, material audiovisual, anotaciones, etc. [...] Además, puede recolectar datos de diferentes tipos: lenguaje escrito, verbal y no verbal, conductas observables e imágenes”. (p.443) Ciertamente es importante escoger adecuadamente cada una de las fuentes para darle veracidad al tema.

#### **Fuente Primaria**

Hernández *et al* (2018) define como fuentes primarias a aquellas que “proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes”. (p.72). Es decir, son las que ofrecen información original con conocimientos propios, sin la necesidad de basarse en otras fuentes. Se pueden destacar libros, artículos de publicaciones periódicas, documentos oficiales, testimonios de expertos, entre otros.

Según lo anterior, se utilizarán los datos obtenidos de las personas entrevistadas para obtener la información correspondiente desde el conocimiento genuino de cada individuo. Además, Hernández *et al* (2018), en su Metodología de la Investigación, mencionan que dentro de este tipo de fuentes, las más utilizadas son revistas científicas y libros, porque de esta manera

se puede profundizar en el tema, ya que son evaluados por expertos, los cuales también se emplearán en el documento presente.

### **Fuente Secundaria**

El término de fuente secundaria definido según Jaén (2019) indica que “Las fuentes secundarias surgen de la transformación (mediante el análisis, resumen e indización) de las fuentes primarias. Contienen información primaria reelaborada, sintetizada y reorganizada, lo que permite el acceso a las fuentes primarias”. (p.10) En otras palabras, son aquellas en las que se ha analizado fuentes primarias, de donde se extrae información para condensarla y crear otro nuevo documento.

Debido a lo expuesto anteriormente, las fuentes secundarias, o también conocidas como indirectas, pueden ser enciclopedias, antologías, directorios, revistas, libros o artículos que contengan una interpretación de otros trabajos o investigaciones, es decir, que provengan de fuentes primarias. Como son interpretaciones específicas de un tema, es necesario confirmar la validez y comprobar si es relevante para la información. Por consiguiente, en el presente documento se encontrarán libros, artículos en línea, tesis nacionales e internacionales.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo IV se desarrolla el análisis de los resultados, a partir de las distintas entrevistas que se les realizaron a las muestras seleccionadas que se encuentran en el capítulo III. Cada una de las personas encuestadas respondieron a un total de veinte preguntas basadas en procesos logísticos, requisitos de exportación y herramientas que necesitarán las pequeñas y medianas empresas durante su proceso de internacionalización hacia el mercado chileno.

Cabe destacar que el capítulo se conforma de la siguiente manera: una tabla que muestra las unidades de análisis, que fueron extraídas según cada objetivo específico planteado en el capítulo I; además, se encuentran las categorías, las cuales surgen de las respuestas de los entrevistados a partir de los argumentos brindados. A partir de eso, se describe y analiza cada categoría por medio de la información de fuentes y datos que brindan aporte al presente estudio. Posterior a eso, se procede a realizar una interpretación para dar respuesta al problema de la investigación.

**Tabla 3**

*Unidades y Categorías de Análisis*

Unidad	Categoría
<b>1. Proceso logístico</b>	1. Operador logístico 2. Cadena de suministro 3. Documentos digitales 4. Eficiencia 5. Coordinación de transporte 6. Costos 7. Tramitología
<b>2. Requisitos</b>	1. Registro exportador 2. Entidades 3. Permisos 4. Certificado de origen

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Etiqueta</li> <li>6. Certificación ISO</li> <li>7. Conocimiento de embarque</li> <li>8. Factura comercial</li> <li>9. DUA</li> <li>10. Impuestos</li> </ol>
<b>3. Herramientas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asesoramiento</li> <li>2. Investigación de mercado</li> <li>3. Plataforma en línea</li> <li>4. Tecnología</li> <li>5. Alianzas</li> </ol>

Nota: Elaboración propia (2024)

### **Unidad de Análisis 1: Proceso logístico**

En esta primera unidad de análisis hace referencia a los procesos logísticos que se deben tomar en cuenta para la internacionalización de mermeladas al mercado chileno. Se analizarán las estrategias, aspectos regulatorios y otros requeridos para exportar el producto fuera de las fronteras del país de manera exitosa; seguidamente, se pueden observar las distintas categorías que surgieron de la presente unidad.

1. Operador logístico
2. Cadena de suministro
3. Documentos digitales
4. Eficiencia
5. Coordinación de transporte
6. Costos
7. Tramitología

## **Categoría 1. Operador Logístico**

### **Descripción.**

En esta primera categoría se toma en cuenta que los entrevistados concuerdan en que, durante el proceso logístico, una de las estrategias que las pymes productoras de mermeladas deben utilizar es los operadores logísticos. Estos son profesionales que ayudan a controlar todo lo relacionado con la cadena de suministro y así lograr un trabajo eficiente. A continuación, se observan las respuestas de los entrevistados.

*“Para pymes enfocadas en productoras de mermelada en la gran área metropolitana (GAM), estrategias logísticas efectivas podrían incluir [...] la selección de socios logísticos confiables en Suramérica.” (Entrevistado 2)*

*“Utilizar un operador logístico que cuente con experiencia, servicios aduanales, de transporte local e internacional y de servicios de consolidación de carga hacia Suramérica.” (Entrevistado 4)*

*“Tener una alianza comercial con transportistas internacionales y agencias aduanales que hagan no solamente los procesos aduanales, sino que les den acompañamiento técnico. De igual manera la alianza con PROCOMER para poder tener apertura a otros mercados de exportación.” (Entrevistado 5)*

*“Buscar socios y operadores logísticos que tengan experiencia, alianzas Vía Procomer [sic] y vía entidades como ProChile, además de buscar transporte seguro y rápido.” (Entrevistado 7)*

*“Cumplir con la normativa aduanera, todo lo que tenga que ver con aranceles y regulaciones sanitarias y fitosanitarias con la ayuda de operadores logísticos.” (Entrevistado 8)*

*“Establecer alianzas con socios logísticos locales en los países objetivo, lo que facilitaría el almacenamiento, distribución y entrega de sus productos de manera más eficiente.”*  
(Entrevistado 9)

### **Análisis.**

Es importante considerar que, para poder optimizar el proceso logístico, se requiere contar con un apoyo durante todos los pasos para que las pymes puedan completar de manera eficiente y correcta la exportación de sus productos. La oportunidad de encontrar y establecer relaciones comerciales con operadores logísticos es baja para las pymes. Es por eso que, según los encuestados, es importante tomar en cuenta que una estrategia consiste en buscar a personas que tengan conocimiento en el área.

De acuerdo con los entrevistados, se destaca que, tanto a nivel nacional como en el país al que se vaya a exportar la mermelada, en este caso a Chile, es vital que busquen a expertos relacionados con servicios de aduanas, transporte, entre otros, para su beneficio. Procomer (2018a) menciona que:

En Costa Rica, por ejemplo, existen más de 400 oferentes de servicios logísticos, entre los que se encuentran los agentes de aduanas, consolidadores de carga, navieras, transportistas terrestres u otros oferta compleja y heterogénea, que hace difícil a las PYME hallar al proveedor adecuado (p.6)

## **Categoría 2. Cadena de Suministro**

### **Descripción.**

Una estrategia clave que las pymes productoras de mermelada de la Gran Área Metropolitana (GAM) pueden considerar para ingresar al mercado de Suramérica es enfocarse en la optimización de su cadena de suministro. Según Roldán (2024), “Una cadena de suministro es el conjunto de actividades, instalaciones y medios de distribución necesarios para llevar a cabo el proceso de venta de un producto en su totalidad”. (párr.1). Cuando se realiza cada paso, se

asegura que la venta se logre exitosamente. En relación con lo anterior, se destacan los siguientes comentarios de los entrevistados.

*“Para pymes enfocadas en productoras de mermelada en la gran área metropolitana (GAM), estrategias logísticas efectivas podrían incluir la optimización de la cadena de suministro.” (Entrevistado 2)*

*“Para estos mercados se buscó reducir los costos al máximo, desde la producción hasta la cadena logística por eso es importante un buen manejo de la cadena de suministro.” (Entrevistado 3)*

*“Por medio de la optimización de la Cadena de Suministro, se puede mejorar para reducir costos y tiempos de entrega.” (Entrevistado 8)*

*“Las tecnologías emergentes ofrecen un gran potencial, la adopción de estas tecnologías puede ayudarlas a optimizar su cadena logística, mejorar su competitividad y acceder a nuevos mercados.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

Para que una empresa pueda sacar el máximo provecho al proceso logístico y convertirlo en una ventaja competitiva frente a la competencia, es de suma importancia optimizar la cadena de suministro. Conforme el tiempo va avanzando, el mercado actual es cada vez más exigente y se puede volver un reto para las empresas ejecutar todos los pasos adecuadamente para que se logre la satisfacción del cliente.

Con la ayuda de un correcto diseño de la cadena de suministro, las pymes pueden lograr que los elementos logísticos sean eficientes y se reduzcan los costos, a la vez que se aumentan los ingresos y se brinda un mejor servicio a los clientes. Mora (2021) destaca lo que implica una optimización en este proceso:

Porque, aunque pareciera que la optimización de la cadena de suministro sólo es necesaria después de un evento disruptivo a gran escala, la realidad es que cualquier momento es una buena oportunidad para que una compañía mejore su desempeño logístico y evalúe sus procesos y activos. Por eso, es recomendable que, en lugar de sólo agregar capacidades de producción o distribución, se lleve a cabo una reestructura integral para evitar posibles interrupciones. (párr.19)

### **Categoría 3. Documentos Digitales**

#### **Descripción.**

Los documentos digitales es la tercera categoría que las personas entrevistadas mencionan en relación con el impacto que pueden generar las tecnologías emergentes en la optimización de la cadena logística. Es decir, si se utiliza adecuadamente la tecnología pueden tener todos los escritos de una manera digital y siempre a la mano para una mejor gestión. Es por esto que se detallan las principales frases obtenidas de la muestra.

*“Las nuevas tecnologías han permitido agilizar diversos procesos logísticos, como puede ser la reducción de documentos físicos teniendo como una opción el manejo o gestión de documentos digitales.” (Entrevistado 2)*

*“Agiliza los procesos logísticos, con la tecnología permite manejar los documentos digitales y optimización de inventarios, transporte.” (Entrevistado 7)*

*“Gestión de Inventarios con la ayuda inteligente, entonces las pymes pueden monitorear en tiempo real sus inventarios en Chile, evitando excesos o faltantes.” (Entrevistado 8)*

#### **Análisis.**

El comercio internacional experimenta cambios constantes y las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción de mermelada pueden aprovechar la tecnología para adaptarse a estos cambios de manera efectiva. Con esta ayuda, las pymes pueden conseguir un mayor control durante su proceso de internacionalización y la digitalización les puede brindar

agilidad y optimización en los procesos relacionados con la logística, para poderse mantener competitivas en el mercado. Oliveira (2023) menciona a continuación la importancia de utilizar esta herramienta:

Con la tecnología, es posible lograr mejores resultados en diversas áreas. En Comercio Internacional, los avances tecnológicos han hecho que áreas como Ciencia de Datos, Inteligencia Empresarial, Gestión de Procesos Digitales, TI, Marketing Digital y Éxito del Cliente sean más demandadas debido a las nuevas necesidades y soluciones en el sector. (párr.7)

#### **Categoría 4. Eficiencia**

##### **Descripción.**

La categoría de análisis número 4, en relación con lo expresado por los entrevistados, aplica para las pymes productoras de mermelada en cuanto al beneficio que reciben al utilizar las tecnologías emergentes, porque se volverán eficientes durante el proceso logístico, lo que implica que podrán obtener una mejora en tiempos, costos y un mejor manejo en los trámites. A continuación, se detalla lo expresado en las entrevistas realizadas.

*“El impacto debe ser en tiempos y costos.” (Entrevistado 3)*

*“El impacto es positivo porque ayuda a buscar el conocimiento y hacerlo de forma más rápida y no depender solo de personas.” (Entrevistado 4)*

*“Podría ser el tracking logístico de exportación para una mayor visibilización del proceso.” (Entrevistado 5)*

*“Con software avanzado, las pymes pueden diseñar rutas eficientes y optimizar el transporte en Chile, reduciendo costos y tiempos de entrega.” (Entrevistado 8)*

*“La logística es la misma siempre tanto en procesos como en documentación, lo que va hacer diferencia es en la experiencia y actualización que tenga la parte asociada como agente*

*en transporte y trámites esta experiencia marcará diferencia en el proceso ya que las cadenas logísticas se actualizan todos los días.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

La eficiencia permite utilizar medios adecuados para obtener y alcanzar un fin en específico. Según Galán (2021), “Hace referencia a la necesidad de menores asignaciones de factores para la producción de un determinado nivel de bienes y servicios”. (párr.1) Teniendo en claro este concepto, durante el proceso logístico es importante que las empresas logren utilizar adecuadamente la tecnología para ser eficientes.

Es importante destacar que, durante la logística, es vital tomar en cuenta los tiempos de entrega que conlleva al exportar un producto. Como mencionan los entrevistados, el impacto que tiene utilizar directamente las tecnologías durante la cadena logística permitirá que los envíos sean más rápidos y, por ende, el costo no aumentará. Pérez (2021) menciona lo siguiente:

El tiempo de entrega puede también servir de indicador de la agilidad de la empresa. Las empresas con plazos de entrega más cortos suelen ser más flexibles. De este modo, pueden realizar cambios en el flujo de trabajo con rapidez. (párr.11)

## **Categoría 5. Coordinación de Transporte**

### **Descripción.**

Durante el proceso logístico surgen distintos desafíos ante los que las pymes tienen que encontrar soluciones. El transporte en el comercio es sumamente importante, porque permite trasladar la mercancía desde el lugar de origen hasta el destino final, pero este implica que se deben realizar todos los esfuerzos para una adecuada coordinación. Dentro de los argumentos más importantes mencionados en la entrevista destacan los siguientes:

*“Coordinación de transporte para que los tiempos de entrega sean rápidos.”  
(Entrevistado 1)*

*“Por ahora es de acuerdo relacionado con lo del transporte, que son entregar lo más rápido y con un costo competitivo para los clientes.” (Entrevistado 3)*

*“Pocas empresas que brinden el servicio de consolidación de carga para productos alimenticios, seguía del canal de Panamá, distribución en el país destino.” (Entrevistado 4)*

*“Al ser un producto perecedero, los días de tránsito altos suponen un reto.” (Entrevistado 6)*

*“Distribución el producto, coordinar con múltiples socios o canales de distribución si no se ejecuta bien la entrega puede verse afectada y no ser eficiente.” (Entrevistado 8)*

*“La gestión de la cadena de suministro también puede ser un desafío, ya que implica coordinar a diferentes actores como transportistas, almacenes y distribuidores.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

Durante la logística es esencial que los productos tengan las cantidades completas, la calidad requerida y se encuentren en el momento justo que el cliente solicitó. Para esto último, es necesario planificar adecuadamente el envío y este es un desafío común cuando se exporta. El tiempo de tránsito es el tiempo total que toma llevar una mercancía desde el punto de origen hasta el destino; este se mide en horas o días y se ve afectado según el tipo de medio de transporte que se utilice.

La gestión de transporte, como mencionan los entrevistados, prácticamente determina el éxito para poder entregar a tiempo la mercancía. Es importante destacar que se debe escoger una estrategia controlada para poder afrontar ese desafío, según la empresa SimpliRoute (2022):

Es de suma importancia contar con un coordinador de logística y transporte que pueda tomar las decisiones respecto a las actividades que deben llevarse a cabo

para un mejor desempeño de las funciones de tu empresa. Este profesional debe planificar la gestión de las rutas de forma previa a que se ejecuten. (párr.13).

## **Categoría 6. Costos**

### **Descripción.**

En el caso de esta categoría, los entrevistados mencionan que el alto costo durante el proceso logístico es un desafío con el que deben lidiar. De acuerdo con Almeida (2022), “Pueden variar de una empresa a otra, pero generalmente implican gastos en almacenamiento, transporte y flota, mano de obra, embalaje, tarifas e impuestos, así como la adopción de tecnologías para mejorar el trabajo”. (párr.). A continuación, las respuestas de las muestras.

*“Pueden ser costos de envío: lidiar con los altos costos asociados al transporte internacional, que incluyen fletes, aranceles y otros gastos aduaneros o bien embargos y restricciones: enfrentar posibles embargos o restricciones comerciales que puedan surgir debido a cambios en políticas gubernamentales o acuerdos comerciales internacionales.” (Entrevistado 2)*

*“También, al ser productos consumibles tienden a ser más sensibles a temas de precio de flete.” (Entrevistado 6)*

*“Costo de transporte es un claro desafío para las pymes por su alto precio.” (Entrevistado 7)*

*“Costos altos de transporte llegan a afectar la rentabilidad.” (Entrevistado 8)*

*“Además, los costos logísticos pueden ser altos, especialmente para las pymes que exportan a mercados lejanos, ya que incluyen transporte, almacenamiento y seguro.” (Entrevistado 9)*

## **Análisis.**

Después de la pandemia del COVID-19 se incrementaron los costos de transporte marítimo, es por esto que los exportadores de mermelada pueden verse afectados por este importante motivo. Según la Cámara de Comercio de Costa Rica (2021), se destaca la siguiente información relevante sobre este tema:

Se trata de un problema mundial con múltiples causas, la gran mayoría externas al país. Sin embargo, el aumento tan grande y sostenido en el costo de los fletes marítimos internacionales, está impactando directamente el costo de las mercancías, lo que a su vez llegará a aumentar el costo de vida de los costarricenses. (párr.3)

Para el caso de Costa Rica, en los datos facilitados por PROCOMER se evidencia que, en el primer cuatrimestre del 2020, los costos de exportación presentaron un aumento del 33% en comparación con el primer cuatrimestre del 2019. Cuando se compara el crecimiento entre el primer cuatrimestre 2020 y el primer cuatrimestre 2021, el aumento fue del 70%. (párr.7)

Es un hecho que los altos costos logísticos resultan desafiantes para las pymes debido a que cada uno de los elementos que están dentro del flujo logístico genera un gasto. Estos pueden ir desde sumas ocultas por las actividades, como almacenaje o transporte desde que se produce la mercancía hasta que llega al consumidor. Es por esto que las herramientas de control de gestión y con una automatización de procesos permitirá controlar mejor los costos. (Logistec, 2022).

## **Categoría 7. Tramitología**

### **Descripción.**

De acuerdo con las opiniones extraídas para esta investigación, se puede destacar que la tramitología de los documentos es un desafío relevante durante el proceso logístico. Las muestras destacan que es complejo cumplir con los requisitos o permisos que las entidades especifican para realizar la exportación, ya que conllevan mucho tiempo. A continuación, la opinión de cada uno de los entrevistados.

*“Documentación necesaria como notas técnicas y requisitos para su debida exportación.” (Entrevistado 1)*

*“La tramitología de permisos y notas técnicas.” (Entrevistado 5)*

*“Normativas Aduaneras y Regulatorias como las sanitarias que pueden dificultar durante el proceso.” (Entrevistado 8)*

*“La complejidad de las regulaciones aduaneras, ya que cada país tiene sus propias normativas que deben cumplirse, lo que implica trámites y papeleo que pueden resultar complicados y llevar mucho tiempo.” (Entrevistado 9)*

*“La parte documental en origen como en destino y los requisitos administrativos van a ser una demora, pero ya completamente definidos el proceso será muy simple.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

La confección de los documentos necesarios para las exportaciones lleva su tiempo, así que, para evitar retrasos o contratiempos, se necesita planificar, preparar y llevar un seguimiento de toda la tramitología para realizar este proceso de envío adecuadamente. Esto implica recopilar la información requerida para proceder con los trámites necesarios ante las entidades respectivas, con el fin de lograr que la exportación fluya de una manera eficiente y así tener la certeza de que el cliente va a estar satisfecho.

### **Unidad de Análisis 2: Requisitos**

En esta segunda unidad de análisis se hace referencia a los requisitos con los que deben de cumplir las pymes productoras de mermelada para que puedan llevar a cabo el proceso de internacionalización al mercado chileno. Para ejecutar este proceso, cada persona encargada de las empresas debe tener el conocimiento necesario acerca de todas las exigencias que deben

cumplir, con el propósito de ingresar exitosamente al país de Chile. Se lograron identificar las siguientes categorías de análisis que se encontraron por medio de las entrevistas:

1. Registro de exportador
2. Entidades
3. Permisos
4. Certificado de Origen
5. Etiqueta
6. Certificación ISO
7. Conocimiento de embarque
8. Factura comercial
9. DUA
10. Impuestos

### **Categoría 1. Registro Exportador**

#### **Descripción.**

En esta primera categoría de análisis se da a entender que las pymes costarricenses productoras de mermelada que desean realizar su proceso de internacionalización deben estar registradas como exportadores ante Procomer. Este es un requisito fundamental, establecido por los entes gubernamentales, para que las empresas puedan exportar sus productos. Lo anterior se fundamenta con las siguientes respuestas dadas por los entrevistados.

*“Primeramente, realizar el registro de exportador ante PROCOMER, estar inscritos ante Hacienda, otros permisos sanitarios.” (Entrevistado 1)*

*“Registro de Exportador ante PROCOMER: VUCE2.0. (Instrucciones para el Registro de Exportador)” (Entrevistado 2)*

*“Que se encuentre registrado ante PROCOMER como exportador, Certificado de origen, se debe contar con inocuidad del producto por eso contar con un registro en la CCSS y registro del Ministerio de Salud.” (Entrevistado 7)*

*“Registro como exportador ante PROCOMER.” (Entrevistado 8)*

*“Registrarse como exportador ante PROCOMER, contar con Notas Técnicas o permisos de salida según el producto o servicio exportado, contar con la certificación de origen para obtener el beneficio desgravación arancelaria del producto.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

De acuerdo con las respuestas de las muestras, el registro de exportador ante Procomer corresponde a uno de los primeros pasos con los que deben contar las empresas que desean exportar desde Costa Rica, este trámite se realiza por medio de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). Según Procomer (2023a), esta plataforma “administra los sistemas informáticos mediante los cuales se centralizan y mejoran los procesos previos a la importación y/o exportación para lograr su inserción y competitividad de estos en los mercados”. (párr.1)

Las pymes, al registrarse como exportador en VUCE, reciben un código alfanumérico con el que se les podrá identificar como tal. Este trámite es gratuito, se puede realizar a título personal o en representación de la empresa, se puede asistir a las agencias en distintos puntos del país o bien, hacerlo en línea por medio del mismo sistema con la firma digital. En caso de persona física, esta debe presentar la cédula nacional o residencia en vigencia y para personas jurídicas, necesita proporcionar la personería jurídica de la empresa con menos de un mes de haber sido emitida y el documento de identificación del representante legal vigente. (Procomer, 2023b)

## **Categoría 2. Entidades**

## **Descripción.**

En esta segunda categoría de análisis se expresa otro requisito relevante que las pymes productoras de mermeladas deben considerar: estar registrados ante ciertas entidades gubernamentales. Entre estas, se destacan la inscripción en el Ministerio de Hacienda, el Ministerio de Salud y en la CCSS. A continuación, se detallan las principales frases tomadas de las entrevistas, que respaldan lo descrito anteriormente.

*“Primeramente, realizar el registro de exportador ante PROCOMER, estar inscritos ante Hacienda, otros permisos sanitarios.” (Entrevistado 1)*

*“Registro de salud del producto ante Ministerio de Salud.” (Entrevistado 5)*

*“Registro ante CCSS (Oficina Virtual CCSS, permiso de funcionamiento y registro de productos ante el Ministerio de Salud (Regístrelo), registro de Exportador ante el Ministerio de Hacienda: TRAVI.” (Entrevistado 6)*

*“Que se encuentre registrado ante PROCOMER como exportador, Certificado de origen, se debe contar con inocuidad del producto por eso contar con un registro en la CCSS y registro del Ministerio de Salud.” (Entrevistado 7)*

*“Estar registrado ante tributación.” (Entrevistado 8)*

*“Que le permite producir ante las entidades que autorizan, pero en los aduanal debe estar al día con el pago del IVA y con la CCSS.” (Entrevistado 10)*

## **Análisis.**

De acuerdo con las citas previas, El Ministerio de Hacienda (MH), El Ministerio de Salud y la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS) son entidades a las que las empresas, en este caso las pymes productoras de mermeladas, deben registrarse para poder exportar sus productos.

El MH es una entidad gubernamental rectora de la política fiscal del país, se encarga de garantizar el cumplimiento de obligaciones fiscales y aduaneras. El Ministerio de Salud garantiza proteger la salud por medio del control de estándares de calidad del bien a exportar. Y la CCSS vela por el funcionamiento adecuado de las empresas según los estándares sanitarios.

El Ministerio de Hacienda (2022) explica dónde se deben registrar los exportadores, para que de esta manera las empresas puedan funcionar bajo el marco normativo de la ley y cumplir con sus obligaciones tributarias:

Debe registrarse en el RUT por medio del portal de ATV, toda persona física, jurídica o residente, que realice una actividad comercial esto incluye Agentes, Agencias, Importadores, Exportadores, empresas de Zona Franca y Perfeccionamiento Activo. La dirección electrónica del portal ATV es: <https://atv.hacienda.go.cr/ATV/Login.aspx> o comuníquese con Tributación al 25394000, opción 1. (p.1).

### **Categoría 3. Permisos**

#### **Descripción.**

Las respuestas de las muestras concuerdan en que los permisos sanitarios son parte de los requisitos para poder comercializar las mermeladas a nivel nacional e internacional. Este es un paso previo a la internacionalización que deben llevar a cabo las pymes para obtener la autorización sanitaria facilitada por el Ministerio Salud de Costa Rica. Dentro de los argumentos mencionados en las entrevistas, se destacan las siguientes.

*“Primeramente, realizar el registro de exportador ante PROCOMER, estar inscritos ante Hacienda, otros permisos sanitarios.” (Entrevistado 1)*

*“Obtener los certificados sanitarios y fitosanitarios necesarios emitidos por las autoridades competentes en Costa Rica entre otros.” (Entrevistado 2)*

*“Permisos sanitarios, registros de productos aprobados, y cumplir con normas de etiquetado destino.” (Entrevistado 3)*

*“Algunos son los registros sanitarios y registros de marca.” (Entrevistado 4)*

*“Registro de salud del producto, Notas técnicas de exportación, Permisos Fitosanitarios, Declaración aduanera, Registro de Calidad.” (Entrevistado 5)*

### **Análisis.**

Existen distintos tipos de permisos que regulan las actividades comerciales. Las pymes productoras de alimentos deben cumplir con estándares sanitarios para poder vender sus productos. Es por medio del Ministerio de Salud que se realizan los trámites de permiso sanitario de funcionamiento y el registro de productos de interés sanitario, con el objetivo de que las empresas puedan desarrollar adecuadamente su venta a nivel nacional e internacional.

En primer lugar, el permiso sanitario de funcionamiento lo deben tener todos los establecimientos industriales, comerciales y de servicio para operar a nivel nacional, según la actividad. Después de que el establecimiento cuenta con esos requisitos, se emite un documento que tiene una vigencia entre uno y cinco años. La cantidad de dinero se paga según el riesgo, de acuerdo con la clasificación del reglamento general para permisos sanitarios de funcionamiento. Además, el pago del trámite se realiza en la plataforma Ventanilla Única de Inversión (VUI) por medio de transferencia de SINPE. (Ventanilla Única de Inversión, 2024).

En segundo lugar, las mermeladas al ser un producto alimenticio, deben contar con permisos que demuestren su inocuidad, de esta manera, facilitan su comercialización, porque evidencian que no hay ningún riesgo al consumirlo. Es importante también presentar un registro sanitario, este “es un mecanismo de control que implica la verificación de requisitos asociados a la calidad y seguridad de los productos de interés sanitario, con el objetivo de contribuir a proteger la salud de la población costarricense”. (Ministerio de Salud, 2024, párr.1). Este registro

se realiza de manera virtual con un costo de \$100 por producto y cuenta con una vigencia de 5 años.

#### **Categoría 4. Certificado de Origen**

##### **Descripción.**

La categoría número cuatro proporciona evidencia de que el certificado de origen es un trámite de aduanero requerido por las empresas para poder optar por un trato arancelario preferencial. Este es un documento que permite facilitar al sector exportador la colocación de sus productos con beneficio arancelario en el mercado extranjero, siempre y cuando cumpla con las normas de origen del país al que se enviarán los productos. Lo anterior se fundamenta con las siguientes respuestas.

*“Certificado de origen, etiqueta de información para el consumidor sobre el producto.”*  
(Entrevistado 1)

*“Algunos de estos pueden ser: Certificado de origen, Certificado Sanitario, Certificación Fitosanitaria, Certificación de Calidad, Certificación ISO, Sellos de Origen, etiqueta correspondiente, sin embargo, siempre es importante estar investigando los requisitos ya que estos pueden ir variando con según los estándares que solicite el país a exportar.”* (Entrevistado 2)

*“DUA de exportación, Factura de Exportación, Lista de Empaque, Certificado de Libre Venta, Certificado de Origen, Documento de Transporte.”* (Entrevistado 6)

*“DUA, Factura comercial, lis BL y certificado de origen.”* (Entrevistado 7)

*“Registro Sanitario, Certificación Orgánica, Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), Certificación ISO, Etiquetado, Certificación de Origen.”* (Entrevistado 8)

*“Certificado de Origen y Certificación MSF.”* (Entrevistado 9)

### **Análisis.**

Costa Rica, como se mencionó en la presente investigación, posee un tratado de libre comercio con Chile que detalla los beneficios arancelarios para las mercancías originarias de ambos países. Para poder aplicar este trato preferencial, las pymes exportadoras deben presentar el certificado de origen correspondiente al acuerdo comercial. Es trascendental completar correctamente el formulario, ya que de eso depende la aprobación de la solicitud del certificado; por lo tanto, cualquier error resultará en el rechazo de este. Al respecto, se menciona lo siguiente:

La certificación de origen es el proceso mediante el cual un exportador, productor o importador (dependiendo del Acuerdo Comercial), acredita el cumplimiento del Requisito de origen establecido en los Acuerdos Comerciales, permitiendo al importador del país socio beneficiarse de la preferencia arancelaria pactada en el tratado comercial correspondiente. Para tal efecto, el exportador, productor o importador debe completar y firmar un certificado de origen. (ProChile, 2024, párr. 2)

De acuerdo con lo anterior y con las respuestas brindadas por las muestras, se evidencia que el certificado de origen es un documento relevante para las pequeñas y medianas empresas productoras de mermelada que desean internacionalizarse en el país de Chile. El contar con el beneficio arancelario les provee a los productos una ventaja comparativa sobre otros países, el cual permite que se posicionen en el mercado chileno de una manera favorable.

### **Categoría 5. Etiqueta**

#### **Descripción.**

La etiqueta es una impresión que envuelve el producto, facilitando información para el cliente. Cada país cuenta con su propia regulación de etiquetado, es por eso que los exportadores deben estar pendientes para poder cumplir con dichas normas. Por tanto, este elemento es un requisito a tener en cuenta para entrar en el mercado de destino. Seguidamente, se observan las respuestas de los entrevistados que apoyan lo anterior.

*“Qué estén debidamente etiquetado con la información para el consumidor de información nutricional.” (Entrevistado 1)*

*“En el caso de Chile, el etiquetado debe de ser en español, información nutritiva, fecha de caducidad, empaque resistente y seguro esto para mantener la inocuidad del producto.” (Entrevistado 2)*

*“Certificados de calidad, la etiqueta con sus especificaciones, Certificación ISO.” (Entrevistado 5)*

*“Para ellos entre más sellos tenga mejor de acuerdo al alimento, incluir Certificación ISO, Certificado Sanitario, etiqueta debidamente señalada.” (Entrevistado 7)*

*“Etiquetado claro y legible con su información de consumo y nutrición.” (Entrevistado 8)*

*“Las etiquetas deben estar redactadas en español, pero se autoriza el uso de otros idiomas adicionales. Las medidas deben ser expresadas usando el sistema métrico. El país de origen debe estar obligatoriamente indicado en el embalaje.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

Como se mencionó en el capítulo 2, Chile implementó la Ley de Etiquetado de Alimentos, dentro de esta se desarrollan las normas de acuerdo con la rotulación general y nutricional. La etiqueta debe cumplir con requisitos específicos sobre información del productor y el producto, destacando aditivos y alérgenos si corresponde. Además, por medio de una tabla, se deben indicar los valores nutricionales detallados y si el producto supera los límites establecidos de azúcares totales, calorías y grasas saturadas, se debe de incluir el sello “ALTO EN”. Por último, la publicidad será restringida hacia los niños si algunos de los valores anteriores son excesivos. (Ministerio de Salud de Chile, 2022).

Esta es una nueva norma que ha influido de manera significativa en las decisiones de compra de los consumidores. Es por esto que las empresas productoras de mermeladas deben estar conscientes de este requisito tan importante. De acuerdo con este cambio, Procomer (2019) agrega lo siguiente al respecto:

Ante esto, es importante para el exportador mantenerse al tanto sobre los posibles cambios en la normativa para no tener inconvenientes con el acceso al mercado, pero además buscar la forma de ajustar su mensaje e incluso formulaciones para alinearlos con las tendencias que se presentan en los mercados internacionales como lo son productos más saludables, con menos impactos sobre el medio y con elementos que le brinden un mayor valor por su dinero. (párr.12).

## **Categoría 6. Certificación ISO**

### **Descripción.**

Dentro de las respuestas que brindaron los entrevistados para la unidad de requisitos, se identificó la categoría que hace referencia a las certificaciones. Se resalta la certificación ISO como un estándar de calidad aplicable tanto para el sector gastronómico como en la industria de alimentos, lo que la convierte en una norma a tomar en cuenta para los productores de mermeladas costarricenses, ya que garantiza la seguridad alimentaria del producto. Sobre este tema, las muestras responden lo siguiente.

*“Algunos de estos pueden ser: Certificado de origen, Certificado Sanitario, Certificación Fitosanitaria, Certificación de Calidad, Certificación ISO, Sellos de Origen, etiqueta correspondiente, sin embargo, siempre es importante estar investigando los requisitos ya que estos pueden ir variando con según los estándares que solicite el país a exportar.” (Entrevistado 2)*

*“No son obligatorios, pero es un plus tener certificaciones ISO especialmente la ISO 22000 de inocuidad, certificación orgánica si los productos son categorizados como orgánicos.” (Entrevistado 4)*

*“Certificados de calidad, la etiqueta con sus especificaciones, Certificación ISO.”*  
(Entrevistado 5)

*“Para ellos entre más sellos tenga mejor de acuerdo al alimento, incluir Certificación ISO, Certificado Sanitario, etiqueta debidamente señalada.”* (Entrevistado 7)

*“Registro Sanitario, Certificación Orgánica, Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), Certificado ISO, Etiquetado, Certificación de Origen.”* (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

La Organización Internacional de Normalización (ISO) es un organismo no gubernamental e independiente que, por medio de sus miembros y ayuda de expertos, crean normas internacionales voluntarias de estandarización que son de interés en los mercados a nivel mundial. (ISO, 2024). En razón al valor global que tienen las normas que crean esta entidad, los entrevistados toman como un requisito que las pymes cuenten con una certificación ISO.

Debido a que las normas abarcan una variedad de actividades, existe una específica para el sector alimenticio que es la ISO 22000 de gestión de la seguridad alimentaria. La propia entidad explica la importancia de esta norma, ISO (2024) indica lo siguiente al respecto:

ISO 22000 establece los requisitos de un sistema de gestión de la seguridad alimentaria y puede certificarse conforme a ella. Establece lo que una organización debe hacer para demostrar su capacidad de controlar los peligros para la seguridad alimentaria con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos. Puede ser utilizada por cualquier organización, independientemente de su tamaño o posición en la cadena alimentaria. (párr.5)

En coherencia con lo expuesto anteriormente, el hecho de que las pymes costarricenses productoras de mermeladas utilicen esta certificación proporciona un apoyo para que la mercancía cruce las fronteras nacionales, asegurándose que los consumidores comprarán por ser

alimentos confiables. Además, la norma ISO 22000, si bien no es un requisito obligatorio, representa un valor agregado que brinda ventaja competitiva.

## **Categoría 7. Conocimiento de Embarque**

### **Descripción.**

Dentro de los requisitos que mencionaron las muestras en sus entrevistas, hacen referencia a poseer el conocimiento de embarque. Es uno de los documentos más importantes a tomar en cuenta por las pymes productoras de mermeladas para poder transportar la mercancía. Se obtiene una vez que se contrata el transportista internacional, que es el encargado de emitirlo. Lo anterior se fundamenta con las siguientes respuestas.

*“Certificado de Origen, conocimiento de embarque, factura comercial, permiso del Ministerio de Salud para comercializar el producto, DUA.” (Entrevistado 1)*

*“DUA de exportación, Factura de Exportación, Lista de Empaque, Certificado de Libre Venta, Certificado de Origen, Documento de Transporte.” (Entrevistado 6)*

*“DUA, Factura comercial, BL y certificado de origen” (Entrevistado 7)*

*“Registro Sanitario, Certificación Orgánica, Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), Certificación ISO, Etiquetado, Certificación de Origen, Factura comercial, Manifiesto de carga, Conocimiento de embarque (BL, Guía Aérea), DUA, Permisos de exportación, en caso de ser requerido, Póliza de seguro.” (Entrevistado 8)*

*“Contar con los documentos necesarios para la exportación: Factura comercial, Carta porte, normas técnicas y requisitos o certificaciones necesarias, B/L, Declaración Única Aduanera, entre otras.” (Entrevistado 9)*

*“Factura, lista de empaque, guía aérea o BL y el DUA.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

El conocimiento de embarque es uno de los documentos más relevantes e importantes entre los requisitos necesarios para que la mercancía, en este caso las mermeladas, puedan salir del país e ingresar al país destino. Emitido por el transportista internacional, este documento define el contrato de transporte y adopta distintos nombres dependiendo del tipo de transporte, como mencionaron los entrevistados. Además, sirve como un recibo y propiedad de mercancía porque la persona que presente el documento es considerada como dueño de la carga. Sobre esto, se menciona lo siguiente:

Debido a que sirve para confirmar la existencia del contrato de transporte, la información necesaria en este documento es: datos de las partes contratantes, datos de la embarcación donde será trasladada la mercancía, el itinerario que seguirá la embarcación, puerto de carga y descarga, descripción de la mercancía a bordo, flete, lugar y fecha de emisión del documento, número de los documentos originales emitidos. (Grupo IFS, 2023, párr. 8)

## **Categoría 8. Factura Comercial**

### **Descripción.**

En esta categoría se expone que otro documento que se requiere durante la exportación de mermeladas es la factura comercial, la cual será utilizada durante la tramitología de exportación y de importación en Chile. Al finalizar la transacción comercial, el vendedor emite la factura como prueba de que se realizó la venta y se la envía a la figura responsable del pago de la mercancía. Seguidamente, se expone lo expresado durante las entrevistas.

*“Certificado de Origen, conocimiento de embarque, factura comercial, permiso del Ministerio de Salud para comercializar el producto, DUA.” (Entrevistado 1)*

*“Declaración Aduanera, orden de compras, factura comercial, certificado de origen, conocimiento de embarque.” (Entrevistado 2)*

*“DUA de exportación, Factura de Exportación, Lista de Empaque, Certificado de Libre Venta, Certificado de Origen, Documento de Transporte.” (Entrevistado 6)*

*“DUA, Factura comercial, BL y certificado de origen.” (Entrevistado 7)*

*“Registro Sanitario, Certificación Orgánica, Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), Certificación ISO, Etiquetado, Certificación de Origen, Factura comercial, Manifiesto de carga, Conocimiento de embarque (BL, Guía Aérea), DUA, Permisos de exportación, en caso de ser requerido, Póliza de seguro.” (Entrevistado 8)*

*“Contar con los documentos necesarios para la exportación: Factura comercial, Carta porte, normas técnicas y requisitos o certificaciones necesarias, B/L, Declaración Única Aduanera, entre otras.” (Entrevistado 9)*

*“Factura, lista de empaque, guía aérea o BL y el DUA.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

La factura comercial es de gran importancia dentro del comercio internacional y es un requisito para exportar, como lo mencionaron los entrevistados, contiene información relevante porque se establecen condiciones de venta indicando la descripción y el valor de la mercancía. Es el vendedor quien realiza el documento a nombre del comprador; en este caso, las pymes productoras de mermeladas lo necesitan para poder darle un respaldo la relación comercial.

Es indispensable contar con la factura comercial debido a que se utiliza para los procesos aduaneros de ingreso y salida de la mercancía. Los auxiliares de la función pública la requieren para poder realizar las cargas tributarias al producto de acuerdo con su clasificación arancelaria. La empresa FedEx (2024), en su sitio de internet, menciona la importancia de este documento:

“es un contrato de venta o una especie de transacción entre el remitente y el destinatario. Proporciona información clave para que la aduana despache sus productos y determine cualquier cargo gubernamental, como aranceles e impuestos”. (párr.1).

## **Categoría 9. DUA**

### **Descripción.**

Esta categoría de análisis hace referencia a la Declaración Única Aduanera (DUA) como requisito establecido por las autoridades aduaneras de Costa Rica para que las mercancías que lleguen a salir del territorio aduanero, sin importar al régimen que se someten, sean declaradas. Es por esto que las pymes productoras de mermeladas necesitan este documento para que lleven a cabo su proceso de internacionalización por medio de la exportación de sus mercancías. A continuación, la respuesta de los entrevistados.

*“Certificado de Origen, conocimiento de embarque, factura comercial, permiso del Ministerio de Salud para comercializar el producto, DUA.” (Entrevistado 1)*

*“Declaración Aduanera, orden de compras, factura comercial, certificado de origen, conocimiento de embarque.” (Entrevistado 2)*

*“Para la exportación: Declaración Única Aduanera. Para la importación en destino: registro sanitario, registro del producto por parte del importador, certificado de origen, declaración aduanera.” (Entrevistado 4)*

*“Registro de salud del producto, Notas técnicas de exportación, Permisos Fitosanitarios, Declaración Aduanera, Registro de Calidad” (Entrevistado 5)*

*“DUA de exportación, Factura de Exportación, Lista de Empaque, Certificado de Libre Venta, Certificado de Origen, Documento de Transporte.” (Entrevistado 6)*

*“DUA, Factura comercial, BL y certificado de origen.” (Entrevistado 7)*

*“Registro Sanitario, Certificación Orgánica, Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), Certificación ISO, Etiquetado, Certificación de Origen, Factura comercial, Manifiesto de carga, Conocimiento de embarque (BL, Guía Aérea), DUA, Permisos de exportación, en caso de ser requerido, Póliza de seguro.” (Entrevistado 8)*

*“Contar con los documentos necesarios para la exportación: Factura comercial, Carta porte, normas técnicas y requisitos o certificaciones necesarias, B/L, Declaración Única Aduanera, entre otras.” (Entrevistado 9)*

*“Factura, lista de empaque, guía aérea o BL y el DUA.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

De acuerdo con la Ley General de Aduanas de Costa Rica, Ley 7557, el artículo 86 indica que la declaración aduanera será efectuada por un agente aduanero, debido a que debe proveer los datos necesarios para que a la mercancía se le otorgue la cuantía de la obligación tributaria aduanera correspondiente a la clasificación arancelaria. Además, el DUA debe ir acompañado de documentación como la factura comercial, certificado de origen, conocimiento de embarque, demás documentación requerida, entre otros.

Con respecto a lo analizado anteriormente y la respuesta de las muestras, se concuerda que la Declaración Única Aduanera es un documento relevante y unos de los principales requisitos para que la mercancía, en este caso las mermeladas, pueda ser exportada definitivamente. Las pymes, al contar con este documento, indican que están cumpliendo con todas las obligaciones tributarias relacionadas con la exportación.

### **Categoría 10. Impuestos**

## **Descripción.**

En la presente categoría se demuestra que los entrevistados seleccionados indican que los impuestos son requisitos para introducir sus productos a nuevos mercados. Desde que inicia el proceso de exportación, se debe tomar en cuenta si se tiene que pagar algún arancel para que la mercancía pueda poder ingresar al país destino adecuadamente. Seguidamente, se observan las respuestas brindadas por las muestras que apoyan lo anterior.

*“DAI, IVA, LEY 6946” (Entrevistado 1)*

*“Arancel aduanero, IVA, usualmente en ese punto hay otros detalles que se pueden ver en los talones de impuestos en la importación realizada.” (Entrevistado 2)*

*“El ad valorem que estaría exento si aplica Certificado de Origen y el Impuestos a las ventas.” (Entrevistado 4)*

*“Impuestos internos IVA y Selectivo de Consumo, dependerá de la partida arancelaria.” (Entrevistado 6)*

*“20.07 es la partida y de Chile a CR están en 0% de impuesto se supone que para allá también.” (Entrevistado 7)*

*“Arancel Aduanero Común (AAC), Impuesto al Valor Agregado (IVA), Derechos Específicos, Acuerdos Comerciales.” (Entrevistado 8)*

*“0% al usar el TLC Centroamérica – Chile” (Entrevistado 9)*

## **Análisis.**

En el comercio internacional existen impuestos de importación que las pymes deben considerar siempre, ya que estos son requisitos para el ingreso de la mercancía al país de destino.

Según el Ministerio de Hacienda (2024), se define este derecho que tienen los países de solicitar de la siguiente manera:

Los Derechos o impuestos a la importación o exportación corresponden al monto de tributos que el fisco recauda en razón del ingreso de una mercancía extranjera al comercio nacional o del egreso de una mercancía nacional al comercio extranjero. Los impuestos a la exportación son limitados a mercancías sensibles, mientras que los impuestos a la importación son de carácter general aplicables a todas las mercancías de importación (con excepción de mercancías exentas o amparadas a trato arancelario preferencial). (párr.8).

Para el ingreso de las mercancías a Chile, los entrevistados coinciden que dentro de los aranceles de ingreso está el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Ad Valorem, que se calcula como un porcentaje del valor del bien. Se debe destacar que, si se cuenta con un certificado de origen, el producto contaría con un 0% del impuesto al utilizar el TLC. La empresa DHL (2024), en su sitio web, menciona el siguiente aspecto esencial a tomar en cuenta al exportar al país chileno:

Conocer sobre los tributos aduaneros que pagan las importaciones. Por regla general, las importaciones están sujetas al pago del derecho ad valorem (6%) sobre su valor CIF (costo de la mercancía + prima del seguro + valor del flete de traslado) y al pago del IVA (19%) a la importación sobre su valor CIF más el derecho ad valorem. Si el país de origen está suscrito a un acuerdo comercial, el derecho ad valorem puede quedar sin efecto, no así el IVA que se paga en todos los casos. (párr.10).

### **Unidad de Análisis 3: Herramientas**

En esta tercera y última unidad de análisis se examinan las herramientas necesarias que las pymes costarricenses productoras de mermeladas de la GAM pueden utilizar para poder realizar el proceso de internacionalización de sus productos. En ella se encuentran los distintos métodos o maneras, mencionados por las muestras de investigación, que pueden implementar para que logren establecerse en el nuevo mercado de una manera estratégica. En consecuencia, surgen las siguientes categorías.

#### **1. Asesoramiento**

2. Investigación de mercado
3. Plataforma en línea
4. Tecnología
5. Alianzas

## **Categoría 1. Asesoramiento**

### **Descripción.**

Para poder exportar adecuadamente se necesitan personas expertas en el tema, es por esto que los entrevistados toman en cuenta que una herramienta esencial para la internacionalización es el asesoramiento. Existen distintas entidades costarricenses que acompañan a las pymes durante el proceso de ingresar a un nuevo mercado internacional y, además, otras organizaciones chilenas que son de gran ayuda también. Lo anterior se puede ver reflejado en las siguientes respuestas.

*“Procomer da toda la asesoría necesaria. Y en el caso de Chile: Servicio Nacional de Aduanas, SAG.” (Entrevistado 1)*

*“Para ambos países tanto Costa Rica como Chile pueden variar las entidades que pueden brindar este apoyo en Costa Rica pueden ser: Procomer, Cadexco, COMEX, MAG para Chile pueden ser: DIRECON, Servicio Nacional de Aduanas, SAG.” (Entrevistado 2)*

*“Procomer, CADEXCO, SAG.” (Entrevistado 3)*

*“PROCOMER es una institución que ayuda a las pymes. Y SAG hablando de Chile.” (Entrevistado 4)*

*“Procomer, Cadexco, Coordinar con Pro Chile, SAG.” (Entrevistado 7)*

*“Tanto en Costa Rica como en Chile, las pequeñas y medianas empresas (pymes) que*

*deseen exportar mermeladas al mercado chileno pueden recibir asesoramiento y apoyo de diversas entidades gubernamentales y organismos especializados en comercio exterior. Por ejemplo: PROCOMER, COMEX, INA, PROCHILE, SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS EN CHILE, SAG, ETC.” (Entrevistado 8)*

### **Análisis.**

Una buena orientación logística permite que las empresas se sientan seguras y logren efectuar con éxito la internacionalización. Por medio de un asesoramiento adecuado, se logra garantizar el cumplimiento de todas las normativas necesarias para exportar. Además, se puede aprovechar al máximo las facilidades de exportación disponibles para las pymes, beneficios que a menudo solamente se descubren por medio una consulta especializada.

Los entrevistados destacan a la entidad Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer) como un apoyo para las pymes costarricenses durante su proceso de internacionalización. Esto se debe a que facilitan y están presentes durante esa etapa, ellos se describen en su página web de esta manera: “También simplificamos y facilitamos los procedimientos de exportación y generamos cadenas de exportación. Para ello, elaboramos estudios de mercado que sirven de guía para la toma de decisiones en los países y como herramienta para los exportadores”. (Procomer,2024, párr.2).

El Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) es una institución chilena que tiene dependencia directa del Ministerio de Agricultura de Chile (2024), que en su página web menciona lo siguiente: “es el organismo fitozoosanitario oficial del Estado de Chile, encargado de apoyar el desarrollo de la agricultura, bosques y ganadería, a través de la protección y mejoramiento de la salud de los animales y vegetales”. (párr.1). Además, menciona que se encarga de regular y verificar que los productos, tanto animales como vegetales, que son importados sean aptos para consumo. Es por lo anterior que es de suma importancia que las pymes se asesoren con esta entidad para que sus exportaciones no tengan ningún inconveniente.

Así mismo, el Servicio Nacional de Aduanas será de utilidad para conocer los trámites aduaneros, regulaciones de importación y hasta procedimientos de inspección. También la

Cámara de Exportadores de Costa Rica (Cadexco) se suma a una entidad confiable para el asesoramiento durante la internacionalización de las pymes, debido a que su propósito es “promover y coadyuvar en las exportaciones, su competitividad y desarrollo del comercio exterior en general, en beneficio de Costa Rica y del bien común”. (Cadexco, 2024, párr.1)

## **Categoría 2. Investigación de Mercado**

### **Descripción.**

En esta segunda categoría de la presente unidad, los participantes detallan que una investigación de mercado es una herramienta que pueden utilizar las pymes productoras de mermeladas para poder realizar correctamente su internacionalización al mercado chileno. Mediante este estudio, se logra comprender mejor las necesidades del cliente y permite mantenerse competitivo. Lo anterior, se fundamenta con las siguientes respuestas de los entrevistados.

*“Por medio de la opinión de los clientes con estudio de mercado. Mejorar la calidad de los ingredientes.” (Entrevistado 1)*

*“Personalizar los productos al gusto del consumidor chileno en base a estudios de mercado.” (Entrevistado 4)*

*“Mediante estudios de mercado en preferencias de consumo de los clientes finales.” (Entrevistado 5)*

*“Consultando por los gustos y preferencias del consumidor con estudio de mercado.” (Entrevistado 7)*

*“Investigación de Mercado, Adaptación de Sabores y Formulaciones, Etiquetado y Presentación, Enfoque en Ingredientes Naturales y Saludables, Canales de Distribución Adecuados, Marketing y Promoción, Atención al Cliente y Retroalimentación, Adaptación a Normativas y Regulaciones Locales.” (Entrevistado 8)*

*“Es fundamental que investiguen el mercado chileno para comprender las preferencias de consumo, las tendencias y las necesidades específicas. Una vez obtenida esta información, podrán adaptar sus productos y servicios para satisfacer las necesidades del mercado chileno, considerando la competencia local y estableciendo alianzas estratégicas con socios locales. Además, es importante destacar la calidad y sostenibilidad de los productos, así como utilizar canales de distribución adecuados para llegar de manera efectiva a los consumidores chilenos.”*  
(Entrevistado 9)

### **Análisis.**

La investigación de mercado es una búsqueda de información que permite a las empresas tomar decisiones con respecto a cómo actuar ante los gustos, preferencias y el comportamiento del consumidor en un país. Santos (2023), comenta más sobre este concepto:

Una investigación de mercados es la herramienta que se utiliza para recolectar datos directamente de la fuente, para conocer los comportamientos de los consumidores, la percepción de la marca o la empresa y las oportunidades para un nuevo producto o innovación. (párr.4)

Esta herramienta, mencionada por las muestras resulta beneficiosa para las pymes productoras de mermelada porque, al implementarla, les permite comprender mejor el mercado chileno. A través de esta, pueden obtener datos específicos que les servirán para prevenir y limitar riesgos. Además, les brinda la capacidad de adaptarse de acuerdo a las necesidades del consumidor, facilitando la toma de decisiones para mejorar las estrategias de ingreso al país destino.

### **Categoría 3. Plataforma en línea**

#### **Descripción.**

Los servicios que se operan a través de internet son una forma en que las pymes productoras de mermeladas pueden utilizar para poder llegar a los consumidores chilenos. Las

herramientas digitales como las plataformas en línea, mencionada por la muestra, pueden abarcar sitios web de comercio electrónico hasta redes sociales que permiten que la internacionalización se logre efectuar. Sobre esta categoría los entrevistados comentan lo siguiente.

*“Con un buen plan de comercialización, plataformas en línea” (Entrevistado 1)*

*“Con presencia en plataformas en línea y conociendo las cadenas de supermercados.” (Entrevistado 2)*

*“Buscar asesorías o expertos, plataformas en línea.” (Entrevistado 3)*

*“Con alianzas entre productores costarricenses, plataformas en línea.” (Entrevistado 4)*

*“Identificación de Socios Comerciales, Participación en Ferias y Eventos Comerciales, Alianzas Estratégicas, Ventas en Línea y Comercio Electrónico, Cumplimiento de Regulaciones Locales, Desarrollo de Relaciones a Largo Plazo, Servicio al Cliente y Soporte Postventa.” (Entrevistado 8)*

### **Análisis.**

Para poder ampliar las oportunidades de negocio, las plataformas en línea son una herramienta digital que facilita la utilización del internet para impulsar las ventas, permitiendo llegar a una mayor cantidad de consumidores. Existe el E-Commerce, que según la OMC (2024), es definido de la siguiente manera:

Una nueva esfera del comercio es la de las mercancías que atraviesan las fronteras por medios electrónicos. En términos generales, es la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones. Los ejemplos más evidentes de productos distribuidos electrónicamente son los libros, música y vídeos transmitidos a través de líneas telefónicas o de Internet. (párr.1).

Esta herramienta funciona al reunir al vendedor y comprador en un canal electrónico. A través de un sitio web o una red social, la pyme puede exhibir su mercancía con una imagen, un título y descripción y de esta manera el cliente puede adquirir el producto en línea. Lo anterior proporciona facilidad para pedir los productos, menos costos de operación y un acceso directo al consumidor, potenciando así el crecimiento de la empresa.

#### **Categoría 4. Tecnología**

##### **Descripción.**

Las nuevas tecnologías han transformado la manera en que se lleva a cabo el comercio. En esta categoría se expone cómo la tecnología aplicada a la logística permite la optimización en el proceso de exportación de mermeladas. Las muestras destacan una serie de herramientas tecnológicas que las pymes pueden aprovechar durante la internacionalización, mejorando la eficiencia de sus operaciones. Lo anterior se evidencia en los siguientes comentarios.

*“Inteligencia artificial y machine learning., Servicios de comercio por plataformas digitales.” (Entrevistado 1)*

*“Sistemas de facturación electrónica, sistemas de planificación de rutas, software de rastreo de envíos y sistemas de gestión de cadena de suministro.” (Entrevistado 2)*

*“Buscadores y herramientas de AI.” (Entrevistado 3)*

*“Herramientas de Inventarios y distribución.” (Entrevistado 4)*

*“Podría ser el tracking logístico de exportación para una mayor visibilización del proceso, al igual que tramitar permisos y requisitos.” (Entrevistado 5)*

*“Sistemas de información, ferias y exposiciones, Inteligencia artificial.” (Entrevistado 7)*

*“Sistemas de Gestión de la Cadena de Suministro (SCM), Software de Gestión de Almacenes (WMS), Sistemas de Gestión de Pedidos (OMS), Análisis de Datos y Business Intelligence (BI).” (Entrevistado 8)*

*“Los sistemas de gestión de inventario y almacén permiten un seguimiento preciso del inventario, la planificación de la demanda y la gestión eficiente del almacén, lo que ayuda a garantizar que las mermeladas estén disponibles en el momento adecuado para su exportación a Chile. Las plataformas de gestión de la cadena de suministro integran y coordinan las actividades de la cadena de suministro, facilitando la planificación, ejecución y seguimiento de las operaciones logísticas, desde la producción hasta la entrega en Chile. Los sistemas de seguimiento y localización de envíos permiten rastrear la ubicación y el estado de los envíos en tiempo real, lo que es crucial para garantizar la visibilidad y la seguridad de las mermeladas durante su transporte a Chile. Las plataformas de comercio electrónico y gestión de pedidos facilitan la gestión de pedidos, facturación y pagos, simplificando el proceso de exportación de mermeladas a Chile y mejorando la experiencia del cliente. Por último, las herramientas de análisis de datos y pronóstico ayudan a optimizar la planificación de la producción y la distribución de las mermeladas, lo que es fundamental para satisfacer las necesidades del mercado chileno de manera eficiente.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

La tecnología ha permitido revolucionar el proceso logístico, permitiendo eficiencia en las operaciones. La inteligencia artificial es una herramienta que ayuda en la optimización de la cadena de suministro desde predicción en la demanda, gestión de inventario y mejora del transporte, influyendo todo lo anterior en el aumento de la rentabilidad de la empresa. La OMC (2022) destaca lo siguiente en relación con la tecnología comercial:

Gracias a la evolución de la capacidad informática y al volumen cada vez mayor de macrodatos, la inteligencia artificial promete ofrecer acceso a los análisis predictivos (sobre lo que ocurrirá en el futuro) y prescriptivos (sobre cómo actuar mejor en el futuro) a fin de obtener importante información que de otro modo no estaría disponible. Esa información puede tener múltiples aplicaciones

comerciales, desde el mantenimiento preventivo del equipo hasta la optimización de los itinerarios y la gestión del riesgo. (pág.16)

Esta categoría revela cómo las herramientas tecnológicas impactan de manera positiva en la internacionalización de las pymes. Los entrevistados destacan una serie de avances, como el machine learning y softwares para gestión de la cadena de suministro, gestión del inventario y la distribución de la mercancía, permitiendo un manejo detallado y eficiente de cada una de las actividades de este proceso logístico. Estas tecnologías facilitan el control sobre las operaciones, beneficiando tanto a la empresa como al consumidor.

## **Categoría 5. Alianzas**

### **Descripción.**

Por último, dentro de la unidad de análisis de herramientas y según lo descrito por los entrevistados, se encuentra la categoría relacionada con las alianzas. Esta relación con otras personas expertas en la internacionalización permite a las pymes tener acceso al mercado deseado, en este caso el chileno. La asociación con empresas proporciona conocimientos y otros contactos esenciales para el proceso que se desea. A continuación, las respuestas que sustentan lo anterior.

*“Una alianza con Procomer y asistir a ferias en Chile para introducir el producto al mercado.” (Entrevistado 1)*

*“Intentando realizar acuerdos comerciales con tiendas y supermercados especializados, colaboración con empresas o instituciones gastronómicas y educativas.” (Entrevistado 2)*

*“Distribuidores.” (Entrevistado 3)*

*“Alianzas con productores de otros alimentos que ya se exporten a Chile.” (Entrevistado 4)*

*“Mediante los proveedores logísticos y las instituciones estatales de ambos países para asesorías y reducción de trámites.” (Entrevistado 5)*

*“Buscar socios y operadores logísticos que tengan experiencia, alianzas Vía Procomer y vía entidades como ProChile, además de buscar transporte seguro y rápido.” (Entrevistado 7)*

*“Distribuidores y Mayoristas Locales, Importadores Especializados en Alimentos, Tiendas Especializadas y Gourmet, Restaurantes y Cafeterías, Alianzas con Bloggers y Influencers.” (Entrevistado 8)*

*“Es fundamental que investiguen el mercado chileno para comprender las preferencias de consumo, las tendencias y las necesidades específicas. Una vez obtenida esta información, podrán adaptar sus productos y servicios para satisfacer las necesidades del mercado chileno, considerando la competencia local y estableciendo alianzas estratégicas con socios locales. Además, es importante destacar la calidad y sostenibilidad de los productos, así como utilizar canales de distribución adecuados para llegar de manera efectiva a los consumidores chilenos.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

Para que las pymes enfrenten la competencia internacional, pueden formar alianzas estratégicas con empresas y personas que le aporten conocimiento para potenciar el negocio. De acuerdo con Manzanilla (2023), las alianzas estratégicas de empresas son “un conjunto de relaciones entre dos o más organizaciones, en donde establecen un acuerdo formal para compartir recursos, esfuerzos y estrategias, con el objetivo de lograr un beneficio mutuo”. (párr.5).

Las pymes productoras de mermeladas pueden generar diversas alianzas beneficiosas para su proceso de internacionalización, desde asociaciones con instituciones gubernamentales hasta distribuidores locales de Chile, operadores logísticos y otros productores de alimentos. Se

debe destacar que, por medio de estos socios, las pymes pueden comprender mejor las preferencias del consumidor y contar con un apoyo en el conocimiento logístico.

### **Interpretación de Datos**

Para la situación de las pequeñas y medianas empresas de mermelada que deseen internacionalizarse hacia el mercado chileno, mediante el análisis efectuado se evidencia que el usar estrategias durante el proceso logístico, como optimizar la cadena de suministro y recurrir a operadores logísticos, les permitirá tener un mejor control durante este proceso. Asimismo, puede contribuir significativamente a la eficiencia y satisfacción del cliente.

Por otro lado, dentro del proceso logístico existen varios factores que pueden resultar un desafío para las pymes al exportar las mermeladas. Se destaca que la coordinación de transporte, altos costos y la tramitología son aspectos críticos que pueden afectarles directamente. Los entrevistados están de acuerdo en que el tiempo de entrega debe de ser rápido, por eso una planificación adecuada se vuelve fundamental para cumplir con esta expectativa y mantener la competitividad en el mercado.

En el caso específico de los requisitos de salida y entrada al país de Chile, son aspectos relevantes a los cuales las pymes deben prestar mayor atención para cumplir durante el proceso de internacionalización. Estar registrado como exportador ante Procomer y contar con los permisos sanitarios aprobados por el Ministerio de Salud son pasos esenciales previos a la exportación. Además, cumplir con la documentación requerida y los estándares de etiquetado específicos del producto que solicita el mercado chileno les permitirá el fácil ingreso y comercialización.

Por último, durante el desarrollo de la tercera y última unidad de análisis, las muestras coincidieron y recalcaron la importancia de utilizar las herramientas que permitan llevar a cabo el proceso de internacionalización de manera óptima y exitosa por medio de un apoyo a través de la tecnología. Igualmente, el crear alianzas y buscar asesoramiento de expertos son herramientas claves que acompañaran a las pymes durante la expansión al mercado chileno.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En este capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas por medio del análisis de las respuestas proporcionadas por las muestras y la información recopilada de los documentos investigados. Se tiene como propósito resumir y destacar los puntos relevantes de la investigación, así como ofrecer sugerencias basadas en lo evaluado en el presente estudio, para contribuir así con conocimiento de interés.

### **Conclusiones**

Se concluye que un operador logístico es un punto estratégico para que las pymes puedan contar con un apoyo especializado durante el proceso logístico de la internacionalización de mermeladas.

Se determina que la evaluación y optimización de la cadena de suministro facilita a las pymes que el proceso logístico sea eficiente y reduzcan costos, mejorando la competitividad en el mercado.

Se destaca que la utilización de documentos digitales ofrece a las pymes productoras de mermelada la posibilidad de agilizar el proceso logístico y tener un mayor control de las gestiones, para mantenerse competitivas en el mercado.

En síntesis, un beneficio de utilizar las tecnologías emergentes es la eficiencia durante el proceso logístico, debido a que se reducen tiempos y costos durante la exportación.

Se establece que, durante el proceso logístico, es importante el tiempo de entrega, por eso se necesita una eficiente coordinación de transporte por medio de una planificación cuidadosa.

Se concluye que las pymes pueden enfrentar altos costos logísticos por el aumento de precios del transporte internacional.

Se puntualiza que existe un desafío en el proceso logístico con respecto a la tramitología de la documentación, debido a que cumplir con los requisitos y permisos es complejo y lleva tiempo.

En definitiva, las pymes productoras de mermelada deben estar registradas como exportadores ante Procomer por medio de la plataforma VUCE para exportar desde Costa Rica.

Con base en lo analizado, se establece que el registro ante entidades como el Ministerio de Hacienda de Costa Rica, el Ministerio de Salud y la CCSS es un requisito que las pymes productoras de mermelada deben llevar a cabo para poder exportar.

Se describe que, previo a la internacionalización, las mermeladas, por ser un producto alimenticio, deben contar con un permiso sanitario facilitado por el Ministerio de Salud de Costa Rica.

Se determina que, para que las mermeladas puedan acceder a un trato arancelario preferencial, mientras estas cumplan con las normas de origen de Chile, deben gestionar un certificado de origen.

Se concluye que, para ingresar al mercado chileno, los productos, en este caso, las mermeladas, deben cumplir con los requisitos de etiquetado establecidos por la Ley de Etiquetado de Alimentos de Chile.

Se destaca que la Certificación ISO es un estándar de calidad que las pymes productoras de mermelada deben adquirir para brindar un valor agregado al producto, brindando seguridad alimentaria al consumidor chileno.

Se establece que el conocimiento de embarque es un requisito documental que contiene información relevante de la mercancía para que pueda ser transportada desde el país de origen hasta el de destino.

Se entiende que la factura comercial es un documento que evidencia la existencia de relación comercial entre vendedor y comprador, y se le debe proporcionar a los auxiliares de la función pública para determinar cargas tributarias.

Se deja claro que la Declaración Única Aduanera es un requisito esencial para la exportación de mercancías desde Costa Rica.

Se resume que los impuestos son un requisito para que el producto pueda ingresar al país de Chile, cumpliendo con el Valor Agregado y Ad Valorem. Y si se cuenta con certificado de origen, el arancel sería 0%.

Se determina que una de las herramientas con la que pueden contar las pymes es el asesoramiento por parte de organizaciones que sepan sobre la internacionalización y las puedan acompañar durante el proceso.

Se establece que la investigación de mercado beneficia a las pymes, debido a que les brinda información relevante sobre el consumidor para así adaptarse a sus preferencias y prevenir riesgos.

Cabe mencionar que las plataformas en línea es una herramienta digital accesible para las pymes que les permite llegar a más consumidores y facilitar la internacionalización.

Se determina el uso de la tecnología como un recurso que permite a las pymes tener un control en sus operaciones y optimizar los procesos logísticos.

Frente a lo investigado, se entiende que las alianzas comerciales son relevantes durante la internacionalización, debido a que aportan conocimientos y contactos para un buen establecimiento en el mercado chileno.

Por último, para responder a la pregunta del planteamiento del problema, se concluye que el análisis de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas costarricenses

productoras de mermelada de fruta de la GAM al mercado chileno es que el éxito de esta radica en la necesidad de ejecutar el proceso logístico de una manera planificada y con estrategias logísticas, así como conocer los desafíos logísticos con respecto a la tramitología y altos costos, para poder hacerles frente. Asimismo, las pymes deben cumplir con los requisitos de registros ante las entidades, como permisos sanitarios, requisitos de etiquetado, impuestos y documentos de exportación. De igual manera, requieren utilizar las herramientas de investigación de mercado y plataformas en línea para establecerse adecuadamente en el país destino, además de contar con asesoramientos de entidades expertas en el tema para afrontar retos logísticos y establecer alianzas comerciales.

### **Recomendaciones**

Se les recomienda a las pymes productoras de mermelada invertir en automatización de procesos para la cadena de suministro, con el fin de ser más eficientes en la gestión logística.

Asimismo, se les sugiere a las pymes del sector utilizar la tecnología para implementar los documentos digitales en todo el proceso logístico, con el motivo de tener un mayor control.

Se les aconseja a las navieras identificar rutas más directas y ajustar horarios de salida y llegada para que el tiempo de tránsito se reduzca.

Se les insta a las pymes productoras de mermelada a diversificar los proveedores de transporte que emplean, para así comparar precios y negociar condiciones ventajosas para reducir los altos costos logísticos.

Se les sugiere a los bancos algunos tipos de mecanismos o estrategias financieras, para facilitar tasas más competitivas a las pymes, con el fin de que las transferencias internacionales y cambios de divisas no les afecten y puedan reducir costos.

Se le recomienda a la Dirección de Ventanilla Única de Comercio de Procomer desarrollar capacitaciones sobre el registro exportador para que las pymes productoras de mermeladas sepan sus funciones.

Se le aconseja a la Dirección de Ventanilla Única de Inversión de Procomer crear una sección adicional que contenga enlaces directos a los trámites de registro ante el Ministerio de Hacienda y la CCSS, para que las pymes puedan acceder de manera centralizada y así reducir gestión de tiempo.

Se insta a la Dirección de Regulación de Productos de Interés Sanitario de la Unidad de Registros del Ministerio de Salud brindar una guía detallada sobre los permisos sanitarios, además de agilizar su proceso de obtención, para que las pymes puedan cumplir con el requisito y faciliten el proceso de internacionalización.

Se le sugiere a la Unidad de Origen de Procomer asistir a las pymes productoras de mermelada por medio de una orientación especializada sobre el certificado de origen, para aprovechar al máximo las oportunidades comerciales con Chile.

Se les propone a los integrantes de Pro Chile ofrecer un apoyo especializado a las pymes productoras de mermelada, por medio de capacitaciones sobre los requisitos de etiquetado de alimentos para el ingreso al país de Chile.

Se le sugiere a las pequeñas y medianas empresas productoras de mermelada tratar de obtener la certificación ISO 22000 para aumentar su competitividad en el mercado chileno.

Se le sugiere al Centro de Asesoría para el Comercio Exterior de Procomer ofrecer capacitaciones sobre la preparación y presentación de requisitos documentales para la exportación de mermelada, con el fin de que a las pymes se les facilite la internacionalización.

Se les recomienda a las pymes del sector aprovechar al máximo los recursos disponibles que brindan las entidades gubernamentales sobre asesoramiento especializado en temas de exportación, para así mantenerse constantemente actualizadas.

Se les insta a las pymes del sector a priorizar una investigación de mercado como una de las herramientas estratégicas para la internacionalización a Chile, debido a que les brinda conocimiento sobre las preferencias del consumidor chileno.

Las plataformas en línea permiten llegar a nuevos clientes y expandir su alcance, es por esto que se recomienda a las pymes productoras de mermelada que busquen asesoramiento sobre el comercio electrónico y lo implementen como una estrategia para la internacionalización a Chile.

Se les orienta a las pymes invertir en capacitaciones para el personal sobre el uso de tecnología como la IA, permitiendo una mayor eficiencia durante el proceso logístico.

Se les recomienda a las pymes productoras de mermelada crear alianzas comerciales con restaurantes, supermercados y distribuidores que tengan gran presencia en Chile, para facilitar el ingreso al mercado.

Por último, se les insta a los departamentos de logística y exportación de las pymes productoras de mermelada a mantenerse actualizados en materia de comercio e innovación tecnológicas, mediante capacitaciones y participación en eventos especializados, con la finalidad de agilizar y cumplir con todo el proceso logístico y requisitos, tanto en Costa Rica como en el mercado chileno.

## Bibliografía

- Agüero, J. et al. (2019). *Estudio de prefactibilidad de empresa productora de mermeladas artesanales en agua Buena de Coto Brus, para el año 2019* [Tesis licenciatura]. Universidad Nacional. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/20970/Prefactibilidadde%20mermeladas%20artesanales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alfonso, K. (2018). *Modelación de la operación nacional e internacional de tráfico aéreo de pasajeros en el aeropuerto el dorado empleando dinámica de sistemas*. [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1101&context=ing\\_industrial](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1101&context=ing_industrial)
- Almeida, E. (2022, 15 septiembre). *Principales costos logísticos y cómo reducirlos*. Trimble Transportation. <https://tl.trimble.com/es/blog/costos-de-logistica/>
- Alpízar, M. (2020). *Oportunidades para la comercialización de frutas y vegetales procesados como insumo para la industria alimentaria en Chile*. Procomer.. <https://sistemas.procomer.go.cr/DocsSEM/1985655D-D35E-4A48-A1B6-5124926E3880.pdf>
- Asunción, J., & Herrera, S. (2021). *Plan de negocio para la comercialización de mermelada de fruta de pan (jaca-jackfruit) endulzado con Stevia para el mercado chileno* [Tesis maestría]. Universidad de Guayaquil. [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/66480/1/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20-%20ASUNCION%20SANTANA%20JENNIFER%20\\_%20HERRERA%20RUIZ%20S%20TEFANI.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/66480/1/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20-%20ASUNCION%20SANTANA%20JENNIFER%20_%20HERRERA%20RUIZ%20S%20TEFANI.pdf)
- Benavides, Á. et.al. (2022). *Producción orgánica de fresa (Fragaria spp.)*, Las Sabanas, Madriz, Nicaragua. <https://repositorio.una.edu.ni/4573/1/NF62B456.pdf>

Bernardi, S., & Dranca, L. (2020). *Sistemas de información* (2.a ed.). Centro Universitario de la Defensa. <https://zaguan.unizar.es/record/88358/files/BOOK-2020-024.pdf>

Cadexco. (2024). *¿Quiénes somos?* | Cadexco. Cadexco. <https://www.cadexco.org/contents/3460C2/quienes-somos>

Cámara de Comercio de Costa Rica (2022 julio 8). *La importancia de las PYMES en Costa Rica*. Cámara de Comercio de Costa Rica. <https://camara-comercio.com/la-importancia-de-las-pymes-en-costa-rica-2/>

Cámara de Comercio de Costa Rica. (2021, 27 agosto). *Cámaras proponen solución ante el aumento de los costos del transporte marítimo a nivel internacional* -. Cámara de Comercio de Costa Rica. <https://camara-comercio.com/camaras-proponen-solucion-ante-el-aumento-de-los-costos-del-transporte-maritimo-a-nivel-internacional/>

Cámara de Comercio de Costa Rica. (2022, julio). *La importancia de las PYMES en Costa Rica* - Cámara de Comercio de Costa Rica. Cámara de Comercio de Costa Rica. <https://camara-comercio.com/la-importancia-de-las-pymes-en-costa-rica-2/>

Cámara de España. (2021) *Análisis de mercados: Chile* | Cámara de España. <https://www.camara.es/blog/comercio-exterior/analisis-de-mercados-chile>

Canales, D. (2021, 14 septiembre). *Costa Rica y Chile, casi dos décadas de amistad y alianzas comerciales*. La República. <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-y-chile-casi-dos-decadas-de-amistad-y-alianzas-comerciales>

Castro, W. (2020, enero). *MANUAL DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES*. Ministerio de Comercio e Industrias. <https://mici.gob.pa/wp-content/uploads/2021/10/01-manual-de-promocion-de-exportaciones.pdf>

Cedeño, N. (2022). *Implementación de plan de negocio para la exportación de mermelada de guanábana con chía hacia Alemania* [Tesis de licenciatura]. Universidad Internacional del Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/5181/1/T-UIDE-0231.pdf>

CEPAL (2016). *Internacionalización de las pymes*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/a641d8a0-2dbc-4328-ac18-38069ee30161/content>

CEPAL. (2020). *MIPYMES en América Latina un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/2c7fec3c-c404-496b-a0da-e6a14b1cee48/content>

Comex. (2020). *Más de 34 países ven oportunidades de negocio con industria alimentaria costarricense*. Ministerio de Comercio Exterior. Recuperado 11 de noviembre de 2023, de <https://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2020/octubre/cp-2537-m%C3%A1s-de-34-pa%C3%ADses-ven-oportunidades-de-negocio-con-industria-alimentaria-costarricense/>

COMEX. (2020, 16 octubre). *Segunda semana de feria BTM organizada por PROCOMER y empresas del sector alimentos*. Comercio Exterior de Costa Rica. <https://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2020/octubre/cp-2537-m%C3%A1s-de-34-pa%C3%ADses-ven-oportunidades-de-negocio-con-industria-alimentaria-costarricense/>

Corrales, C., & Fernández, E. (2022). *Desarrollo de la estrategia de inserción al mercado internacional para la pequeña empresa Mística chocolate, San Ramón, Costa Rica 2022* [Tesis de licenciatura]. Universidad Técnica Nacional. <https://repositorio.utn.ac.cr/server/api/core/bitstreams/eb131ba4-286a-4280-a946-c2e87c1f0430/content>

DHL. (2024). *Mínimos de exportación: ¿Cómo exportar a Chile?*  
<https://bootcamp.latam.express.dhl.com/es-ar/minimos-de-exportacion-como-exportar-a-chile>

Escobar, F. et al. (2021). Evaluación de las características FísicoQuímicas y Sensoriales de la jalea de ananas comosus y passiflora edulis. *InGenio Journal*, 4.  
<https://doi.org/10.18779/ingenio.v4i2.415>

Estudio CCR. (2023). *Documentos necesarios para la exportación.*  
<https://recursos.exportemos.pe/documentos-necesarios-exportar-2023.pdf>

Fanjul, E. (2021). *¿Qué es la internacionalización de la empresa?*  
[https://www.iberglobal.com/files/2021/Que\\_es\\_la\\_internacionalizacin\\_de\\_la\\_empresa-C.pdf](https://www.iberglobal.com/files/2021/Que_es_la_internacionalizacin_de_la_empresa-C.pdf)

FedEx. (2024). *¿Qué es una factura comercial y cómo la completo?* <https://www.fedex.com/es-es/customer-support/faq/sending/shipping-documents/what-is-a-commercial-invoice.html>

Galán, J. S. (2022, 24 noviembre). *Eficiencia.* Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/eficiencia.html>

García, M. (2023). *Cultivo y comercialización de la guayaba.* Agrofrutales.  
<https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-08/PNUD-Cuba-GUAYABA-Cultivo-Comercializacion.pdf>

García, M. E. (2023). *Cultivo y comercialización de la guayaba.*  
<https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-08/PNUD-Cuba-GUAYABA-Cultivo-Comercializacion.pdf>

García, R. et.al (2021). *Uso de herramientas básicas de microsoft office excel, word y PowerPoint y su incidencia en la calidad del aprendizaje significativo en el área de*

- ciencias naturales, modalidad de primaria regular, del centro público Salomón Ibarra Mayorga, distrito IV, departamento de Managua, durante el segundo semestre del año 2020.* <https://repositorio.unan.edu.ni/14823/1/14823.pdf>
- Garza, J. (2020, 11 marzo). *Pymes nacionales prosperan con programa Crecimiento Verde. La República.* <https://www.larepublica.net/noticia/pymes-nacionales-prosperan-con-programa-crecimiento-verde>
- Grupo IFS. (2023). *¿Qué es el conocimiento de embarque y para qué sirve?* IFS. <https://www.ifssac.com/blog/que-es-el-conocimiento-de-embarque-y-para-que-sirve/>
- Gutiérrez, J. (2018). *Analizar las estrategias de internacionalización que requieren las PYMES del sector alimenticio del área metropolitana costarricense para ingresar al mercado del CARICOM para el primer cuatrimestre del año 2018* [Tesis licenciatura]. Universidad Latina de Costa Rica. [https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/830/1/TFG\\_Ulatina\\_Jazmin\\_Gutierrez\\_Montiel.pdf](https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/830/1/TFG_Ulatina_Jazmin_Gutierrez_Montiel.pdf)
- Henao, S. et al. (2022). *Estudio de validación de la iniciativa emprendedora: creación de una empresa productora y comercializadora de mermeladas de frutas tropicales en la ciudad de Pereira (Risaralda)* [Tesis de grado]. Universidad Católica de Pereira. <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/12467/6/DDMAE183.pdf>
- Hernández, R. et.al. (2018). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: McGraw Hill.
- Herrera, B. et al. (2023). *Internacionalización de las empresas.* [https://www.media.asociacionzonasfrancas.org/media/publications/files/Internacionalizaci%C3%B3n\\_de\\_empresas\\_Un\\_enfoque\\_desde\\_los\\_usuarios\\_de\\_Zonas\\_Franc.pdf](https://www.media.asociacionzonasfrancas.org/media/publications/files/Internacionalizaci%C3%B3n_de_empresas_Un_enfoque_desde_los_usuarios_de_Zonas_Franc.pdf)

Hervás, L. V. (2022, 7 noviembre). *Internacionalización de una Pyme: logística y consejos*. Cinco Días. [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/11/03/pyme/1667468279\\_132110.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/11/03/pyme/1667468279_132110.html)

Hurtado, F. (2018). *Gestión Logística* (1.a ed.). <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3513/GESTION%20LOGISTICA.pdf?sequence=3>

INEC. (2023) *DISMINUYE CANTIDAD DE MICROEMPRESAS EN EL PAÍS: 9,7% MENOS RESPECTO AL 2021*. <https://inec.cr/noticias/disminuye-cantidad-microempresas-el-pais-97-menos-respecto-al-2021>

InvestChile. (2019). *Chile apunta a una industria alimentaria saludable*. <https://blog.investchile.gob.cl/bloges/chile-apunta-a-una-industria-de-alimentos-saludables>

ISO. (2024). *ISO - ISO 22000 — Food safety management*. <https://www.iso.org/es/home/standards/popular-standards/iso-22000-food-safety.html>

Jaén, L. F. (2019). *Fuentes de información para la investigación en Archivística y Bibliotecología* (1.a ed.). Editorial de la Universidad de Costa Rica. <https://editorial.ucr.ac.cr/bibliotecologia/item/1916-fuentes-de-informacion-para-la-investigacion-en-archivistica-y-bibliotecologia.html>

Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. (2002, 2 mayo). *Sistema Costarricense de Información Jurídica*. Recuperado 1 de febrero de 2024, de [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=48533&nValor3=98525&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=48533&nValor3=98525&strTipM=TC)

Ley General de Aduanas (1995). *Sistema Costarricense de Información Jurídica*. S-COM.  
[http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=25886](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=25886)

Ley No 8262. (2002). *Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas y sus Reformas*.  
[https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=48533](https://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=48533)

Logistec. (2022, 27 octubre). *CÓMO CONTROLAR LOS COSTOS LOGÍSTICOS EN ESCENARIOS COMPLEJOS*. <https://www.revistalogistec.com/logistica/rrhh-2/4540-como-controlar-los-costos-logisticos-en-escenarios-complejos>

Manzanilla, V. H. (2023, 4 julio). *Alianzas estratégicas de empresas: qué son, ejemplos y tipo*. Emprendedor Growth Model. <https://metodoegm.com/emprendimiento/alianzas-estrategicas-de-empresas/>

Masís, P. S. (2023). *Cas, una fruta aromática y jugosa*. <https://alimentacionycultura.ucr.ac.cr/index.php/2023/03/05/el-aromatico-y-sabroso-cas/>

Ministerio de Hacienda. (2022). *Preguntas frecuentes Registro ATV-TICA*. [https://www.hacienda.go.cr/docs/PreguntasFrecuentesValidacionesRUT\\_TICA.pdf](https://www.hacienda.go.cr/docs/PreguntasFrecuentesValidacionesRUT_TICA.pdf)

Ministerio de Hacienda. (2023). *Aduana Fácil, exportando mercancías*. Ministerio de Hacienda. <https://aduanafacil.hacienda.go.cr/aduanafacil/operaciones/09903C66-4A5C-4263-8704-A12F44969B21?ReturnUrl=https%3A%2F%2Faduanafacil.hacienda.go.cr%2Faduanafacil%2Foperaciones#0FB5A8F6-B317-47B6-9CE7-2471839C0CCB>

Ministerio de Hacienda. (2024). *Calculando impuestos de las mercancías*. Aduana Fácil. <https://aduanafacil.hacienda.go.cr/aduanafacil/clasificacion/2980399F-3C85-4934-9ED5-AAFFD3248235#B8DDC0EA-0F64-4EBA-9E7A-0894058F7D8F>

Ministerio de Salud de Chile. (2022). *Manual de etiquetado nutricional de alimentos*. Ministerio de Salud. <https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/06/MANUAL-DE-ETIQUETADO-ALIMENTOS-3%C2%B0Ed.-2022.pdf>

Ministerio de Salud. (2024). *Registro de productos de interés sanitario*. <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites/empresas>

Mora, A. M. (2021, 18 julio). *La optimización de la cadena de suministro representa una ventaja competitiva*. El Financiero. <https://www.elfinancierocr.com/gerencia/la-optimizacion-de-la-cadena-de-suministro/UBRUPI7S5NHPTJZR6CTI4FPNJ4/story/>

Muñoz, L. et al. (2021). *Control automático de la fabricación de mermelada de fresa*. <https://cap.davinsony.com/2019-2/informe/mermelada.pdf>

Naciones Unidas. (2023). *Día de las Microempresas y las pequeñas y Medianas Empresas* | Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day>

Navarro, M. (2020). *Propuesta de generación de valor agregado en la zona de Tucurrique para la industrialización y comercialización de la fruta del pejibaye* [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional de Costa Rica. <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/21463/Tesis%20Grado%20Licenciatura%20Marlon%20Navarro%20Versi%C3%B3n%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Nº 36651-COMEX (2011). *Reglamento para la Emisión de Certificados de Origen y la Verificación de Origen de Mercancías Exportadas*. Sistema Costarricense de Información Jurídica. S-COM. [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=70678](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=70678)

OCEX Chile. (2020). *Mermelada acondicionada para el consumidor final*.  
<https://institucional.promperu.gob.pe/ContenidosFichas/centro-y-sudamerica/osan-fichas-mercado-chile-producto-mermelada-2020.pdf>

Oliveira, L. (2023). *La Importancia de la Digitalización para el Comercio Internacional*.  
<https://b2bacademy.co/es/posts/digitalizacion-para-el-comercio-internacional>

OMC (2024). *Transporte Marítimo*.  
[https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/serv\\_s/transport\\_s/transport\\_maritime\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/transport_s/transport_maritime_s.htm)

OMC. (2016). *Dinámica de internacionalización de las pymes*. Organización Mundial del Comercio. [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/wtr16-3\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtr16-3_s.pdf)

OMC. (2016). *Informe sobre el Comercio Mundial 2016*. World Trade Organization.  
<https://doi.org/10.30875/55d99019>

OMC. (2022). *Enfoques de política para encauzar la digitalización del comercio*. Organización Mundial del Comercio.  
[https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/tradtechpolicyharddigit0422\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/tradtechpolicyharddigit0422_s.pdf)

OMC. (2024). *Entender la OMC - Comercio electrónico*. Organización Mundial del Comercio.  
[https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/bey4\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/bey4_s.htm)

Parada, Á. et al. (2019, noviembre). *Síntesis de la historia económica de Costa Rica: ¿Cuáles son los patrones de desarrollo económico?* <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/fesamcentral/15813.pdf>

Parlamento Europeo (2023) *Las pequeñas y medianas empresas* | Fichas temáticas sobre la Unión Europea | Parlamento Europeo.  
<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/63/las-pequenas-y-medianas-empresas>

Pérez, D. C. (2021, 6 septiembre). *¿Qué es el tiempo de entrega?* Ceupe.  
<https://www.ceupe.com/blog/que-es-el-tiempo-de-entrega.html>

Prieto, E. (2023). *Definición de Mercados internacionales y sus características.* SNHU.  
<https://es.snhu.edu/noticias/que-son-los-mercados-internacionales>

ProChile. (2023). *¿Qué es la Certificación de origen?* ProChile  
<https://acceso.prochile.cl/certificacion-de-origen/que-es-la-certificacion-de-origen/>

Procomer. (2018, 26 febrero). *SISTEMA INTEGRADO DE LOGÍSTICA DE COSTA RICA SERVIRÁ COMO REFERENCIA PARA LATINOAMÉRICA.*  
<https://www.procomer.com/noticia/sistema-integrado-de-logistica-de-costa-rica-servira-como-referencia-para-latinoamerica/#:~:text=El%20Sistema%20Integrado%20de%20Log%C3%ADstica,a%20todos%20los%20pa%C3%ADses%20de>

Procomer. (2018a). *GUÍA DE OPTIMIZACIÓN LOGÍSTICA COSTA RICA.* Procomer.  
[https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/Guia\\_de\\_Optimizacion\\_Logistica2020-02-27\\_14-39-52.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/Guia_de_Optimizacion_Logistica2020-02-27_14-39-52.pdf)

PROCOMER. (2019). *CAMBIO EN ETIQUETADO DE ALIMENTOS EN CHILE INFLUYE DECISIONES DEL 60% DE LOS CONSUMIDORES.*  
[https://www.procomer.com/alertas\\_comerciales/cambio-en-etiquetado-de-alimentos-en-chile-influye-decisiones-del-60-por-ciento-de-los-consumidores/](https://www.procomer.com/alertas_comerciales/cambio-en-etiquetado-de-alimentos-en-chile-influye-decisiones-del-60-por-ciento-de-los-consumidores/)

Procomer. (2020, 29 mayo). *REGISTRO ÚNICO DE EXPORTADOR GUÍA.*  
<https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Guia-para-el-registro-Primera-Vez.pdf>

Procomer. (2020a). *Guía informativa sobre temas de comercio exterior.*  
<https://www.procomer.com/wp->

content/uploads/Materiales/guia\_informativa\_sobre\_temas\_de\_comercio\_exterior2020-03-17\_17-54-02.pdf

Procomer. (2021, 21 junio). *EXPORTACIONES DE BIENES DE COSTA RICA CRECEN 23%*. <https://www.procomer.com/noticia/comprador-internacional-noticia/exportaciones-de-bienes-de-costa-rica-crecen-23/>

Procomer. (2021a). *E-COMMERCE: LA ESENCIA DE LAS PYMES DE COSTA RICA A UN CLICK DE LA EXPORTACION*. <https://www.grupoins.com/media/9650/ppt-e-commerce-la-escencia-de-costa-rica-en-las-pymes-a-un-click-de-la-exportaci%C3%B3n.pdf>

Procomer. (2022, 15 marzo). *VUCE ESTRENA NUEVO SITIO WEB CON INFORMACIÓN RENOVADA PARA LOS USUARIOS*. <https://www.procomer.com/noticia/comprador-internacional-noticia/vuce-estrena-nuevo-sitio-web-con-informacion-renovada-para-los-usuarios/>

Procomer. (2023, 27 julio). *EXPORTACIONES DE BIENES CRECEN 24% AL PRIMER SEMESTRE DE 2023*. <https://www.procomer.com/noticia/exportaciones-de-bienes-crecen-24-al-primer-semester-de-2023/>

Procomer. (2023a). *Acerca de la Ventanilla Única de Comercio Exterior | VUCE*. VUCE. <https://www.vuce.cr/acerca-de-vuce/>

Procomer. (2023b). *Registro Único de Exportador | VUCE*. VUCE. <https://www.vuce.cr/que-es-el-sistema-vuce/registro-unico-de-exportador/>

Procomer. (2024). *Conozca sobre Procomer*. Procomer. <https://www.procomer.com/sobre-nosotros/>

Ramírez, E. (2020). *Definición de los transportes y factores condicionantes*. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24854w/Definicion%20de%20los%20transportes%20y%20factores%20condicionantes.pdf>

- Ramírez, J. (2022). Análisis de viabilidad para la comercialización de mermelada a base de frutas tropicales en el distrito III del Municipio de Managua 2024-2028 [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional Agraria. <https://repositorio.una.edu.ni/4665/1/tne70r173a.pdf>
- Roldán, P. N. (2024). *Cadena de suministro: Qué es, tipos y ejemplos*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-suministro.html>
- Santos, D. (2023). Tipos de investigación de mercados y sus características. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/marketing/tipos-de-investigacion-de-mercados>
- Schwerter, F. (2023, 26 octubre). *Chile atrae inversiones asiáticas en sectores de alto valor*. InvestChile. <https://www.investchile.gob.cl/es/chile-inversion-asiatica-alto-valor-agregado/>
- SimpliRoute. (2022). *Gestión de Transporte: Qué Es, Importancia y Beneficios*. <https://simpliroute.com/es/blog/gestion-de-transporte-que-es-importancia-y-beneficios>
- Usaga, J. (2020, 30 abril). *Voz experta: «la industria agroalimentaria costarricense es una actriz silenciosa en la lucha contra la pandemia»*. Universidad de Costa Rica. <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2020/04/30/voz-experta-la-industria-agroalimentaria-costarricense-es-una-actriz-silenciosa-en-la-lucha-contra-la-pandemia.html>
- Vásquez, J. (2021). *El marketing digital como estrategia de las mipymes en tiempos de pandemia*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20675/1/UPS-CT009220.pdf>
- Veiga, L. (2021). *Hacia una infraestructura digital para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/fcbfa60e-1a82-49f9-9932-2d44585e6224/content>

Ventanilla Única de Inversión. (2024). *Permiso Sanitario de Funcionamiento* (Ministerio de Salud). VUI. <https://vui.cr/tramite/permiso-sanitario-de-funcionamiento-ministerio-de-salud/>

Vitoner, J. (2020). *Diseño y formulación de una mermelada de mora, remolacha y zanahoria de acuerdo a la NTE INEN 2825*. UTMACH. [http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16356/1/E3882\\_VITONERA%20ACARO%20JOSSELYN%20KRISTHEL.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16356/1/E3882_VITONERA%20ACARO%20JOSSELYN%20KRISTHEL.pdf)

## APÉNDICE

### **Análisis de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas costarricenses productoras de mermelada de fruta de la GAM al mercado chileno en el período 2023-2024**

Empresa en la que trabaja: \_\_\_\_\_

Puesto de trabajo que ejecuta: \_\_\_\_\_

1. Amplíe ¿Cómo cree usted que influyen los aspectos regulatorios en materia aduanera en el proceso logístico de internacionalización de las pymes mermeladas de la GAM?
2. ¿Cuáles son las estrategias logísticas más efectivas que podrían adoptar pymes productoras de mermelada de la GAM para ingresar en mercados de Suramérica?
3. ¿Cuál es el impacto de las tecnologías emergentes en la optimización de la cadena logística para las pymes de mermelada que buscan expandirse desde la GAM hacia Chile?
4. ¿Cuáles desafíos logísticos pueden enfrentar las pymes que exportan mermeladas?
5. ¿Cuáles áreas clave de mejora para aumentar su competitividad en términos logísticos podría mencionar usted y que ayudaría a los procesos logísticos de internalización hacia el mercado chileno?
6. Explique ¿Cómo haría la relación entre la sostenibilidad y las estrategias logísticas de las pymes productoras de mermelada de la GAM al internacionalizarse hacia el mercado chileno?
7. ¿Cuáles son los requisitos legales que las pymes productoras de mermeladas de la Gran Área Metropolitana (GAM) deben cumplir para exportar a Chile?

8. ¿Qué certificaciones o sellos de calidad son necesarios para la exportación de mermeladas desde Costa Rica hacia Chile?
9. ¿Cuáles son las normativas fitosanitarias que deben seguir las empresas de mermeladas para exportar hacia Chile?
10. ¿Cuáles son los trámites aduaneros requeridos para el envío de productos alimenticios, como mermeladas, desde Costa Rica hacia Chile?
11. ¿Cuáles son los impuestos de importación que podrían aplicarse a las mermeladas costarricenses en Chile?
12. ¿Qué tipos de requerimientos de empaque deben de cumplir las mermeladas costarricenses para ser aceptadas en el mercado chileno?
13. ¿Qué tipo de asesoramiento por parte de entidades gubernamentales en Costa Rica y Chile podrían recibir las pymes de la gran productora de mermelada o las que deseen exportar hoy al mercado chileno?
14. ¿Cuáles son los requisitos comerciales específicos que las empresas costarricenses de mermeladas deben cumplir para exportar con éxito a Chile?
15. ¿Cuáles son las barreras no arancelarias más relevantes que podrían afectar la exportación de mermeladas desde Costa Rica a Chile?
16. ¿Cómo cree usted que pueden las empresas costarricenses ajustar sus estrategias para satisfacer las preferencias de consumo en el mercado chileno?
17. ¿Como piensa usted que podrían acceder las empresas costarricenses que deseen exportar mermeladas a Chile a los canales de distribución más eficientes en ese país?

18. ¿De qué manera analiza su persona podría aplicarse las estrategias de marketing para ingresar al mercado chileno?
  
19. ¿Qué alianzas estratégicas pueden facilitar el ingreso de las empresas costarricenses de mermeladas al mercado chileno?
  
20. ¿Cuáles podrían ser las herramientas tecnológicas aplicadas a la logística que podrían optimizar el proceso de exportación de mermeladas desde Costa Rica a Chile?