

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL  
DE LAS AMÉRICAS**

**FACULTAD DE LAS CIENCIAS ECONÓMICAS  
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**MODALIDAD DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO  
DE GRADO DE LICENCIATURA EN COMERCIO  
INTERNACIONAL**

**EVOLUCIÓN DEL VÍNCULO COMERCIAL Y PERCEPCIÓN  
DE LAS CADENAS GLOBALES DE VALOR ENTRE COSTA  
RICA Y EL CARICOM PARA EL PRIMER SEMESTRE 2021**

**YARENY MATA FERNÁNDEZ**

**SAN JOSÉ, AGOSTO 2022**

## Contenido

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Agradecimientos</b>                                      | <b>9</b>  |
| <b>Dedicatoria</b>                                          | <b>10</b> |
| <b>RESUMEN EJECUTIVO</b>                                    | <b>11</b> |
| <b>CAPÍTULO I: PROBLEMA</b>                                 | <b>12</b> |
| <b>Justificación</b>                                        | <b>14</b> |
| <b>Objetivos</b>                                            | <b>16</b> |
| <b>Objetivo general</b>                                     | <b>16</b> |
| <b>Objetivos específicos</b>                                | <b>16</b> |
| <b>Antecedentes</b>                                         | <b>16</b> |
| <b>Tesis internacionales</b>                                | <b>16</b> |
| <b>Tesis nacionales</b>                                     | <b>21</b> |
| <b>Proyecciones</b>                                         | <b>26</b> |
| <b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>                           | <b>28</b> |
| <b>Cadenas globales de valor</b>                            | <b>28</b> |
| <b>Dimensiones de las cadenas globales de valor</b>         | <b>30</b> |
| <b>Dimensión de las CGV: alcance geográfico</b>             | <b>31</b> |
| <b>Dimensión de las CGV: estructura de entrada y salida</b> | <b>32</b> |
| <b>Dimensión de las CGV: estructura de gobernanza</b>       | <b>32</b> |
| <b>Dimensión de las CGV: mejora</b>                         | <b>33</b> |
| <b>Dimensión de las CGV: marco institucional</b>            | <b>34</b> |
| <b>Dimensión de las CGV: partes de la industria</b>         | <b>35</b> |
| <b>Procesos asociados a las cadenas globales de valor</b>   | <b>36</b> |
| <b>Encadenamientos productivos</b>                          | <b>36</b> |
| <b>Valor agregado</b>                                       | <b>37</b> |
| <b>Inversión Extranjera Directa (IED)</b>                   | <b>38</b> |
| <b>Inversión Extranjera Directa en Costa Rica</b>           | <b>39</b> |
| <b>Cadenas globales de valor en Costa Rica</b>              | <b>41</b> |
| <b>Régimen de zonas francas</b>                             | <b>43</b> |
| <b>Zonas francas en Costa Rica</b>                          | <b>44</b> |
| <b><i>Zonas francas de Costa Rica y los TLC</i></b>         | <b>45</b> |

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Comercio internacional</b>                                  | <b>45</b> |
| <b>Entidades influyentes internacionales</b>                   | <b>47</b> |
| <b>CEPAL</b>                                                   | <b>48</b> |
| <b>OMC</b>                                                     | <b>49</b> |
| <b>Banco Mundial</b>                                           | <b>50</b> |
| <b>FMI</b>                                                     | <b>51</b> |
| <b>Fondo Monetario Internacional y Costa Rica</b>              | <b>51</b> |
| <b>CARICOM</b>                                                 | <b>52</b> |
| <b>SIECA</b>                                                   | <b>53</b> |
| <b>Exportaciones</b>                                           | <b>54</b> |
| <b>Exportaciones de Costa Rica</b>                             | <b>55</b> |
| <b>Importaciones</b>                                           | <b>56</b> |
| <b>Importaciones en Costa Rica</b>                             | <b>56</b> |
| <b>Balanza comercial</b>                                       | <b>57</b> |
| <b>Transporte internacional</b>                                | <b>58</b> |
| <b>Acuerdos comerciales</b>                                    | <b>59</b> |
| <b>Tratados de libre comercio</b>                              | <b>59</b> |
| <b>Tratados de Libre Comercio en Costa Rica</b>                | <b>60</b> |
| <i>Tratado de Libre Comercio Entre Costa Rica y el CARICOM</i> | <b>60</b> |
| <b>Comercio en Costa Rica</b>                                  | <b>62</b> |
| <b>Entidades influyentes nacionales</b>                        | <b>64</b> |
| <b>PROCOMER</b>                                                | <b>64</b> |
| <b>CINDE</b>                                                   | <b>66</b> |
| <b>COMEX</b>                                                   | <b>67</b> |
| <b>ESENCIAL COSTA RICA</b>                                     | <b>68</b> |
| <b>INEC</b>                                                    | <b>69</b> |
| <b>CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO</b>                        | <b>70</b> |
| <b>Enfoque</b>                                                 | <b>70</b> |
| <b>Diseño: Investigación-acción</b>                            | <b>71</b> |
| <b>Población y muestra</b>                                     | <b>71</b> |
| <b>Población</b>                                               | <b>71</b> |
| <b>Muestra</b>                                                 | <b>72</b> |

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| <b>Muestra cualitativa</b>                      | 72 |
| <b>Unidades de análisis</b>                     | 74 |
| <b>Vinculo comercial</b>                        | 74 |
| <b>Oportunidad de crecimiento</b>               | 74 |
| <b>Cadenas globales de valor</b>                | 75 |
| <b>Instrumento</b>                              | 76 |
| <b>Cuestionario</b>                             | 77 |
| <b>Entrevista</b>                               | 77 |
| <b>Proceso de recolección de datos</b>          | 77 |
| <b>Fuentes de información</b>                   | 78 |
| <b>Fuente primaria</b>                          | 78 |
| <b>Fuentes secundarias</b>                      | 79 |
| <b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b>  | 81 |
| <b>Unidad de análisis 1: Vinculo comercial</b>  | 82 |
| <b>Categoría 1. Balanza comercial</b>           | 82 |
| <b>Descripción</b>                              | 82 |
| <b>Análisis</b>                                 | 84 |
| <b>Categoría 2. Ventaja comparativa</b>         | 85 |
| <b>Descripción</b>                              | 85 |
| <b>Análisis</b>                                 | 86 |
| <b>Categoría 3. Productos agrícolas</b>         | 87 |
| <b>Descripción</b>                              | 87 |
| <b>Análisis</b>                                 | 88 |
| <b>Categoría 4. Productos de envasado</b>       | 89 |
| <b>Descripción</b>                              | 89 |
| <b>Análisis</b>                                 | 90 |
| <b>Categoría 5. Otros productos demandados</b>  | 91 |
| <b>Descripción</b>                              | 91 |
| <b>Análisis</b>                                 | 92 |
| <b>Categoría 6. Reto en la comercialización</b> | 93 |
| <b>Descripción</b>                              | 93 |
| <b>Análisis</b>                                 | 94 |

|                                                           |            |
|-----------------------------------------------------------|------------|
| <b>Categoría 7. Transporte marítimo</b>                   | <b>95</b>  |
| Descripción.                                              | 95         |
| Análisis                                                  | 96         |
| <b>Categoría 8. Participación de las entidades</b>        | <b>97</b>  |
| Descripción                                               | 97         |
| Análisis                                                  | 99         |
| <b>Categoría 9. Oferta y demanda</b>                      | <b>100</b> |
| Descripción                                               | 100        |
| Análisis                                                  | 101        |
| <b>Unidad de análisis 2: Oportunidades de crecimiento</b> | <b>101</b> |
| <b>Categoría 1. Beneficios arancelarios</b>               | <b>102</b> |
| Descripción                                               | 102        |
| Análisis                                                  | 103        |
| <b>Categoría 2. Crecimiento económico</b>                 | <b>104</b> |
| Descripción                                               | 104        |
| Análisis                                                  | 105        |
| <b>Categoría 3. Competitividad</b>                        | <b>105</b> |
| Descripción                                               | 105        |
| Análisis                                                  | 106        |
| <b>Categoría 4. Producción local</b>                      | <b>107</b> |
| Descripción                                               | 107        |
| Análisis                                                  | 108        |
| <b>Categoría 5. Estudios de mercado</b>                   | <b>108</b> |
| Descripción                                               | 108        |
| Análisis                                                  | 110        |
| <b>Categoría 6. Promoción</b>                             | <b>110</b> |
| Descripción                                               | 110        |
| Análisis                                                  | 111        |
| <b>Categoría 7. Reglas de origen</b>                      | <b>112</b> |
| Descripción                                               | 112        |
| Análisis                                                  | 113        |
| <b>Unidad de Análisis 3: Cadenas globales de valor</b>    | <b>114</b> |

|                                                    |            |
|----------------------------------------------------|------------|
| <b>Categoría 1. Falta de conocimiento</b>          | <b>115</b> |
| Descripción                                        | 115        |
| Análisis                                           | 116        |
| <b>Categoría 2. Participación de las entidades</b> | <b>117</b> |
| Descripción                                        | 117        |
| Análisis                                           | 118        |
| <b>Categoría 3. Encadenamientos locales</b>        | <b>119</b> |
| Descripción                                        | 119        |
| Análisis                                           | 119        |
| <b>Categoría 4. Impacto económico</b>              | <b>120</b> |
| Descripción                                        | 120        |
| Análisis                                           | 121        |
| <b>Categoría 5. Calidad</b>                        | <b>122</b> |
| Descripción                                        | 122        |
| Análisis                                           | 123        |
| <b>Categoría 6. Demanda de productos</b>           | <b>123</b> |
| Descripción                                        | 123        |
| Análisis                                           | 124        |
| <b>Categoría 7. Demanda de servicios</b>           | <b>125</b> |
| Descripción                                        | 125        |
| Análisis                                           | 126        |
| <b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>  | <b>127</b> |
| Conclusiones                                       | 127        |
| Recomendaciones                                    | 130        |
| <b>CAPÍTULO VI: PROPUESTA</b>                      | <b>133</b> |
| Objetivo general                                   | 134        |
| Objetivos específicos                              | 134        |
| Perspectiva teórica                                | 134        |
| Propuesta                                          | 135        |
| <b>REFERENCIAS</b>                                 | <b>138</b> |
| <b>APÉNDICE</b>                                    | <b>148</b> |
| Anexos                                             | 148        |

## **Contenido de Tablas**

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Tabla 1. Desglose de la muestra.....            | 73 |
| Tabla 2. Cuadro de variables.....               | 79 |
| Tabla 3. Unidades y categorías de análisis..... | 81 |

## Contenido de figuras

|                                                                                     |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Figura 1 Interacción de las cadenas globales de valor .....</b>                  | <b>28</b>  |
| <b>Figura 2. Dimensiones de las cadenas globales de valor .....</b>                 | <b>31</b>  |
| <b>Figura 3. Tipos de gobernanza.....</b>                                           | <b>33</b>  |
| <b>Figura 4. Principales efectos de la inversión en la economía .....</b>           | <b>38</b>  |
| <b>Figura 5. IED recibida en Costa Rica entre 2007-2018 .....</b>                   | <b>40</b>  |
| <b>Figura 6. Resultado de la participación del Costa Rica en CGV 2016-2017.....</b> | <b>41</b>  |
| <b>Figura 7. Resultado de la participación del Costa Rica en CGV 2016-2017.....</b> | <b>42</b>  |
| <b>Figura 8. Participación del valor agregado en CGV .....</b>                      | <b>43</b>  |
| <b>Figura 9. Principales organismos económicos internacionales .....</b>            | <b>47</b>  |
| <b>Figura 10. Crecimiento anual del PIB en porcentaje.....</b>                      | <b>51</b>  |
| <b>Figura 11. Costa Rica, importaciones 2007-2020 .....</b>                         | <b>56</b>  |
| <b>Figura 12. Valor importado por socio comercial en el 2021.....</b>               | <b>57</b>  |
| <b>Figura 13. Balanza comercial de Costa Rica .....</b>                             | <b>58</b>  |
| <b>Figura 14. Flujo comercial con CARICOM entre 2007 a 2020.....</b>                | <b>61</b>  |
| <b>Figura 15. Exportaciones de Costa Rica al Caribe del 2018 al 2021 .....</b>      | <b>62</b>  |
| <b>Figura 16. Top de productos importados.....</b>                                  | <b>63</b>  |
| <b>Figura 17. Principales entidades nacionales .....</b>                            | <b>64</b>  |
| <b>Figura 18. Desempeño de bienes 2016-2021.....</b>                                | <b>66</b>  |
| <b>Figura 19. Data actual de Esencial Costa Rica.....</b>                           | <b>69</b>  |
| <b>Figura 20. Prototipo de acción para la propuesta .....</b>                       | <b>135</b> |

## **Agradecimientos**

Agradecimientos especiales para mis tutores, profesores, mentores, colegas y todas aquellas personas que han intervenido en el proceso de mi formación como profesional en el campo del comercio internacional.

Por consiguiente, agradezco por las palabras de aliento y de orgullo a mis seres cercanos y queridos, quienes han visto el esfuerzo para conseguir mis metas.

### **Dedicatoria**

Esta tesis es dedicada a mis padres, quienes siempre me han apoyado para que pueda continuar con mis estudios y poder alcanzar todas las ambiciosas metas que me he propuesto.

## RESUMEN EJECUTIVO

Costa Rica es reconocido por su biodiversidad, talento humano, la obra de mano calificada y por su oferta exportable atractiva para otros mercados. La Comunidad de Estados del Caribe (CARICOM), es una región económica con la que el país ha tenido un tratado de libre comercio que se encuentra en vigor desde hace 15 años. Ahora, esta relación comercial ha tenido una evolución con el pasar de los años, pero el propósito de esta investigación es analizar cómo se ha desarrollado este, así como detectar los factores que han sido claves para el crecimiento y cómo una nueva estrategia de CGV puede impactarlo.

Esta investigación, titulada *Evolución del vínculo comercial y percepción de las cadenas globales de valor entre Costa Rica y el CARICOM para el primer semestre 2021*, tiene como objetivo general analizar la evolución del vínculo comercial para el conocimiento de las estrategias de comercialización y la percepción de las cadenas globales de valor entre Costa Rica y la Comunidad de Estados del Caribe para el periodo de estudio, con el fin de poder dar respuesta al planteamiento de investigación.

El enfoque bajo el cual se desarrolló este estudio fue cualitativo, se siguió un diseño de investigación acción, con el que se recopiló información a través de consultas en fuentes primarias y secundarias para sustentar la data, así como mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de 13 personas que cuentan con amplio conocimiento en el campo del comercio internacional y con experiencia en la comercialización hacia y desde los países miembros del CARICOM.

Finalmente, de todo el trabajo se obtuvo como conclusión principal, y dando respuesta a la pregunta de investigación, que el vínculo comercial entre Costa Rica y el CARICOM sí ha tenido una evolución y un crecimiento desde el 2005 que se firmó el TLC, pero este no ha sido tan representativo para el país como lo son otras relaciones comerciales. Ante esto, surge como recomendación buscar una mayor participación por parte de las entidades públicas y desarrollar planes de promoción que incentiven las exportaciones, aprovechando las oportunidades que surgen en el CARICOM.

## **CAPÍTULO I: PROBLEMA**

Las cadenas globales de valor se han convertido en estrategias de comercialización a nivel internacional, conduciendo a un crecimiento económico, internalización, avances tecnológicos, innovación, entre otros. La Promotora de Comercio Exterior mencionó en su blog que “Costa Rica lo ha hecho muy bien en la participación en cadenas de suministros. Vale con revisar los estados de las exportaciones y de ciertos sectores estratégicos, así como la importación de productos intermedios para su reexportación” (PROCOMER, 2020, párr. 3).

Se podría decir que el país no es tan experimentado en el tema de las cadenas globales de valor, ya que hasta el 2021 se inician los estudios de este tema, cuando el Banco Central de Costa Rica (2021) presentó el proyecto de fortalecimiento de las estadísticas macroeconómicas, donde comentó la participación del país en las cadenas globales de valor como resultado del análisis de los años 2016- 2017, concluyendo en un crecimiento del PIB, exportaciones y empleo en la comparación entre ambos años, además indicó,

Los resultados para el 2017 indican que la producción vinculada a las cadenas globales de valor en Costa Rica tiene una participación de 8,6 % en el PIB, un 48,6 % en las exportaciones y 5,3 % en el empleo. (párr.3).

Si bien la incursión de Costa Rica en el tema ha sido relativamente poca como lo indico el BCCR, se cuenta con casos de existo y con empresas que están participando activamente en CGV, asi como también las que forman parte de escalonamiento y encadenamientos dentro de las zonas francas, todo esto es beneficioso para la economía de un país en desarrollo gracias a la constante atracción de inversión extranjera directa.

Costa Rica a lo largo de una década ha desarrollado estrategias para fortalecer los procesos asociados a las mercancías o servicios que destacan por el valor agregado que aportan, esto con el apoyo de entidades comprometidas con el desarrollo del país a nivel internacional, tal es el caso de la Fundación Crusa, que en el 2019 presentó el programa sobre el potencial de cadenas de valor de productos para Costa Rica, donde se revelaron 150 productos que contaban con potencial para

ser entre los más comerciables a nivel internacional. El programa tiene como objetivos apoyar en la generación de empleos, crear oferta exportable, innovar en cadenas de valor y servir de guía para el sector público y privado.

Los acuerdos comerciales entre países a lo largo del tiempo y con la evolución de estos han permitido generar dinamismo el comercio mundial, siempre con el fin de disminuir o eliminar los obstáculos al intercambio, ofreciendo beneficios para los países, así como también funcionar como un instrumento de facilitación y cooperación para los países o regiones que cuenten con economías dispuestas a tener negociaciones abiertas, para esto el Blog El País (2018) comenta:

Con esa premisa, los acuerdos de libre comercio son beneficiosos tanto para los consumidores como para las empresas y los trabajadores. Los beneficios para las empresas derivan de la eficiencia que aporta la eliminación de gravámenes y otras barreras muy heterogéneas. (párr. 4)

Enfocarse en el mercado ideal para el crecimiento económico es una de las metas que se deberían tener para el futuro del país, actualmente Costa Rica cuenta con dieciséis Tratados de Libre Comercio vigentes y con dos más en proceso, la Comunidad de Estados del Caribe (CARICOM) es uno de los que se encuentran vigentes. El Ministerio de Comercio Exterior indica en su plataforma virtual que para el 2021 las exportaciones desde Costa Rica fueron de 174 millones de dólares, mientras que las importaciones en el mismo año fueron de 17 millones de dólares, con lo que se puede decir que la balanza comercial es positiva para Costa Rica.

En el 2015 se llevó a cabo la decisión de que Costa Rica fuera parte del Tratado de Libre Comercio con el CARICOM, acto que se pensó como una estrategia específicamente para fortalecer zonas de la provincia de Limón, tal y como lo indicó el presidente del país en su momento. El Gobierno de Costa Rica, el 29 de setiembre del 2015, presenta el comunicado sobre la propuesta de alianza donde el presidente Luis Guillermo Solís menciona:

Una alianza estratégica con el CARICOM permitirá potenciar las oportunidades de la agenda de desarrollo de Limón, además aprovecha más las posibilidades que nos

da el tratado de libre comercio y cumplir con la demanda histórica de la provincia de entender a Costa Rica desde el Caribe. (párr. 4)

El mercado Caribeño siempre ha sido parte de los socios comerciales con los cuales Costa Rica ha realizado intercambios a través de los años y desde la firma del TLC que buscó crear un crecimiento en la relación comercial. Sin embargo, esta comercialización no se puede comparar con los niveles de exportación que se tienen hacia otros mercados, regiones o países, así como tampoco las importaciones tienen los mismos volúmenes.

En relación con los argumentos anteriores asociados a la falta de información sobre el avance en cadenas globales de valor, los beneficios ligados a los acuerdos comerciales, el objetivo inicial para la firma del tratado y, por supuesto, con la constante búsqueda del crecimiento y el bienestar económico del país, se genera la siguiente pregunta: ¿Cuál es la evolución del vínculo comercial y la percepción de las cadenas globales de valor entre Costa Rica y el CARICOM para el primer semestre 2021?

### **Justificación**

La finalidad de esta investigación se enfocará en estudiar la evolución del vínculo comercial que se ha desarrollado entre Costa Rica y el CARICOM, así como identificar la percepción de las cadenas globales de valor entre ellos. Este es un tema de interés para la población dedicada no solo a las importaciones, sino también a las exportaciones desde y hacia los países que forman parte de la Comunidad del Caribe, ya que se busca generar estudios para los interesados y que estos puedan ser aplicados en el comercio.

Según estadísticas obtenidas del Ministerio de Comercio Exterior publicadas en la página web de la institución en el 2021, se indicó que en el 2020 se tuvo un decrecimiento de un 6.4 % en relación al año anterior. No obstante, la Promotora de Comercio Exterior, de igual manera en la página web, en el 2021, dio a conocer las oportunidades que se presentan para la comercialización con la Comunidad del Caribe, ejemplo de esto es la publicación del 2020 del estudio de mercado

sobre la prospección del mercado jamaikino de productos de plásticos amigables con el ambiente y también productos de cuidado personal.

La viabilidad del estudio se centra en la relación de Costa Rica con CARICOM, ya que es de las pocas que presentan una balanza comercial positiva. Se cuenta con el flujo elevado de exportaciones en comparación con las importaciones, pero si se compara con otras relaciones comerciales tales como el Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y los Estados Unidos de América (CAFTA) o bien con el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y La Unión Europea (ACCUE), el volumen de exportaciones es considerablemente menor, por lo que con la investigación se pretende dar a conocer como las cadenas globales de valor pueden potenciar al crecimiento del intercambio comercial entre ambos.

Para que se dé el crecimiento de un mercado específico se generan estrategias, entre ellas buscar ventajas innovadoras en comparación con la competencia directa. Se pretende con esta investigación determinar el vínculo comercial asociado a las cadenas globales de valor. La Organización Mundial del Comercio publicó una noticia sobre las Cadenas Globales de Valor (CGV), en la cual indica que “Como resultado de ello, los PMA que pasan a formar parte de las cadenas de valor mundiales pueden experimentar un crecimiento más rápido de los ingresos y una reducción de la pobreza” (OMG, 2021, párr. 1).

Constantemente en el país surgen nuevas oportunidades de mercado, nuevos conocimientos y estudios, así como nuevos emprendedores con ganas de expandirse al mercado internacional. Este estudio pretende colaborar generando conocimiento y conciencia sobre las posibilidades de éxito basadas en la historia de Costa Rica y la Comunidad del Caribe, así como su relación y la importancia de implementar valor agregado propiciado por cadenas de valor. Además, esta búsqueda sirve como base para toma de decisiones sobre comercialización y para futuros estudios asociados al tema y la problemática.

La importancia de esta investigación recae en generar un panorama para actuales y futuros importadores y exportadores, dando una perspectiva sobre el Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y el CARICOM y cómo ha evolucionado desde el momento de la firma hasta el primer

semestre del 2021. Asimismo, pretende resaltar la importancia de las cadenas globales de valor y su aplicación en la comercialización a nivel mundial, para que con ello puedan preparar las estrategias adecuadas a las necesidades y exigencias del mercado.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar la evolución del vínculo comercial para el conocimiento de las estrategias de comercialización y la percepción de las cadenas globales de valor entre Costa Rica y el CARICOM para el I semestre 2021.

### **Objetivos específicos**

Explicar la evolución del vínculo comercial entre Costa Rica y el CARICOM desde la firma del Tratado de Libre Comercio hasta el I semestre 2021.

Determinar los aspectos de Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y el CARICOM que generan oportunidades de crecimiento a la relación comercial para el I semestre 2021.

Identificar el impacto de las cadenas globales de valor como estrategia de comercialización entre Costa Rica y el CARICOM para el I semestre 2021.

## **Antecedentes**

### **Tesis internacionales**

La primera fuente internacional consultada es la tesis de Morales (2018) con el tema “La política exterior de las potencias latinoamericanas hacia la CARICOM”, la realiza para la Universidad de Guadalajara y opta por el grado académico de doctorado en Ciencias Sociales. La

metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso de la entrevista y el cuestionario procura encontrar respuesta al problema de investigación.

De esta investigación se desprende el objetivo de hacer una revisión de la política exterior de las potencias latinoamericanas hacia la CARICOM y plantea como objetivos específicos presentar la metodología para el relevamiento de casos de análisis y analizar las relaciones entre los países antes relevados con la CARICOM. De estos se obtiene la siguiente conclusión:

Una de las razones para la creación de la CARICOM ha sido contribuir a reducir la vulnerabilidad y dependencia de sus Estados miembros a través de la integración. Sin embargo, la crisis económico-financiera global iniciada en 2008 y, en especial, la subsecuente “Gran Recesión” derivada de esta han llevado a postergar la plena implementación de algunos proyectos comunitarios. Frente a esta situación, y conscientes de los cambios geopolíticos contemporáneos, los socios Caribeños han buscado profundizar la cooperación dentro del bloque y, luego, diversificar conjuntamente sus relaciones con el exterior. (p. 19)

Basado en la conclusión anterior, donde se indica en resumen que la integración y creación del CARICOM tenía como objetivo mejorar las condiciones internas de los países miembros en temas económicos, financiero, humanitarios, entre otros, así como mejorar las relaciones con el exterior, incentivando la comercialización, entre las recomendaciones destacadas, Morales (2018) presentó la siguiente:

El primer criterio que explica el nivel de vinculación de los Estados latinoamericanos con la CARICOM es la proximidad geográfica, pues Cuba y México son los más próximos y, al mismo tiempo, quienes tienen una relación más estrecha con el bloque. No obstante, este no es el único criterio pues Venezuela y Colombia mantienen prácticamente la misma proximidad geográfica (pero distintos niveles de vinculación), mientras que Brasil comparte frontera terrestre con miembros de CARICOM, pero ha desarrollado los menores vínculos. (p. 20)

La segunda tesis internacional consultada es la de Montaque (2020) con el tema “El Informe Golding: ¿Recomendaciones al vacío?”. La realiza para la Universidad de Chile y opta por el grado académico de Máster en Estrategia Internacional y Política Comercial. La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los instrumentos de testimonios y entrevistas, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

De esta investigación se desprende este objetivo general: “Evaluar en qué medida las recomendaciones del Informe Golding se han implementado por parte de Jamaica y la Secretaría de la CARICOM” (Montaque, 2020). Los objetivos específicos fueron verificar el estatus de la implementación de las recomendaciones descritas en el informe Golding, por parte de Jamaica y por parte de la Secretaría de la CARICOM, analizar el nivel de prioridad que tanto Jamaica como la Secretaría de la CARICOM han dado a la implementación de las recomendaciones del Informe Golding y evaluar el compromiso de Jamaica y la Secretaría de la CARICOM para implementar las recomendaciones formuladas en el Informe Golding.

Montaque (2020) obtiene la siguiente conclusión para la investigación:

El cumplimiento de las recomendaciones que figuran en el Informe Golding está estrechamente vinculado a la implementación del CSME, entonces para que Jamaica y la Secretaría de la CARICOM emprendieran con éxito las actividades que se requieren para cumplir las recomendaciones del Informe Golding, era inevitable coordinar con los demás Estados miembros, especialmente con aquellos que aún no han cumplido totalmente sus compromisos de establecer el CSME, como se estipula en el Tratado Revisado de Chaguaramas. (p. 61)

Según la conclusión presentada se comentó sobre el papel que tiene el informe Golding para que los países miembros conozcan la posición en la se encuentra el proceso de integración, así como se dio a conocer los posibles cambios de carácter necesario de implementación para que se obtenga un avance en la integración. Para lo anterior una de las recomendaciones de Montaque (2020) es:

Jamaica debe procurar un compromiso claro y definitivo de todos los Estados Miembros con un programa de acción específico y medible con plazos concretos para cumplir todas sus obligaciones y completar todos los requisitos para que el CSME se establezca y entre en pleno funcionamiento en los próximos cinco años (a partir del 2018). (p.,39)

En la investigación de Montaque (2020), se da a conocer parte de la problemática interna del CARICOM. Esto es relevante para esta investigación, ya que para el desarrollo de las cadenas globales de valor se debe conocer la percepción actual de los países de los estados miembros, En el Informe Golding se presentan estrategias que contribuyen a procesos de calidad y cómo lograr tener valor agregado en el proceso de comercialización, así como también los retos que tiene la región para lograr integración de manera plena.

La tercera tesis internacional consultada es la de Velasco (2017) con el tema “La cadena de valor como herramienta de gestión empresarial en el sector de consumo masivo en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua”, realizada para la Universidad Técnica de Ambato para optar por el grado académico como Ingeniera de Empresas. La metodología que se emplea es cuantitativo, el cual, mediante el uso del cuestionario, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

La tesis tenía como objetivo general “Desarrollar estrategias de cadena de valor como herramienta de gestión empresarial que contribuyan a la generación de ventaja competitiva en el sector de consumo masivo en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua” (Velasco, 2017). Sus objetivos específicos eran fundamentar teóricamente los componentes del funcionamiento de la cadena de valor y gestión empresarial en el sector de consumo masivo y proponer estrategias de mejora en la cadena de valor como herramienta gestión empresarial en las distribuidoras de consumo masivo del cantón Ambato. Para esta investigación, se obtiene la siguiente conclusión:

En las empresas del sector existen falencias referentes al uso de técnicas de almacenamiento, debido a su inadecuada aplicación al momento de distribuir y ordenar la mercadería en base a sus diferentes técnicas como lo son: en pallets,

estanterías, y apilamientos además el servicio de transporte del sector de consumo masivo no está cumpliendo totalmente con las expectativas de los clientes, debido a que en circunstancias existe retrasos en los plazos de entrega o los pedidos no están acordes con las especificaciones del cliente. (p. 49)

Para lo anterior Velasco (2017) recomienda que “las empresas deben realizar periódicamente un análisis profundo de las actividades de su cadena de valor, con el fin de identificar falencias, de manera que se puedan corregir y hacer ajustes, para ofrecer mayor valor y aumentar su presencia en el mercado” (p. 50). Esta recomendación se encuentra relacionada con la conclusión, ya que con esta pretende ubicar una solución a las falencias que mencionó.

La investigación de Velasco (2017) está basada en una región de México, pero revela con claridad la importancia en un proceso productivo o un bien e inclusive un servicio las cadenas globales de valor para lograr aumentar presencia en el mercado así como el valor de la mercancía en comparación con productos no sometidos a un análisis de valor para cumplir con las expectativas de los clientes internos, del proceso como tal y del resultado final para que con ello se dé la enterada satisfacción de los consumidores.

La cuarta tesis internacional consultada es la de Aguilera (2018) con el tema “Cadenas globales de valor en el sector manufacturero: un caso de estudio para china, Corea del Sur y México” realizada para el Colegio Universitario de la Frontera Norte y para optar por el grado académico de Maestría en Economía Aplicada. La metodología que se emplea es cualitativa, la cual, mediante el uso del cuestionario y entrevistas procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Dicha investigación plantea como objetivo general “Determinar el papel de México en las etapas productivas de la cadena global de valor”. Como objetivos específicos persigue determinar o confirmar el desplazamiento de México en el mercado estadounidense por parte de la inserción de los líderes de los países asiáticos como China y Corea del Sur en el mercado internacional y dar un panorama de la participación de México en la generación de valor de la cadena productiva para

el sector de manufactura a través del análisis de los bienes intermedios importados para la producción de los productos finales. Aguilera (2018) obtiene la siguiente conclusión:

A lo largo de los años, los países han implementado estrategias económicas para el crecimiento y desarrollo de sus economías. El contexto internacional y el mercado han influido en las decisiones de los países por participar en relaciones comerciales que involucran actividades transfronterizas. La CGV facilita la competitividad de los países sin la necesidad de generar infraestructura, disminuyendo así tiempo y costos. (p. 79)

Aguilera (2018), con base en la conclusión, recomienda “evitar caer en actividades de menor valor agregado es importante generar políticas y estrategias que ayuden a promover la I&D en el país, así como el caso de Corea del Sur con los sectores de electrónicos y automotriz” (p. 81). Los principales puntos de esta investigación fueron el énfasis que se dio en el tema de reducción de costos y tiempos en un proceso de cadenas globales de valor efectivo, además se evaluaron los procesos entre sí para saber la posición en la cual un producto, empresa o bien servicio se encuentra en relación con la competencia con el fin de poder hacer los ajustes necesarios para ser competitivos.

### **Tesis nacionales**

La primera tesis nacional consultada es la de Badilla (2021) con el tema “Análisis de la cadena de valor de la producción de carne vacuna en Pérez Zeledón, Costa Rica”, para El Centro Agronómico Tropical De Investigación y Enseñanza y optar por el grado académico de Máster en Gestión de Agro negocios y Mercados Sostenibles. La metodología que se emplea es cuantitativa, la cual, mediante el uso del cuestionario y la entrevista procura encontrar respuesta al problema de investigación.

De esta investigación se desprende el objetivo general de “Analizar la cadena de la producción de ganado vacuno en el cantón de Pérez Zeledón, Costa Rica” y como objetivos específicos busca describir la estructura de la cadena de producción del ganado vacuno, sus

interacciones e información cuantitativa y cualitativa, identificar los principales cuellos de botella y los factores de éxito del eslabón de producción y determinar las prácticas de sostenibilidad en el eslabón de producción de la cadena de producción de ganado vacuno. Se obtiene la siguiente conclusión, dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando Badilla (2021) indica:

Es una cadena productiva, debido a las características que esta presenta sobre todo en sus interacciones, donde la mayor parte de la información y recursos que es vinculante para una evolución de la cadena en sí y sus componentes, es desconocida o inaccesible para los actores del eslabón de producción, de manera que el modelo en si es considerado como un modelo tradicional de negocios donde las mayores posibilidades de desarrollo y crecimiento económico no son del todo equitativas. (Badilla, 2021, p. 40)

La conclusión presentada para la tesis se basó en distinguir un punto que debe ser clave en el desarrollo de las CGV y que, en el caso de estudio, presentaba problemáticas un proceso y la evolución de la cadena por falta de conocimientos básicos en un sector en especial. Basado en esa conclusión que intenta responder el problema de la investigación, Badilla (2021), recomienda;

La aplicación de nuevas estrategias, que permitan una evolución de la cadena productiva a una cadena de valor que sea más sostenible en todos sus niveles. Para ello es necesario que se elaboren canales de comunicación, que estén mayormente orientados al fomento de la comprensión de la situación de cada eslabón, así como la cooperación entre los mismos, donde el objetivo sea la búsqueda de alternativas que permitan que cada uno de los actores se desarrolle de manera conjunta, a fin de lograr un impacto más contundente en los mercados, que motive a una mejor interacción entre actores, y con ello la diversificación y el valor agregado de los productos desde su producción hasta la comercialización. (p. 41)

Badilla (2021) ve la importancia de generar mayor conocimiento en temas de cadenas globales de valor con el fin de generar una estrategia que permita la sostenibilidad de la misma cadena, en este caso específico, para una línea de producción, pero aplicable a gran parte de las

mercancías, contemplando la posibilidad de que cuando se logre el dominio del tema se consiga crecimiento y cooperación entre entes, exportadores e importadores.

La segunda tesis nacional consultada es la de Álvarez (2020) con el tema “Cacao como Alternativa de Desarrollo en Centro América: Un Análisis desde la perspectiva de Cadenas de Valor”. La realiza para la Universidad Nacional y opta por el grado académico de maestría en Política Económica. La metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso de los estadísticas y entrevistas, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

La investigación contaba con el objetivo general de “Identificar elementos estratégicos para la formulación de políticas de desarrollo hacia la actividad del cacao en Nicaragua y Guatemala, especialmente dirigida a los pequeños productores, a partir de las características de la cadena del cacao en dichos países. Como objetivos específicos planteó entender la cadena global del cacao y la de los países seleccionados, analizar las condiciones de participación de los pequeños productores de Nicaragua y Guatemala en la cadena global del cacao y proponer elementos de políticas públicas para el desarrollo de la actividad cacaotera. De esto se obtuvo la siguiente conclusión, donde Álvarez (2020) indica:

La cadena permitía ir más allá de solo la producción, sino entender los procesos de transformación y consumo, y por tanto tratar de identificar donde los productores de cacao pueden tener más posibilidades de valorar su producción primaria, considerando particularidades a nivel de países, así como globales. (p.150).

El autor de la tesis comentó sobre la importancia que generó el estudio de las cadenas de valor para el producto, ya que a través de las cadenas globales de valor se logró identificar oportunidades de mercado, así como elaborar propuestas o estrategias que permitían el aprovechamiento de recursos. Este análisis específico se puede también aplicar a otras investigaciones con mercancías y/o servicios que se comercialicen hacia el mercado de estudio de esta investigación, esto basado en las recomendaciones donde Badilla (2020), indica:

Ir más allá de las recomendaciones que tradicionalmente se brindan sobre políticas y proyecto que puedan fortalecer la actividad del cacao en Centro América. En general, se indica que debemos diferenciar nuestros productos sea por medio de certificaciones (diferenciación horizontal) o bien por medio de una diferenciación vertical con cacaos finos con el fin de insertarnos mejor en el comercio internacional y obtener un precio superior al de Bolsa por este producto. (p. 151)

La tercera tesis nacional consultada es la de Mora (2019) con el tema “El desarrollo de los procesos productivos en las cadenas globales de valor de la industria de dispositivos médicos exportadora en Costa Rica para el periodo 2018”, la investigación la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Licenciatura en Comercio internacional. La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso del cuestionario y la encuesta se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

De esta investigación, se desprende el objetivo general de “describir el desarrollo de los procesos productivos en las cadenas globales de valor de la industria de dispositivos médicos exportadora en Costa Rica para el periodo 2018”. Como objetivos específicos se establecieron definir las características de la industria exportadora costarricense de dispositivos médicos en las cadenas globales de valor, identificar las estrategias implementadas por las empresas costarricenses en la cadena global de valor de dispositivos médicos y determinar las posibles limitantes y oportunidades que existan para la industria de dispositivos médicos costarricense en las cadenas globales de valor.

Mora (2019) obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación:

Los procesos productivos que se realizan en Costa Rica para la industria de dispositivos médicos corresponden a tareas de los diferentes eslabones de su cadena global de valor desde actividad de mayor a menor valor agregado, desde materia primas e insumos hasta servicios. Se considera que el aumento en la instalación de empresas del sector en Costa Rica y la diversificación de productos ha inferido en

el aumento de las exportaciones de este sector, aumentando la participación del país sobre las cadenas globales de valor. (p. 113)

Para lo anterior Mora (2019), recomienda:

A PROCOMER y CINDE el desarrollo de estudios de mercado enfocados específicamente hacia la industria médica, para identificar posibles oportunidades, tanto de atracción de inversión al país como para identificar áreas de desarrollo local y participación en estos nuevos mercados. (p. 116)

En el desarrollo de la investigación de Mora (2019), se destaca el razonamiento de conceptos ligados a las cadenas globales de valor, se incentiva a que Costa Rica busque estrategias para atraer inversión extranjera directa, además de la trayectoria que el país ha seguido para incursionar en estas obteniendo resultados innovadores y generadores de valor agregado. Entre los resultados definidos está el encadenamiento productivo y cómo este favorece al desarrollo de los procesos de una manera eficiente dándole éxito a las CGV.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Arce (2018) con el tema “Análisis retrospectivo y prospectivo de la inserción de Costa Rica en las cadenas globales de valor, retos y oportunidades”. Esta tesis la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Bachillerato en Relaciones Internacionales. La metodología que se emplea es la cualitativa, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

De esta investigación, se desprende el siguiente objetivo general: “Analizar el papel de Costa Rica en las Cadenas Globales de valor en el periodo 2014-2017” y como objetivos específicos se pretendió definir los elementos históricos, empíricos, teóricos y metodológicos del papel de Costa Rica en las Cadenas Globales de valor, describir las Cadenas Globales de Valor en el ámbito internacional, determinar el impacto de las Cadenas Globales de Valor en América Latina y analizar el papel de Costa Rica en las Cadenas Globales de Valor (2014-2017). Arce (2018) obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación:

Las CGV son una nueva estrategia empresarial que busca la reducción de costos buscando lugares en el mundo, estratégicos, que le permitan esa acción y los PED han sido los seleccionados, Los diferentes eslabones de la cadena permiten a los países el centrarse en una actividad y lograr valor agregado nacional, que permite el crecimiento económico. La cooperación, integración y los tratados de 95 libre comercio son herramientas que impulsan a las CGV, como los incentivos que los países crean como las zonas francas entre otros procesos de integración, como el mercado común o el área económica. (p. 94-95)

Para lo anterior, Arce (2018) recomienda lo siguiente:

A todos los países por igual, el investigar y analizar las nuevas tendencias en las relaciones internacionales con el propósito de sacar el mayor beneficio o provecho, siempre colaborando con la protección al medio ambiente. Además, se les recomienda apoyarse en la integración y la cooperación, en especial en la técnica, para enfrentar de forma más efectiva los retos de las nuevas tendencias del comercio, sobre todo a los PED. (p. 109)

Arce (2018) en su investigación hace la referencia sobre en gran impacto que ha tenido la globalización en el comercio internacional y que a raíz de esto se han reflejado las necesidades que tienen los países en mantenerse a la vanguardia en estrategias. Implementar las CGV es para fines beneficiosos, reducir costos, buscar agregados a nivel nacional, encontrar los mercados adecuados, trabajar bajo principios de cooperación, integración y apoyándose en los tratados de libre comercio.

### **Proyecciones**

En el avance de la investigación se explicará la evolución del vínculo comercial que se ha desarrollado entre Costa Rica y el CARICOM desde la firma del Tratado de Libre Comercio en el 2005 hasta el primer semestre 2021. Para esto se tomarán en cuenta los aspectos como los objetivos del acuerdo, las ventajas que se esperaban obtener, los beneficios mutuos, la balanza comercial y la realidad de la relación en esos aspectos durante este periodo, así como también las decisiones

tomadas en la reunión suscitada en el 2015 y qué tan acertadas han sido en el lapso de los 15 años transcurridos.

En el desarrollo de la investigación se determinarán aspectos generadores de oportunidades de crecimiento, así como también se estudiará la oferta exportadora de la relación comercial entre Costa Rica y la Comunidad de Estados Caribeños, para determinar cuál son las mercancías y servicios que generan demanda. De igual manera, así conocer cuáles han sido los retos en la aplicación de los TLC e identificar los beneficios más significativos y los aspectos en los cuales aún se tiene que mejorar.

Durante el estudio se identificará el impacto de las cadenas globales de valor entre Costa Rica y el CARICOM, dando a conocer cuáles son las mercancías, servicios o procesos que generan un valor agregado, o bien aquellos que cuenten con potencial para generarlo. Con esto se podrá determinar cómo pueden ser utilizados dichos factores en el desarrollo de estrategias para aumentar y dinamizar la comercialización entre ambas regiones.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### Cadenas globales de valor

El concepto de cadenas globales de valor tiene su origen en el libro de Ventaja Competitiva Riquelme (2022, citando a Porter, 1985) define CGV como, “cada empresa es un conjunto de actividades que se desempeñan para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar sus productos. Todas esas actividades pueden ser representadas usando la cadena de valor” (párr. 5), ahora bien como parte de la teoría desarrollada por Porter presenta en la siguiente imagen la interacción dentro de una CGV.

**Figura 1 Interacción de las cadenas globales de valor**



Fuente: Porter, 1985

En la figura anterior se presenta como se desarrolla la interacción dentro de una CGV la cual se divide en dos tipos de actividades las de apoyo y las primarias donde Portes (1985), define “actividades primarias en la cadena de valor son las actividades implicadas en la creación física del producto, su venta y transferencia al comprador así como la asistencia posterior a la venta” (párr. 9), estas están divididas en logística interna, operaciones, logística externa, marketing y ventas y por ultimo servicios.

A su vez Riquelme (2022, citando a Porter, 1985) define “las actividades de apoyo son las que sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa” (párr. 15), estas actividades de apoyo son la infraestructura de la empresa, la gestión de recursos humanos, el desarrollo tecnológico y el aprovisionamiento. El conjunto de esos dos tipos de actividad le dan origen al margen el cual va a ser la diferencia entre el valor total y el costo colectivo por el desarrollo de todas las actividades de valor.

Las cadenas globales de valor son un término que se ha venido conversando en los últimos años de una manera más constante en el ámbito del comercio internacional y en el económico, pero el término ha existido a lo largo de la historia. No obstante, también se ha visto sometido a la necesidad de transformación, pues este proceso se ha convertido en una estrategia para generar distinción en el mercado. Dussel (2018) en su libro sobre cadenas globales de valor indica lo siguiente:

En la actualidad, el concepto de cgv [sic] se han convertido en un punto de referencia fundamental para cualquier análisis socioeconómico e internacional, que se vincula en forma estrecha con el proceso de globalización. Su importancia no sólo se refleja en su uso en las ciencias sociales por parte de sociólogos, economistas y politólogos, sino también por el que hacen de él empresarios y organismos empresariales –en algunos casos con el equivalente de “cadenas de proveeduría” (supply chains); el sector público y los tomadores de decisiones. (p. 7)

Tomando como referencia lo indicado por Dussel (2018), las cadenas globales de valor (CGV) es un término que se ha desarrollado a lo largo de la historia. Tuvo sus inicios en la década de 1950 y se ha transformado conforme a las necesidades de los mercados internacionales y las demandas del mercado consumidor. En la actualidad se le asocia con globalización, valor agregado, innovación y demás conceptos que buscan ofrecer oportunidades a los comerciantes para destacar.

Ahora bien, entre las funciones que tienen las cadenas globales de valor es que permiten saber en qué posición de la cadena de suministros se encuentra un país, una economía, una empresa

posicionada y cuál es el papel de importancia que desempeñan. Para esto Gereffi *et al.* (2016), en su libro sobre un manual básico de las cadenas globales de valor, realza la importancia e influencia que estas tienen en ámbitos de la economía para un país:

El marco de referencia de las Cadenas Globales de Valor nos permite comprender cómo están organizadas las industrias globales mediante el examen de la estructura y las dinámicas de los diferentes actores involucrados en una industria dada. En la economía globalizada actual con interacciones industriales muy complejas, la metodología de Cadenas Globales de Valor útil para trazar los cambiantes patrones es una herramienta de producción global, vincular actividades y actores geográficamente dispersos dentro de una sola industria, y determinar los roles que juegan por igual en países desarrollados y en desarrollo. (p. 4)

Si bien las cadenas globales de valor tienen sus inicios desde tiempo atrás, se han venido fortaleciendo de manera teórica y práctica gracias a la globalización y la necesidad de crear procesos innovadores, eficientes y, en ocasiones, autosuficientes. La relevancia que tienen en procesos de comercio internacional son factores que todo productor, exportador, importador y agente involucrado deben conocer e implementar en sus procesos.

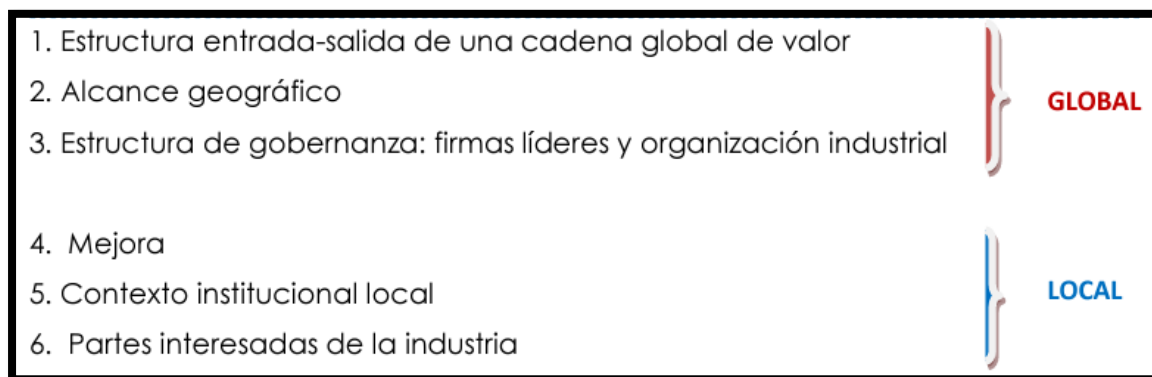
### **Dimensiones de las cadenas globales de valor**

En la teoría las cadenas globales de valor cuentan con dimensiones que contribuyen a tener una práctica adecuada, es decir, sirven como guía, o bien un paso a paso de los aspectos que se deben considerar para iniciar la implementación de la una CGV. Estas son generales y se deben adaptar a lo deseado, así como al proceso, producto, servicios, industria y necesidades existentes. Además, se pueden seccionar entre las dimensiones locales y las dimensiones internacionales. Gereffi *et al.* (2016) indica lo siguiente con respecto al tema:

Hay seis dimensiones básicas que la metodología de cadenas de globales de valor explora que se dividen en globales y elementos locales. El primer conjunto de dimensiones se refiere a los elementos internacionales, determinado por las

dinámicas de la industria a nivel global. El segundo conjunto de dimensiones explica cómo los países individuales participan en las cadenas globales de valor. (p. 6)

**Figura 2. Dimensiones de las cadenas globales de valor**



Nota: Gereffi *et al.* (2016)

En la imagen anterior la autora hace una clasificación en las dimensiones en global y local. Las primeras dan referencia a ámbitos más estandarizados y ya predefinidos a nivel de las cadenas globales de valor, son los factores que la mayor parte de procesos a nivel mundial tienen prestablecidos para contar con procedimientos similares, mientras que las locales se van a adaptar más a el país, región o proceso como tal que se esté desarrollando.

### **Dimensión de las CGV: alcance geográfico**

La primera dimensión por definir es el alcance geográfico que en rasgos generales hace referencia al análisis del mercado y la famosa oferta - demanda de este, con el fin de poner tener una mayor comprensión sobre el dinamismo, movimiento y comportamiento de los agentes y factores involucrados, además esta dimensión es de carácter global, lo cual quiere decir que son aspectos que abarcan no solo el mercado nacional, sino también el internacional. Gereffi *et al.* (2016) indica sobre el alcance geográfico lo siguiente:

El análisis geográfico dinero se basa en el análisis de oferta y demanda globales. Esto se hace analizando los flujos comerciales en cada etapa de la cadena de valor

usando las estadísticas de comercio internacional en bases de datos de tales como Contra de las Naciones Unidas e información compilada usando fuentes secundarias de datos de firmas, publicaciones la industria y entrevistas con expertos de la industria. (p. 9)

### **Dimensión de las CGV: estructura de entrada y salida**

Para que una cadena global de valor sea exitosa cumpliendo con la eficiencia y eficacia se necesita revisar y planificar cada proceso que se va a desarrollar de principio a fin, sin dejar de lado el mínimo detalle durante el diseño. Esto implica tener bajo control la estructura de entrada y salida, tener definido cada paso, así como cada parte interesa que se involucre. Gereffi *et al.* (2016) indica:

Una cadena representa el proceso completo de entrada-salida que lleva a un producto o servicio desde su concepción inicial a las manos del consumidor. Principales elementos en la cadena varían por industria, pero típicamente incluyen: investigación y diseño, entradas, producción, distribución y mercadeo, intentas, y en algunos casos el reciclado del producto después de su uso. (p. 6)

### **Dimensión de las CGV: estructura de gobernanza**

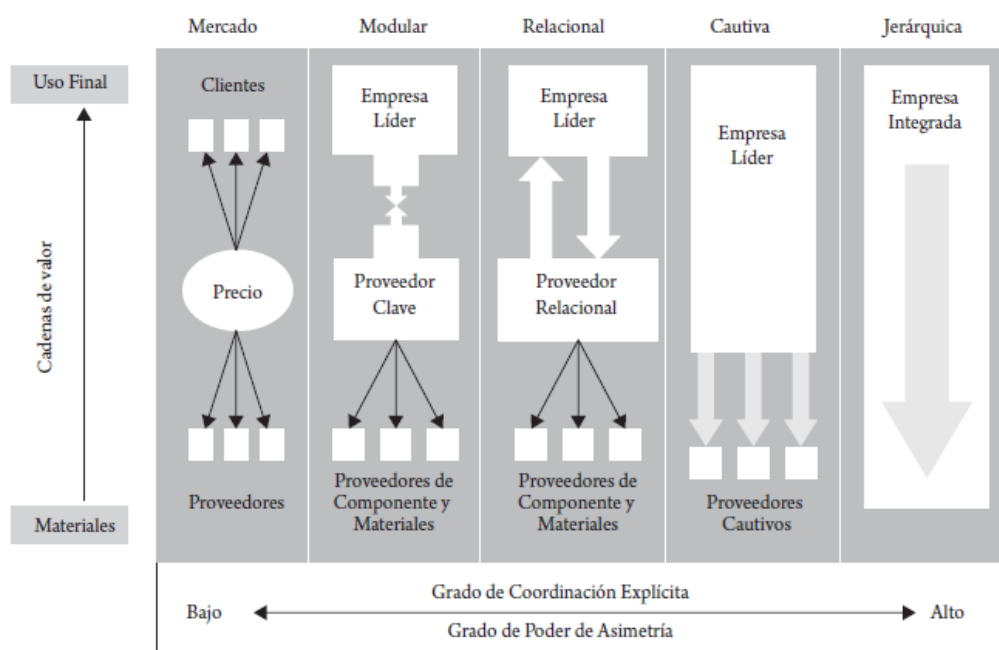
La gobernanza en las cadenas globales de valor es una dimensión de estas, y es de carácter local, es decir, se va a basar sobre las leyes, normas, directrices y políticas que tenga el país o zona económica donde se desarrolle. Entonces, las CGV deben ajustarse para poder tener éxito y cumplir con lo estipulado, para esto Dussel, (2018) desarrolla un enlace y destaca el concepto de gobernanza asociados a las cadenas globales de valor cuando indica:

El concepto de gobernanza es central para el análisis de las gvc [sic], porque examina las formas en que el poder corporativo puede, de manera activa, configurar la distribución de beneficios y riesgos en una industria. El poder en las gvc [sic] es ejercido por las empresas líderes. En su formulación inicial, la gobernanza de las

gvc [sic] se caracterizó por el contraste entre las cadenas de productos dirigidas por los productores y las dirigidas por los compradores. (p. 14)

Existen diferentes tipos de gobernanza, los cuales se van a clasificar por el grado de coordinación explícita que requieren y el grado de poder de asimetría que presentan. En la imagen siguiente se ejemplifica lo indicado por Dussel (2018), donde la gobernanza es de los puntos importantes asociados en la toma de decisiones, pues va a definir dónde se va a implementar más poder y control durante todo el proceso. Se divide en cinco: uso, mercado, modular, relacional, cautivo y jerárquico y cada modelo va a tener diferente grado de coordinación y de poder.

**Figura 3. Tipos de gobernanza**



Nota: Dussel, (2018)

### **Dimensión de las CGV: mejora**

La mejora es de las dimensiones de la CGV que se clasifican como local y por eso los procesos que se piensen desarrollar deben ser diseños con base en políticas, leyes, y ámbitos que ya se encuentren establecidos en el país, zona o bien industria en la que se vaya a desenvolver, así

como también tener en cuenta los beneficios que los países puedan ofrecer con el fin de atraer más CGV a su economía. Para esto Pérez, (2019), citando a Humphrey y Schmitz (2002), explica el concepto:

El aporte específico de las políticas activas en *upgrading*, es la creación de incentivos para que las empresas nacionales puedan escalar en la cadena global, desde los eslabones básicos hacia aquellos en los que se incorpora más valor. En un artículo clásico de Humphrey y Schmitz (2002, p. 6) se distinguen cuatro tipos de *upgradings* posibles: primero, con base en la mejora de los procesos de producción de manera tal de hacerlos más eficientes. Segundo, al crear bienes más sofisticados y con mayor tecnología. Tercero, desplazándose hacia otras actividades dentro de la cadena. Cuarto, intentar entrar en otras cadenas. (párr. 40)

En cada una de las dimensiones se deben analizar los aspectos que generen valor, los principales retos, oportunidades de mejora, procedimientos que son eficaces y aquellos que no son funcionales para el tipo de giro de negocio tanto a nivel local como global según la clasificación asignada, en este caso la mejora como dimensión cuenta con el desafío principal según lo indicado por Dussel (2018):

El desafío del escalamiento económico en las gvc [sic] es identificar las condiciones en las que los países en desarrollo y desarrollados, así como las empresas pueden “escalar en la cadena de valor” de las actividades básicas de ensamble utilizando mano de obra barata y no calificada a formas más avanzadas de “paquete completo” de suministro y de manufactura integrada. (p. 15)

### **Dimensión de las CGV: marco institucional**

El marco institucional es un aspecto de clasificación local, ya que este hace referencia a los aspectos que se deben considerar dentro de la economía en la que la CGV se va a desarrollar, ya sea un proceso en específico de una cadena de valor, o bien el desarrollo de todos los procesos, con

esta dimensión se da conocer costo de la vida en esa economía, así como los recursos financieros, humanos y primarios que la zona puede ofrecer. Gereffi *et al.* (2016) indica:

Las condiciones económicas incluyen la disponibilidad de entradas locales clave: costo de mano de obra, infraestructura disponible y acceso a otros recursos tales como financiación útil, el contexto social gobierna disponibilidad de mano de obra y su nivel de habilidades, tales como la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo y el acceso a la educación; y finalmente las instituciones incluyen regulaciones impositivas y laborales, subsidios, educación y política de innovación que pueda promover o dificultar el crecimiento y el desarrollo de la industria. (p. 15)

### **Dimensión de las CGV: partes de la industria**

En todo desarrollo de un proyecto hay una pieza fundamental y en las cadenas globales de valor no es la diferencia y se refiere a las partes interesadas, es decir, a las personas, grupo de personas, comunidades, los impactados directos en el desarrollo del proyecto, quienes se deben tomar en cuenta al pensar en las consecuencias y en el desencadenamiento que las acciones conllevan, según Gereffi *et al.* (2016),

El análisis de la dinámica local en la cual una cadena de valor está inserta requiere el estudio de las partes interesadas involucradas. Todos los actores de la industria son mapeados en la cadena de valor y se explica su rol principal. (p. 14)

Esto nos da a entender que uno de los roles más importantes, por no indicar que el más importante, son las partes interesadas que van desde inversiones, accionistas, así como los consumidores finales; se deben considerar en puntos clave del proceso, la toma de decisiones debe tener proyectado el impacto sobre los interesados con el fin de asegurar que la satisfacción de estas partes se va a obtener al ver el resultado final de la CVG.

## **Procesos asociados a las cadenas globales de valor**

Las CGV son procesos que desencadenan consecuencias e impactan en ámbitos dentro de una economía a nivel nacional e internacional, así como intervienen en el desarrollo procesos productivos localmente y esto conlleva a encadenamientos. Estos se encuentran estrechamente ligados a la generación de valor agregado y a la atracción de inversión extranjera directa, lo cuales se proceden a desarrollar a continuación.

### **Encadenamientos productivos**

La Subsecretaria de Relaciones Económicas Internacionales, en su sitio web, define los encadenamientos productivos como “Proceso que busca establecer vínculos entre empresas que componen diferentes etapas o eslabones de un determinado proceso productivo, permitiendo incrementar y fortalecer su competitividad en los mercados” (párr. 2). El desarrollo de estos encadenamientos en relación con las cadenas globales de valor busca generar beneficios tanto para las empresas como para los consumidores finales y ambos puedan disponer de la cooperación mutua.

En Costa Rica la Promotora de Comercio Exterior en sus contantes publicaciones y estudios dio a conocer cómo los encadenamientos productivos se han comportado en el país y cómo siguen aportando crecimiento para el bienestar económico en general, así como la importancia que tiene el desarrollo de los encadenamientos para que las empresas sean más competitivas dentro de las CGV. PROCOMER (2020, citando a Ciravegna, 2012), publicó sobre los encadenamientos productivos:

Estos clústeres además de estar concentrados espacialmente se caracterizan por los vínculos entre firmas locales, lo que a su vez genera un efecto positivo no solo cuando compiten, sino cuando se enlazan con más empresas, universidades y otros actores (Ciravegna, 2012). Estos vínculos con frecuencia son generados a través de encadenamientos productivos (EP) entre empresas que operan en el mismo sector, lo que incluye las relaciones entre firmas locales con firmas multinacionales, y

firmas locales entre sí. En el fondo estos EP responden a los requerimientos de manufactura o servicios de firmas internacionales, quienes al externalizar ciertas actividades de la cadena no comprometen la calidad de los procesos de producción debido a su gobernanza en ella. (párr. 4)

Costa Rica actualmente participa en encadenamientos ligados principalmente a las zonas francas y estas al trabajo realizado por las entidades que buscan nuevas inversiones para el país o aquellas que trabajan para que la relación con las empresas que actualmente tienen su operación ya instalada la conserven, ya que estas son fuentes de beneficios como el crecimiento económico y la generación de empleos. Al respecto Esquivel (2019) indica sobre estudio de encadenamientos en el país:

Gracias a este estudio se evidencia que existen brechas importantes entre las capacidades de gestión de las empresas encadenadas a la industria alimentaria o de dispositivos médicos y las que aún no lo están, lo que les permite destacar por factores más allá del precio. (párr. 4)

Las empresas encadenadas a dichas industrias tractoras muestran importantes mejoras de gestión, sobre todo en la capacidad de reacción ante incumplimiento de proveedores, presencia de certificaciones, medición de etapas productivas, metas de eficiencia y sistematización de I+D; aspectos clave en la excelencia operacional. (párr. 5)

### **Valor agregado**

El concepto de valor agregado se volvió popular con el desarrollo de la globalización y la innovación asociado a la tecnología, la búsqueda de mejora continua, la competitividad y con la constante necesidad de diferenciarse en el mercado. Impulsa a buscar nuevos métodos y estrategias para conseguir ese valor agregado, que trata de agregar un extra a un producto y/o servicio, pero lo importante es saber cómo dar o generar ese valor. Para Sánchez (2019):

El valor agregado permite dar un mayor valor comercial a un bien; generalmente mediante un elemento clave de diferenciación respecto a los competidores. La importancia del valor agregado está relacionada con el reto que tienen las organizaciones para posicionarse en mercados cada vez más exigentes y dinámicas, además de la existencia de presiones competitivas legales, sociales y del entorno. (párr. 2)

### **Inversión Extranjera Directa (IED)**

La Inversión Extranjera Directa (IED), para el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX), es un motor para la economía tal y como lo expresa en el sitio web donde indica que “Atraer inversión es una tarea a la que el país asigna máxima prioridad, por su enorme impacto en el desarrollo de la economía nacional” (párr. 1). Además, esta institución da a conocer mediante la siguiente imagen los principales efectos al contar con la atracción de la IED.

**Figura 4. Principales efectos de la inversión en la economía**



Nota: COMEX (2022)

Al conversar de Inversión Extranjera Directa no solo se habla de sobre el motor de la economía, pues, como se aprecia en la figura anterior, también impacta en los encadenamientos productivos, integración de las CGV, generación de empleo, la balanza de pagos más equilibrada, mayores estándares de calidad y el desarrollo del recurso humano, por lo que esta es una estrategia y herramienta importante para todas las economías de los países.

### ***Inversión Extranjera Directa en Costa Rica***

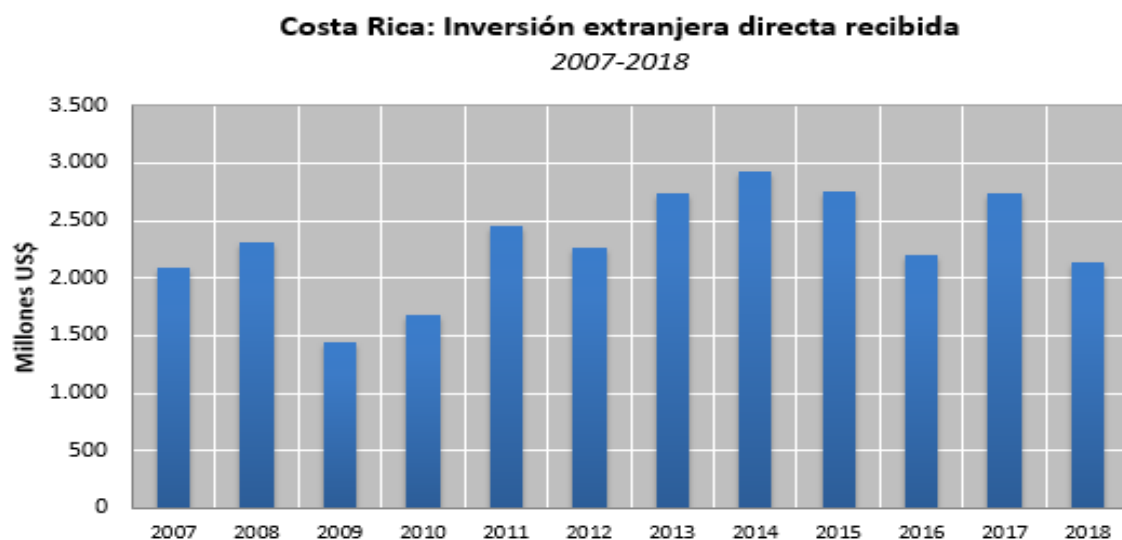
La Inversión Extranjera Directa (IED) es buscada por países y Costa Rica no es la excepción, ya que los beneficios económicos que presentan son abundantes. El país ha estado catalogado entre los mejores dentro de Centroamérica debido al talento humano, la estabilidad en temas de política y, por supuesto, en el desarrollo sostenible, lo cual lo hace el lugar ideal para que las empresas instalen las operaciones en el país. Sobre esto Feng (2019) indica:

Costa Rica cuenta con ventajas competitivas que posicionan al país como uno de los mejores destinos para invertir. Desde hace varios años Costa Rica es reconocido por su estabilidad política y esto ha proporcionado al país un buen clima de negocios. El 15 de mayo del 2020 el país se convirtió en el miembro número 38 de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). El ingreso de Costa Rica a la OCDE significa que el país debe cumplir con altos estándares, pero al mismo tiempo mejora su competitividad y se convierte en un destino atractivo para la inversión extranjera. Otro factor clave que tiene Costa Rica es el talento humano, hay disponibilidad de mano de calificada para distintos puestos (Abellán, 2020). Además, el país está comprometido con el desarrollo sostenible, como mejorar la calidad de vida de los costarricenses, que es un aspecto que algunas empresas toman en cuenta para invertir en Costa Rica.

COMEX (2022), en su página web, cuenta con las cifras de la IED de Costa Rica con respecto a cuánto se recibió desde el 2007 hasta el 2018. En el gráfico se puede detallar que no hay un patrón constante, sino que este fluctúa entre años. La mayor cifra recibida se presentó en el 2014

con un monto de 2926,6 millones de dólares, mientras que el año con menor número de 1443,9 millones de dólares fue el 2009, luego de este año se dio un aumento en los próximos años.

**Figura 5. IED recibida en Costa Rica entre 2007-2018**



Nota: COMEX (2022)

En Costa Rica una de las entidades privadas más importantes en el ámbito de Inversión Extranjera Directa, sin dudarlo, es CINDE, que es una entidad sin fines de lucro que entre los principales objetivos tiene alcanzar una productividad sostenible e impulsar la inversión con propósito, además esta trabaja con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). CINDE (2019) indica que:

Tener 6,5% de la biodiversidad mundial asombra a más de uno desde el momento que pone un pie en suelo costarricense. Precisamente, los recursos naturales son uno de los aspectos que más impresionó al jurado que evaluó a Costa Rica entre 51 países, catalogándolo como el segundo mejor destino global en la estrategia para la atracción de inversión extranjera directa (IED) en turismo, antecedida solamente por Australia. (párr. 1)

Se trata del *ranking* más reciente “Los destinos turísticos del futuro de la IED 2019/2020” de la revista fDi Intelligence, una división del prestigioso medio Financial Times, publicado en la edición diciembre 2019/ enero 2020. La evaluación también reconoce las prácticas de sostenibilidad de Costa Rica, los esquemas de entrenamiento, así como la labor de la agencia de promoción de inversión de Costa Rica, CINDE, para atraer inversión al país. (párr. 1)

### Cadenas globales de valor en Costa Rica

Como se ha mencionado anteriormente, el concepto ha sido poco desarrollado en el país, a esto el Banco Central de Costa Rica (BCCR) (2021), presenta el informe llamado “Costa Rica: Participación en Cadenas Globales de Valor”. Este se desarrolla con los años 2016-2017, se menciona que no existen estudios previos, así como tampoco se contaba con una cuantificación en la participación del país en las CGV. Parte de los resultados se presentan en la siguiente imagen.

**Figura 6. Resultado de la participación del Costa Rica en CGV 2016-2017**



Nota: BCCR (2021)

En la imagen anterior se puede apreciar que gracias a la participación en CGV para la parte de comercialización de producto, se observa que el Producto Interno Bruto (PIB) del país tiene un aumento significativo, y si se compara entre 2016 y 2017 también se presenta un crecimiento, mismo comportamiento que las exportaciones. Un factor a destacar es el impacto que tiene en el empleo, en el seguimiento imagen se procede analizar el caso de los servicios.

**Figura 7. Resultado de la participación del Costa Rica en CGV 2016-2017**

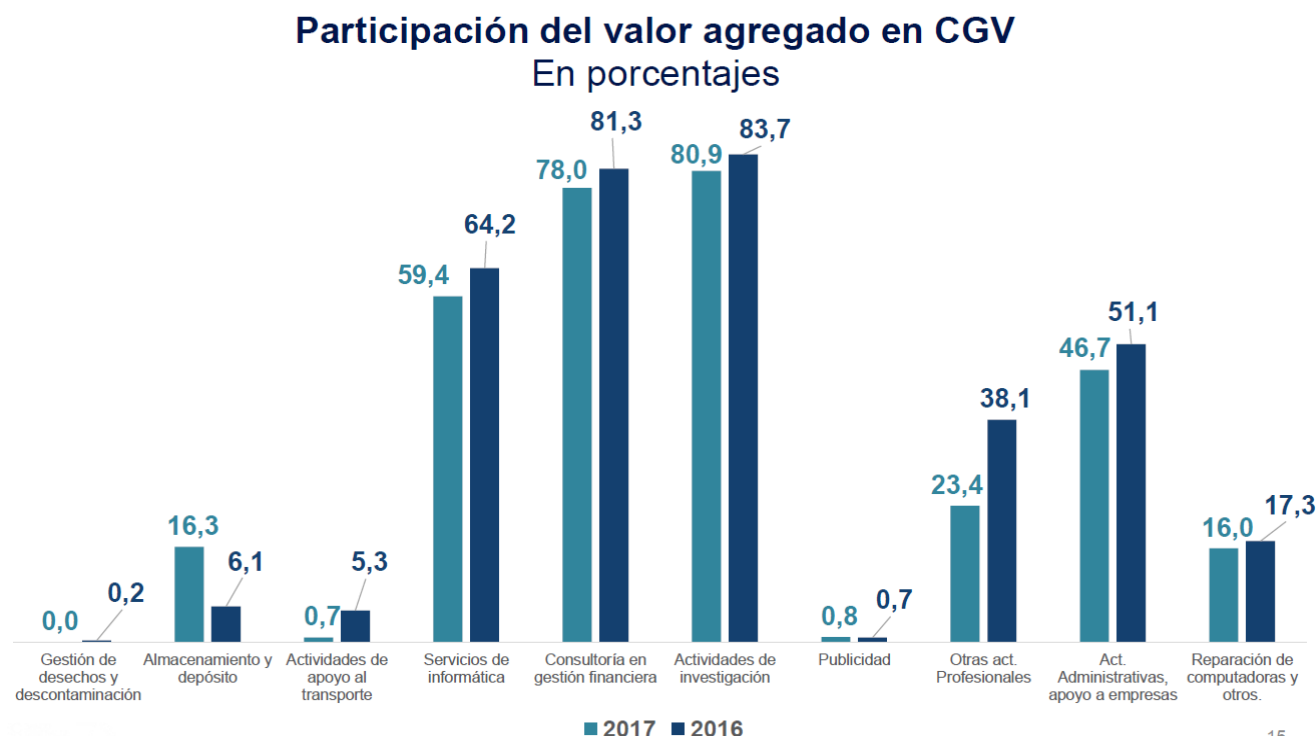


Nota: BCCR (2021)

En la imagen anterior se aprecia que se da el mismo comportamiento que con los productos; hay incrementos en el PIB de 0.2 %, exportaciones con 0.6 % y el empleo con 0.3 %, comparando el 2016 con el 2017. Además, se puede comparar el comportamiento entre los productos y servicios, es decir, entre la figura 5 y 6 y se logra observar que el movimiento de los productos es claramente más dinámico y con mayor crecimiento que el sector de servicios.

Otro dato importante para destacar y que forma parte de los resultados del informe es la participación del valor agregado en las CGV. La siguiente imagen detalla las diferentes aéreas donde se aplicó valor agregado tanto en productos como en servicios para el 2016 y 2017, las áreas de mayor participación son las actividades de investigación, consultorías de gestión financiera y servicios de informática, teniendo en cuenta que en estas tres en el 2016 hubo mayor participación que en el 2017.

**Figura 8. Participación del valor agregado en CGV**



Nota: BCCR (2021)

### **Régimen de zonas francas**

Las zonas francas son conocidas por los beneficios que los países ofrecen a las empresas en este tipo de régimen, los cuales pueden ir de lo tributario y exención de pago de derechos de importación y exportación. Ocampo (2018) presentó el informe llamado “Consideraciones sobre las regulaciones aplicables en Centroamérica al intercambio comercial de las mercancías producidas en el Régimen de Zona Franca”, en el cual indica que:

Las mercancías producidas bajo los regímenes de zona franca de los países centroamericanos son de vital importancia para la economía regional por su aporte

a la producción, su valor agregado y la diversificación de destinos comerciales que han propiciado en cada país. Por esta razón, contar con marcos legales claros y uniformes en este esquema es fundamental para continuar avanzando en el desarrollo económico de los países involucrados. (p. 5)

Como parte de los principales resultados presentados en el informe que se menciona, está la importancia de considerar el crecimiento de la región que es constante cada año, y con ello la implementación de las zonas francas se convirtió en un impulso para el desarrollo económico, así como una fuente de empleo y que, a pesar de significar para la economía las mercancías producidas en este régimen, no tendrán tratamiento arancelario diferenciado.

### ***Zonas francas en Costa Rica***

Costa Rica ha desarrollado diversos planes para la atracción de IED al país, entre ellos están las zonas francas, se crea un atractivo ofreciendo beneficios a cambio de un porcentaje de inversión mínimo. Para el control y regularización de este régimen se designó a PROCOMER como la entidad encargada y además posee la Ley del Régimen de Zonas Francas la cual es la numero 7210, en la cual se estipula en el Artículo I:

El Régimen de Zonas Francas es el conjunto de incentivos y beneficios que el Estado otorga a las empresas que realicen inversiones nuevas en el país, siempre y cuando cumplan los demás requisitos y las obligaciones establecidas en esta ley y sus reglamentos. El reglamento determinará qué se entenderá por inversiones nuevas en el país. Las empresas beneficiadas con este Régimen se dedicarán a la manipulación, el procesamiento, la manufactura, la producción, la reparación y el mantenimiento de bienes y la prestación de servicios destinados a la exportación o reexportación, excepto lo previsto en los artículos 22 y 24 de esta ley. El lugar donde se establezca un grupo de empresas beneficiadas con este Régimen se denomina "zona franca" y será un área delimitada, sin población residente, autorizada por el Poder Ejecutivo para funcionar como tal. (párr. 1)

En Costa Rica hay organizaciones que velan por hacer valer la ley, regularla y ofrecer cooperación para la creación de nuevas zonas francas, así como el mantenimiento de las ya existentes, esto debido a que este régimen es uno de los principales atractivos para la IED y las CGV, debido a las oportunidades y beneficios que el país ofrece al ser parte de las zonas francas. Con respecto a esto Sauve, S. (2020), publicó en su blog que

Para el cierre del 2018, Costa Rica reportó 375 empresas de zona franca activas, 44 más que la cifra reportada en el último informe. El 52% de los beneficiarios del régimen corresponde al sector de servicios, 13% a manufactura de equipo de precisión y médico y el resto a otras industrias. (párr. 2)

### *Zonas francas de Costa Rica y los TLC*

CEPAL (2018), en el informe llamado “Consideraciones sobre las regulaciones aplicables en Centroamérica al intercambio comercial de las mercancías producidas en el régimen de zona franca”, hace un análisis sobre los tratados relevantes de la región entre ellos, el tratado de libre comercio entre Costa Rica y la Comunidad de Estados del Caribe. Allí indica que “este acuerdo comercial señala en el Artículo III.04 que las mercancías producidas bajo el régimen de zonas francas estarán sujetas al trato de nación más favorecida (tasa NMF) cuando sean importadas al territorio de la otra parte” (p. 43).

## **Comercio internacional**

El concepto de comercio internacional se ha venido transformando a lo largo de la historia, al hablar de comercio se debe indicar los inicios en la revolución industrial, así como mencionar el mercantilismo y el librecambismo, ya que estos fueron los cimientos del comercio como tal y ha evolucionado al punto de ser lo que es hoy en día. La Organización de Estados Americanos en su sitio indica lo siguiente sobre el comercio internacional:

El comercio internacional se inició con el tráfico de especies, oro, plata y piedras preciosas, desde que existe el transporte y los mercaderes, pero fue con la revolución

industrial (que trajo el motor a vapor, los medios de transporte y de producción masivas), que logró una escala continental e intercontinental. Con ello, se transformaron las estructuras, los sistemas y las formas de producción en cada país y en cada área económica existente en el mundo. Cambió no sólo el ámbito económico sino también el ámbito político, social y cultural de los pueblos. (párr. 2)

Se pueden encontrar múltiples conceptos sobre que es el comercio internacional, desde definiciones simples de dentro de un país como lo es intercambio de bienes, a definiciones de carácter económico, abarcando desde el tipo de cambio, acuerdos comerciales, así como las medidas proteccionistas que una economía abierta al intercambio debe considerar. Nanoc, (2016) lo define de la siguiente manera:

El comercio internacional se define como toda aquella actividad económica en la que personas o empresas de diferentes países, realizan un intercambio de productos o servicios. Dicha actividad económica involucra la compra, venta o el intercambio de productos y servicios, en diferentes monedas, así como métodos de pago. Como consecuencia de la liberalización comercial, los intercambios internacionales se han incrementado. (párr. 1)

Con la realidad vivida desde el inicio de la pandemia por COVID-19, el comercio internacional a nivel mundial se vio impactado gravemente en muchos de los aspectos que lo rodean, tales como transporte, logística, aduanas, cadenas de valor, y el intercambio en muchos países se vio frenado, limitado o restringido. La Organización Mundial del Comercio (OMC) (2021), presenta la noticia titulada “El comercio mundial listo para una recuperación sólida, aunque desigual, después de la pandemia de COVID-19”, en la cual indica:

Las perspectivas para una pronta recuperación del comercio mundial han mejorado tras una expansión del comercio de mercancías más rápida de lo previsto en el segundo semestre del último año. Según nuevas estimaciones de la OMC, se prevé que el volumen del comercio mundial de mercancías aumente un 8,0% en 2021

después de haber disminuido un 5,3% en 2020, continuando la recuperación del colapso inducido por la pandemia, desde los mínimos registrados en el segundo trimestre del año pasado. (párr. 1)

### Entidades influyentes internacionales

El comercio internacional se rige bajo reglas, constituciones y cuenta con entidades que se encargan de regular, gestionar cooperación y facilidades, supervisar y demás funciones necesarias para el correcto funcionamiento del comercio. Estas organizaciones empiezan a surgir a mediados del siglo XX, y el Centro Europeo de Post Grado (CEUPE) (2018) define los principales organismos económicos internacionales en la siguiente imagen:

**Figura 9. Principales organismos económicos internacionales**

| <b>Principales organismos económicos internacionales:</b> |                     |                 |
|-----------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|
| <u>ORGANISMO</u>                                          | <u>SEDE</u>         | <u>CREACIÓN</u> |
| ● FMI                                                     | ● Washington        | ● 1944          |
| ● BIRD                                                    | ● Washington        | ● 1944          |
| ● OECE                                                    | ● París             | ● 1948          |
| ● GATT                                                    | ● Ginebra           | ● 1948          |
| ● CEPAL                                                   | ● Santiago de Chile | ● 1948          |
| ● OCDE                                                    | ● París             | ● 1961          |
| ● UNCTAD                                                  | ● Ginebra           | ● 1964          |
| ● PNUD                                                    | ● Nueva York        | ● 1965          |
| ● OMC                                                     | ● Ginebra           | ● 1995          |

Nota: CEUPE (2018)

En la imagen anterior se mencionan varias instituciones que fueron claves en un momento de la historia, pero que actualmente ya no existen o se transformaron, entre los principales actuales se mencionan el Fondo Monetario Internacional (FMI), Comunidad para Estados del Caribe y Latinoamérica (CEPAL), Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización Mundial del Comercio (OMC).

## **CEPAL**

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) fue establecida el 25 de febrero de 1948 y es una entidad de comercio internacional influyente para Costa Rica, así como los países latinoamericanos y del Caribe; además, es de las cinco comisiones de las Naciones Unidas y cuenta con dos sedes, una ubicada en México y la otra, en el Caribe. Algunos mandatos y misiones se indican en su página web:

- Presta servicios sustantivos de secretaría y documentación a la Comisión y a sus órganos subsidiarios.
- Realiza estudios, investigaciones y otras actividades de apoyo de conformidad con el mandato de la Comisión.
- Promueve el desarrollo económico y social mediante la cooperación y la integración a nivel regional y subregional.
- Recoge, organiza, interpreta y difunde información y datos relativos al desarrollo económico y social de la región.
- Presta servicios de asesoramiento a los gobiernos a petición de éstos y planifica, organiza y ejecuta programas de cooperación técnica.

La CEPAL es parte de las instituciones dedicadas a la investigación de ámbitos como comercio, exportaciones, importaciones, desarrollo económico, para todos los estados miembros, así como para funcionar como colaboradores y facilitadores. Igualmente hacen un fuerte trabajo en conseguir la integración económica, buscando mejoras en aspectos como estructura de logística y movilidad, cadenas de valor, unión aduanera, cambio climático, integración financiera, entre otros aspectos.

## OMC

La Organización Mundial del Comercio (OMC) fue establecida el 1 de enero de 1995. Su página web indica que esta “puede verse desde distintas perspectivas. Es una organización para la apertura del comercio. Es un foro para que los gobiernos negocien acuerdos comerciales”. Esta es una de las importantes y destacadas para el comercio internacional.

Entre las funciones indicadas en el sitio web de la organización se encuentran las siguientes:

- Administra los acuerdos comerciales de la OMC
- Foro para negociaciones comerciales
- Trata de resolver las diferencias comerciales
- Supervisa las políticas comerciales nacionales
- Asistencia técnica y cursos de formación para los países en desarrollo
- Cooperación con otras organizaciones internacionales

Entre las funciones anteriores se puede resaltar el papel que tiene esta entidad en temas vitales para el funcionamiento del comercio mundial, como la cooperación internacional, fungir como ante de arbitraje y mediación en los conflictos y los múltiples aportes a investigaciones. Costa Rica es parte de los países miembros de este organismo, donde el encargado de trabajar en conjunto con la OMC es el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX), entidad que en su sitio web indica:

La participación de Costa Rica en el sistema multilateral del comercio ha sido la columna vertebral de su política comercial. En virtud de que las normas de la OMC han sido fundamentales para el crecimiento constante y la previsibilidad del comercio internacional, Costa Rica ha mantenido una participación activa basada en un liderazgo constructivo, que incluye varios esfuerzos hacia la modernización de la OMC y la recuperación de su capacidad para crear consenso. (párr. 1)

El país ha acudido a la ayuda de la OMC para la resolución de casos o diferencias a nivel internacional. La OMC (2021) publicó una noticia titulada “Costa Rica inicia ante la OMC una diferencia contra la República Dominicana por los derechos sobre las barras de acero”, que trató sobre las medidas *antidumping* impuestas por República Dominicana a Costa Rica sobre las importaciones de una mercancía en específico y da a conocer la importante labor y responsabilidad que tiene el organismo sobre el comercio mundial por las resoluciones de discrepancias.

### **Banco Mundial**

El Banco Mundial es una organización conformada por 189 países y está enfocado en dos misiones: la primera, poner fin a la pobreza extrema y la segunda, promover la prosperidad compartida. Esta institución es vital para los países en vías de desarrollo. Este está integrado por cinco instituciones: el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF), la Asociación Internacional de Fomento (AIF), la Corporación Financiera Internacional (IFC), el Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones (MIGA) y el Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (CIADI). La entidad, en su sitio web, ofrece el acceso a estadísticas y data sobre varios indicadores de los países. Para Costa Rica en la imagen se muestra el crecimiento anual del PIB entre el 2010 y el 2020, donde se ve cómo el PIB del país ha caído, pero desde el 2018 ha tenido un decrecimiento severo cerrando en el 2020 con un -4.1 % cuando en el 2018 era un 5.4 %.

**Figura 10. Crecimiento anual del PIB en porcentaje**



Nota: Banco Mundial (2022)

## FMI

El Fondo Monetario Internacional (FMI) en el sitio web oficial indica que es el ente encargado de promover la cooperación monetaria internacional. Esta organización la integran 184 países miembros, es bastante escuchada en los países y en Costa Rica no es la excepción, como publica la entidad en el sitio web su fin primordial es evitar la crisis en los sistemas financieros, incentivar a los países miembros a optar por políticas económicas adecuadas y ofrecer un financiamiento temporal para que puedan tener una estabilidad en la balanza de pagos.

### *Fondo Monetario Internacional y Costa Rica*

Durante el 2022 y lo que se lleva del presente año el pueblo costarricense se vio involucrado con los criterios sobre el acuerdo que el expresidente, Carlos Alvarado, quería firmar con FMI, lo cual causó tensión a nivel nacional por el desenlace con opiniones a favor y en contra de hacer la

firma oficial, sin embargo, después de negociaciones se llevó a una decisión. El Financiero (2022) indica:

El directorio ejecutivo del Fondo Monetario Internacional (FMI) aprobó este viernes 25 de marzo el desembolso de \$284 millones (206,23 millones derechos especiales de giro DEG) para Costa Rica, luego de realizar una primera y segunda revisión del programa de reforma económica que fue acordado entre nuestro país y dicho organismo. De acuerdo al comunicado oficial del FMI, con esta autorización, los desembolsos totales en el marco del acuerdo del Servicio Ampliado del FMI (SAF) ascienden a \$569 millones. (párr.1 y 2)

### ***CARICOM***

La Comunidad del Caribe (CARICOM) es una organización que busca el fortalecimiento de las relaciones en la región del Caribe. Según indica en el sitio web fue fundado en 1973 con el Tratado de Chaguaramas y sustituyó a la Asociación Caribeña de Librecomercio que había sido creada en 1965; actualmente se encuentran los siguientes estados miembro:

- Antigua y Barbuda
- Bahamas
- Barbados
- Belice
- Dominicana
- Granada
- Guatana
- Haití
- Jamaica
- Montserrat
- Santa Lucía
- Saint Kitts y Nevis
- San Vicente y las Granadinas

- Surinam
- Trinidad y Tobago

Además, en el sitio oficial de la institución indican que como miembros asociados están Anguila, Islas Bermudas, islas Vírgenes Británicas, Islas Caimán e Islas Tucas y Caicos, y que las aéreas de enfoque son la agricultura, crimen y seguridad, cultura, educación, energía, medio ambiente y desarrollo sostenido, y política exterior y relaciones comunitarias, genero, negociaciones comerciales, entre otras.

## **SIECA**

La Secretaría de Integración Centroamericana (SIECA) en su página web se define como “órgano técnico y administrativo del Proceso de Integración Económica Centroamericana, con personalidad jurídica de derecho internacional” (párr. 1). Entre las funciones que tiene esta organización está la generación de data para dar a conocer no solo el estado de la integración centroamericana, sino que también se encuentra al tanto de las situaciones de cada país miembros y de los aliados y socios comercial, tiene un programa de monitoreo de comercio en el 2022.

SIECA es parte de las entidades que proporcionan información sobre el estado de las regiones y países, para dar una herramienta de conocimiento, tal y como es el estudio publicado sobre el impacto que tuvo la pandemia por COVID-19 en los países. Derivado de este reporte del tercer trimestre 2021, SIECA (2021) obtuvo las siguientes conclusiones principales:

- Crecimiento de las exportaciones regionales, con un crecimiento interanual de 28%
- Ese crecimiento responde al dinamismo que se presentó en las exportaciones hacia socios comerciales como China, Japón, Corea del Sur y México
- Entre los principales exportadores de la región se encuentran Guatemala, El Salvador y Costa Rica como el top 3 de mayor participación

## Exportaciones

Las exportaciones hoy en día son el motor de muchas de las economías a nivel mundial, son parte de los indicadores monitoreados para conocer cómo se comportan las relaciones entre los países y las regiones económicas, pero al hablar de exportaciones se debe entender el concepto de exportar que va ligado con el de comercio internacional, en términos simples el Blog Reino Aduanero (2022) indica

Hoy en día el significado de exportar es enviar o vender un producto, bien, bienes intermedios o servicios a un país extranjero donde lo espera un comprador, cumpliendo las normas nacionales de cada país, así como los estatutos de las instituciones globales que rigen esta actividad. Muy importante es dominar el paso por las aduanas, el despacho aduanero, y el pago de aranceles. (párr. 1)

PROCOMER (2022) en el sitio web ofrece diverso contenido disponible al alcance de las partes interesadas. Entre la información que brinda tiene datos básicos del país, un segmento especial para los interesados en importar producto local, así como también un portal estadístico donde se muestran los movimientos que ha tenido en exportaciones e importaciones. Tiene además una lista de los pasos que se deben realizar para conseguir una exportación, los cuales se detallan a continuación:

- Asesoramiento
- Capacitación
- Investigación
- Trámites de exportación
- Logística
- Actividades de promoción
- Negociación
- Exportación

Son ocho resumidos pasos que van desde asesorarse sobre el mercado, la competencia, los productos, la cultura, capacitación sobre el proceso y requisitos, investigación de herramientas y los procesos, consultar sobre los trámites de exportación, conocer la logística adecuado, promocionar los servicios y/o productos previamente para ver la reacción del mercado, negociar los compradores potenciales para por fin llegar a concluir una exportación de forma exitosa.

## **Exportaciones de Costa Rica**

Para Costa Rica las exportaciones han sido impactadas por un cambio en la oferta exportadora durante el paso del tiempo. La Presidencia de la República (2021) publicó una noticia titulada, “Costa Rica rompe récord en las exportaciones de bienes”, en esta se da a conocer el desempeño de las exportaciones al cierre de noviembre 2021, que presentó un crecimiento de un 25 % en comparación con el mismo bloque del 2020. Además, la Presidencia de la República (2021) indicó,

Este récord se presenta gracias a que todos los sectores presentan un desempeño positivo, la mayoría de ellos crece a doble dígito. Equipo de precisión y médico – sector que lidera las exportaciones de bienes de Costa Rica con una participación de 36%– presenta un crecimiento de +36% llegando a la cifra de \$4.786 millones, el sector agrícola crece un 6% y suma \$2.779 millones en envíos al exterior. La industria alimentaria incrementó sus exportaciones en +26%, químico farmacéutico +9%, eléctrica y electrónica +40%, metalmecánica +69%, plástico +27%, pecuario y pesca +9% y caucho +33%. (párr. 2)

Ahora bien, PROCOMER (2021) presenta el reporte del cierre de exportaciones de servicios para el I trimestre 2021, donde indica que se presentó una baja del 34 % en las exportaciones, esto atribuido a la pandemia por COVID-19 y la limitante de que esta pandemia género en el sector de viajes, además indica, “viajes ha tenido una caída de 60 % -efecto ocasionado por la crisis por Covid19, transporte un -5 %, servicios de transformación un -1 %, servicios financieros un +3 %, mantenimiento y reparación un -1 % y los demás servicios un -14 %” (párr. 10).

## Importaciones

Mones (2020) brinda una definición sobre que es importar: “En la economía la importación es el traslado de bienes y servicios del extranjero. Primordialmente esta actividad depende de dos agentes, el que requiere el producto o servicio y el que lo brinda o lo fabrica” (párr. 1), concepto ligado a las exportaciones y también al comercio internacional son actividades interrelacionadas.

### Importaciones en Costa Rica

COMEX (2021) en la siguiente imagen refleja el comportamiento que ha tenido el país en las importaciones desde el 2007 al 2020, donde se puede ver que no es estándar, así como hay años donde se ha presentado crecimiento, se aprecian otros donde decrecieron. Tal es el ejemplo del 2020, año el cual cerró con -9.6 %. También se puede observar que el año con más crecimiento fue el 2008 y el de más decrecimiento fue 2009.

**Figura 11. Costa Rica, importaciones 2007-2020**

| Costa Rica: Importaciones Totales<br>2007 - 2020 |                                |                               |
|--------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| Año                                              | Importaciones<br>millones US\$ | Tasa anual<br>crecimiento (%) |
| 2007                                             | 10.706,6                       | -                             |
| 2008                                             | 13.027,3                       | 21,7%                         |
| 2009                                             | 9.579,8                        | -26,5%                        |
| 2010                                             | 11.544,9                       | 20,5%                         |
| 2011                                             | 13.827,5                       | 19,8%                         |
| 2012                                             | 14.915,2                       | 7,9%                          |
| 2013                                             | 15.088,5                       | 1,2%                          |
| 2014                                             | 15.561,7                       | 3,1%                          |
| 2015                                             | 14.746,1                       | -5,2%                         |
| 2016                                             | 15.230,9                       | 3,3%                          |
| 2017                                             | 15.917,3                       | 4,5%                          |
| 2018                                             | 16.569,4                       | 4,1%                          |
| 2018                                             | 16.028,5                       | -3,3%                         |
| 2020                                             | 14.492,4                       | -9,6%                         |

Nota: COMEX (2021)

A su vez el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) (2021) presenta las estadísticas preliminares para el cierre 2021, donde menciona el estado del comercio en Costa Rica. Presenta la siguiente imagen donde indica las importaciones por socio comercial, como ha sido a lo largo de los años Estados Unidos y China se presentan como los países de los cuales se importaron la mayor cantidad de bienes durante el 2021.

**Figura 12. Valor importado por socio comercial en el 2021**

**Costa Rica. Valor de las importaciones en dólares y distribución porcentual, según principales países, 2021**

| Países                         | Valor                 | Porcentaje    |
|--------------------------------|-----------------------|---------------|
| <b>Importaciones</b>           | <b>22 255 173 659</b> | <b>100,00</b> |
| Estados Unidos                 | 9 490 008 331         | 42,64         |
| China                          | 3 026 674 852         | 13,60         |
| México                         | 1 175 034 441         | 5,28          |
| Malasia                        | 872 223 131           | 3,92          |
| Guatemala                      | 503 119 228           | 2,26          |
| Japón                          | 438 694 619           | 1,97          |
| Brasil                         | 401 628 367           | 1,81          |
| Panamá                         | 394 734 732           | 1,77          |
| Alemania                       | 394 133 580           | 1,77          |
| España                         | 344 623 582           | 1,55          |
| Los demás países <sup>1/</sup> | 5 214 298 796         | 23,43         |

Nota: INEC (2021)

## **Balanza comercial**

La balanza comercial es parte de los indicadores macroeconómicos de los países para medir y tener conocimiento de cómo se comporta las exportaciones e importaciones con los aliados comerciales. Se puede ver la balanza en términos globales, así como también se puede manejar una balanza por socio comercial para detectar los déficit y superávit y tener una clasificación de estos, el Banco Santander (2022), en su página web, define que es una balanza comercial de la siguiente manera:

La balanza comercial es un indicador que mide la relación entre las exportaciones y las importaciones de un país en un determinado periodo. La balanza comercial no

incluye los servicios prestados a o desde otros países ni tampoco los movimientos de capitales. La diferencia entre exportaciones e importaciones es el saldo de la balanza comercial de un país, que puede ser de: superávit comercial y déficit comercial. (párr. 1)

Para el caso de Costa Rica la balanza comercial se podría analizar por socio comercial, que da resultados en gran parte negativos. El diario de economía Expansión (2020) detalló con la siguiente imagen la situación de la balanza comercial para el país, desde el 2010 hasta el 2020, cuando se realiza el corte la balanza comercial. Ha sido cada año negativo, pues presenta un déficit comercial, es decir, las importaciones que se realizan son mayores a las exportaciones.

**Figura 13. Balanza comercial de Costa Rica**

| Costa Rica - Balanza comercial |                   |                   |                         |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------------|
| Fecha                          | Balanza comercial | Tasa de cobertura | Balanza comercial % PIB |
| 2020                           | -2.423,5 M€       | 81,47%            | -4,44%                  |
| 2019                           | -5.235,4 M€       | 66,65%            | -9,10%                  |
| 2018                           | -5.880,1 M€       | 62,03%            | -11,12%                 |
| 2017                           | -5.335,3 M€       | 64,11%            | -9,94%                  |
| 2016                           | -4.603,3 M€       | 67,03%            | -8,65%                  |
| 2015                           | -6.175,5 M€       | 57,90%            | -12,13%                 |
| 2014                           | -4.711,3 M€       | 64,25%            | -12,02%                 |
| 2013                           | -5.004,9 M€       | 63,33%            | -13,04%                 |
| 2012                           | -4.792,4 M€       | 65,00%            | -13,04%                 |
| 2011                           | -4.174,6 M€       | 64,17%            | -13,57%                 |
| 2010                           | -3.108,9 M€       | 69,63%            | -10,93%                 |

Nota: Expansión (2020)

## Transporte internacional

Se sabe que el transporte internacional es uno de los factores claves en cualquier proceso de comercialización tanto para exportar como para importar y es un aspecto que se determina por temas de costos, Incoterm, negociaciones, entre otros. Se trata de una parte fundamental dentro de

la cadena de suministros de cualquier mercancía, el éxito en el transporte internacional de carga puede definir el éxito en la comercialización. Al respecto, Mise (2022) indica:

La etimología de la palabra transporte implica un concepto de “traslado”, bien sea de personas o de cosas, si el transporte se realiza sin cruce de fronteras, tenemos el transporte interior o nacional, en caso contrario el internacional. El transporte internacional de mercancías es el traslado de las mismas de un punto A, situado en un cierto país, hasta un punto B, situado en un país distinto, efectuado de tal forma que la mercancía llegue a su destino en las condiciones de contrato. (párr. 1)

## **Acuerdos comerciales**

Los acuerdos comerciales son comunes entre las regiones y países que cuentan con economías abiertas. La OMC, en su sitio web, indica que “el número y el alcance de los acuerdos comerciales regionales (ACR) han aumentado a lo largo de los años, y se ha registrado un aumento considerable de grandes acuerdos plurilaterales” (párr. 1). Existen diversos tipos de acuerdos comerciales, entre los más comunes son los Tratados de Libre Comercio (TLC), los cuales se detallan a continuación.

### **Tratados de libre comercio**

Son acuerdos comerciales utilizados entre dos o más países o regiones para obtener beneficios mutuos, con el fin de impulsar las relaciones comerciales entre los miembros participantes y con esto lograr tener un intercambio de bienes y servicios favorable. El Ministerio de Economía y Finanzas de Perú (2022) define un tratado de libre comercio (TLC) de la siguiente manera:

Un tratado de libre comercio (TLC) es un acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. A fin de profundizar la integración económica de los países firmantes, un TLC

incorpora además de los temas de acceso a nuevos mercados, otros aspectos normativos relacionados al comercio, tales como propiedad intelectual, inversiones, políticas de competencia, servicios financieros, telecomunicaciones, comercio electrónico, asuntos laborales, disposiciones medioambientales y mecanismos de defensa comercial y de solución de controversias. Los TLC tienen un plazo indefinido, es decir, permanecen vigentes a lo largo del tiempo por lo que tienen carácter de perpetuidad. (párr. 1)

### *Tratados de Libre Comercio en Costa Rica*

COMEX (2022) indica en su sitio web que existen tres tipos de acuerdos comerciales, los unilaterales, bilaterales y multilaterales. Entre las principales importancias que tienen los TLC se puede mencionar el acceso a productos, servicios y tecnología, aumento de la productividad y la competitividad de la economía de los países, permitiendo así crecimiento económico y un dinamismo en los mercados internacionales.

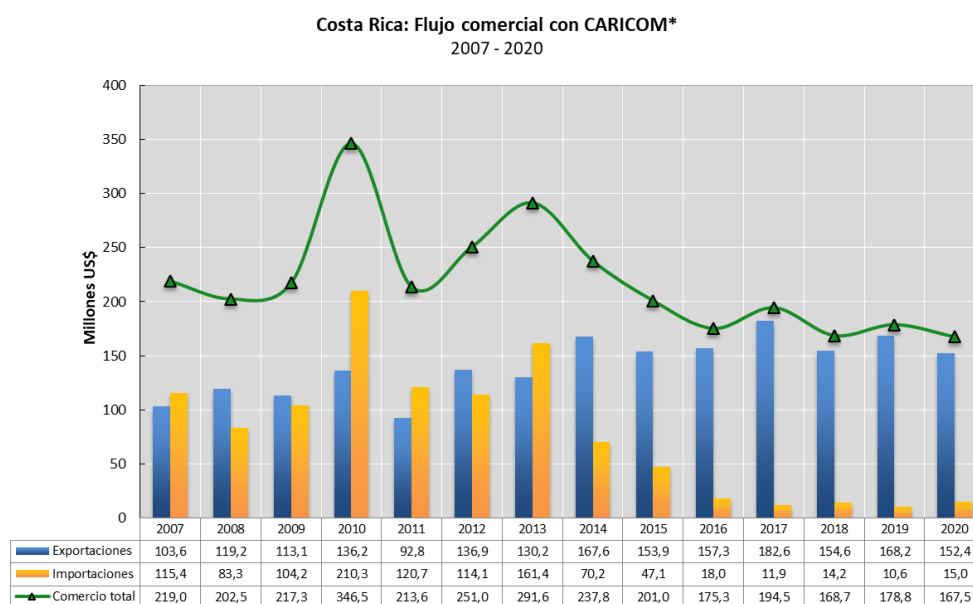
Costa Rica actualmente cuenta con los siguientes TCL según la página web de COMEX: Acuerdo con la Asociación Europea de Libre Comercio, CAFTA, Canadá, CARICOM, Centroamérica, Chile, China, Colombia, Corea, México, Panamá, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Singapur y con La Unión Europea, permitiendo al país gozar con los beneficios que cada acuerdo le ganara a las partes involucradas, algunos son de carácter multilateral así como otros se encuentra de forma bilateral, también se tiene varios acuerdos en proceso como lo es la Alianza del Pacífico y el Acuerdo sobre Cambio Climático, Comercio y Sostenibilidad.

### *Tratado de Libre Comercio Entre Costa Rica y el CARICOM*

Este TLC entró en vigor el 15 de noviembre de 2005, ley No. 8455 del 19 de septiembre de 2005, publicada en el Alcance No.36 de la Gaceta No. 193 del 7 de octubre de 2005. COMEX (2022) indica que las “negociaciones para la suscripción del Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y CARICOM iniciaron en septiembre de 2002 y concluyeron con la firma de este acuerdo en marzo de 2004” (párr. 2).

En la imagen siguiente se presenta el intercambio comercial que se ha dado entre Costa Rica y el CARICOM del 2007 al 2020, se puede observar que el auge del intercambio se da en el 2010 presentado cifras de 346,5 millones de dólares, luego de este año se presenta un decrecimiento de la relación comercial hasta el 2020 con la cifra más baja del periodo con 167,5 millones de dólares. Además, a partir del 2013 las importaciones sufren una caída significativa cerrando en el 2020 con 15 millones de dólares, mientras que las exportaciones sufran un fenómeno de crecimiento sostenido cerrando en el 2020 con 152,4 millones de dólares.

**Figura 14. Flujo comercial con CARICOM entre 2007 a 2020**

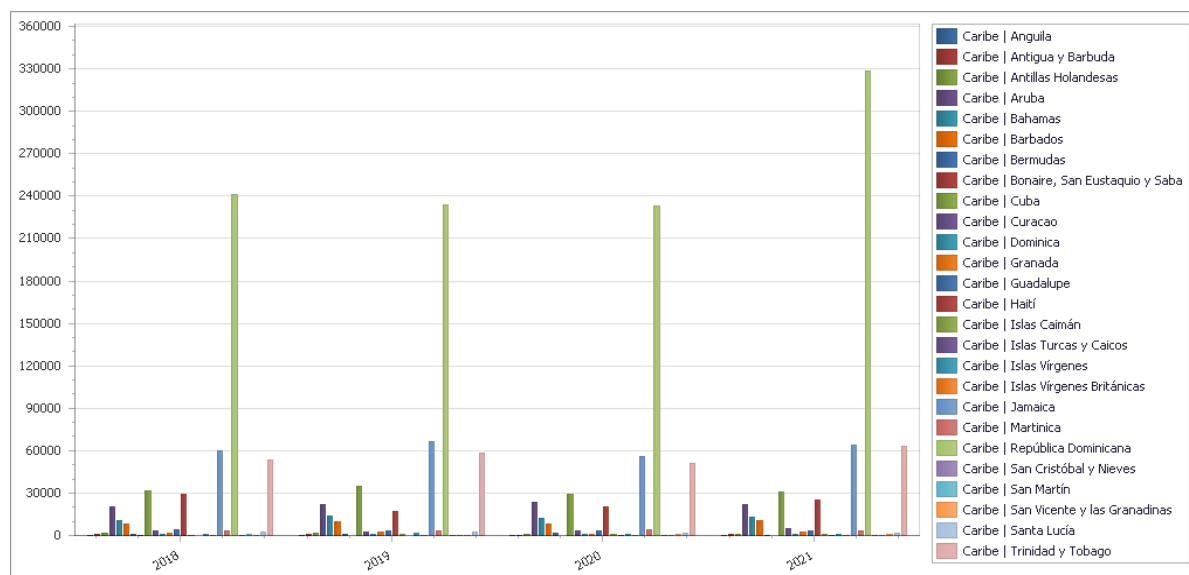


Nota: COMEX (2020)

Además, PROCOMER (2022), en la imagen siguiente, desglosa las exportaciones por país entre 2018 a 2020. Se puede observar que, de los países miembros del CARICOM, los principales para el destino de las exportaciones de Costa Rica son Bahamas, Barbados, Haití, Jamaica y Trinidad y Tobago, por lo tanto la relación comercial con la región se encuentra activa y se puede

considerar que se ha presentado crecimiento en las exportaciones hacia estos países del 2018 al 2021.

**Figura 15. Exportaciones de Costa Rica al Caribe del 2018 al 2021**



Nota: PROCOMER (2022)

## Comercio en Costa Rica

Costa Rica es un país con una economía abierta, que inició los intercambios comerciales enfocados en productos agrícolas, sector en el cual se mantuvo por largos años y que le permitió posicionarse en el mercado centroamericano, estadounidense y, posteriormente, expandirse a otras partes del mundo. No obstante, en los últimos años el país se sometió a una diversificación de la oferta exportadora, y empezó a exportar y comercializar productos no tradicionales. Moya (2022) indica:

El aumento en las exportaciones se ve reflejado en todos los sectores de la economía, la mayoría de ellos, además, creciendo a doble dígito. (párr. 3)

El sector de Equipo de Precisión y Médico se mantiene a la cabeza como el principal sector en valor exportador con una participación del 34% y un crecimiento del 12% (\$85 millones más que en febrero del 2021). Fueron productos como agujas y catéteres (14%), otros dispositivos de uso médico (11%) y equipos de infusión y transfusión de sueros (19%), y los mayores responsables de este crecimiento. (párr. 4)

Con esto se puede ver que la oferta exportadora del país tiene cada vez más dinamismo, la industria de equipos, dispositivos médicos, la industria electrónica y eléctrica repuntan en la cabeza de las principales mercancías exportadas, cuando en tiempos anteriores el país era conocido por las exportaciones de producto agrícola. Sin embargo, en la actualidad, no se deja de lado la industria alimenticia, que sigue teniendo un crecimiento en el volumen.

COMEX (2022) rescata los principales destinos de exportación entre los cuales se encuentran todo el continente americano, Asia y el Caribe. Ahora bien, con respecto a las importaciones, el INEC (2022) da los resultados del cierre de las importaciones para el segundo trimestre 2021, donde detalla el *top* de productos importaciones, los cuales se aprecian en la siguiente imagen. Se ve que la principal mercancía importada son los circuitos eléctricos, seguidos por el diésel y partes y accesorios para maquinaria.

**Figura 16. Top de productos importados**

| Productos                                                                                                                      | Valor         |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|
|                                                                                                                                | Absoluto      | Relativo |
| Total de importaciones                                                                                                         | 5 615 343 961 | 100,00   |
| Circuitos integrados híbridos                                                                                                  | 326 764 838   | 5,82     |
| Diésel, con densidad no mayor a 0,87 kg/litro                                                                                  | 245 746 253   | 4,38     |
| Partes y accesorios de máquinas de la partida 84.71                                                                            | 185 627 906   | 3,31     |
| Gasolina súper. Ron mayor o igual a 94.00                                                                                      | 171 333 585   | 3,05     |
| Contenedores                                                                                                                   | 159 472 183   | 2,84     |
| Los demás productos                                                                                                            | 4 526 399 196 | 80,60    |
| 1/ La descripción del producto corresponde a la mayor desagregación del Sistema Arancelario Centroamericano (SAC): 12 dígitos. |               |          |

Nota: INEC (2022)

## Entidades influyentes nacionales

En el país hay varias instituciones encargadas de promover el comercio, la cooperación, dar facilidades, generar conocimiento y conciencia, que son un órgano vital para el comercio internacional del país, así como se encargan de supervisar y regular no solo al comercio, sino también a las partes interesadas y participantes de todo el proceso. Se detallan algunas de esas instituciones a continuación.

**Figura 17. Principales entidades nacionales**



Nota: CINDE (2022)

### ***PROCOMER***

La Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) es una de las entidades con mayor relevancia en temas de comercio internacional a nivel nacional, en su cargo tiene funciones de carácter vital, tal y como lo es la ventanilla única, los registros de los permisos para notas técnicas,

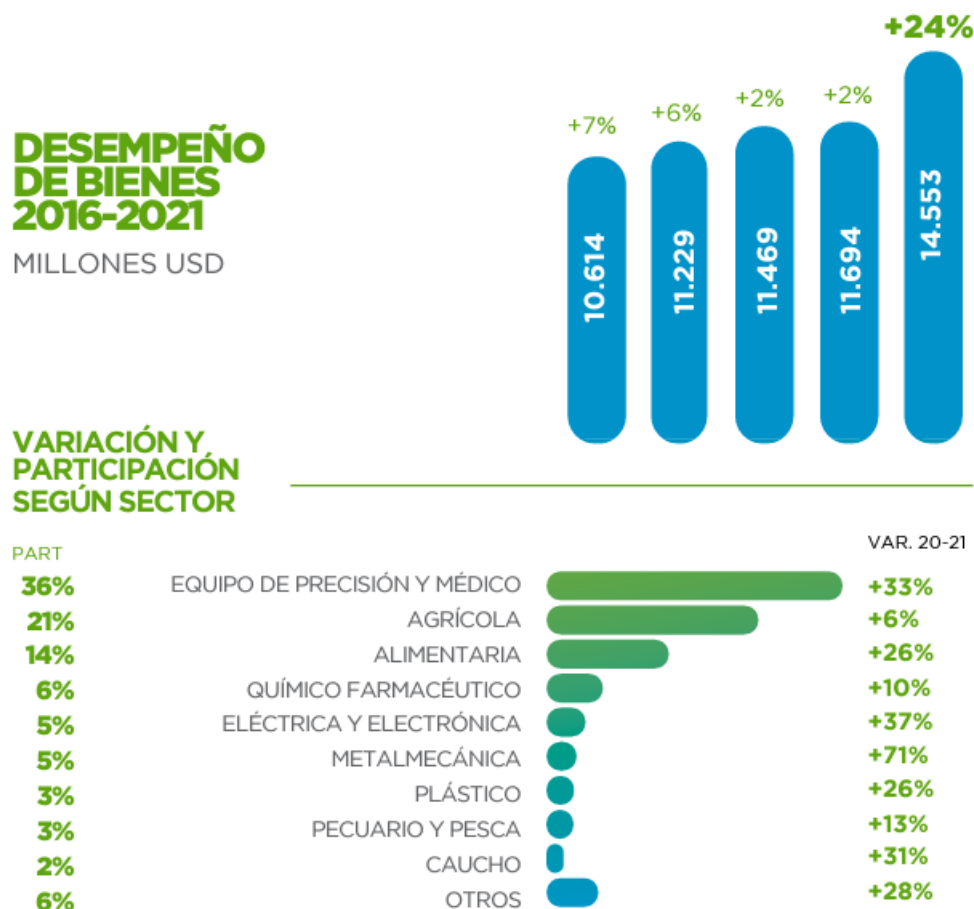
y el portal estadístico. Además, en la página web, se indica que “PROCOMER es la promotora de comercio exterior #1 del mundo” (párr.1) y agrega:

La Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) es una entidad pública de carácter no estatal, que tiene a su cargo la promoción de las exportaciones costarricenses. (párr. 1)

Fue creada en 1996, mediante Ley de la República N°7638, para asumir las funciones que -hasta ese momento- realizaban la Corporación de Zonas Francas de Exportación; el Centro para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CENPRO) y el Consejo Nacional de Inversiones. (párr. 2)

A nivel del cumplimiento de objetivos para el cierre del 2021 PROCOMER publica el informe llamado “Memoria 2021”, donde indica que para las exportaciones totales tuvieron un cumplimiento de la meta de un 105 % con una meta anual de 21.825 millones de dólares y el resultado final fue de 22.930 millones de dólares. De estas cifras en la imagen se puede apreciar el desempeño de los bienes del 2016 al 2021, el cual cerró con un crecimiento de un 24 %, así como la variación por tipo de mercancía entre los que destaca la industria de dispositivos médicos.

Figura 18. Desempeño de bienes 2016-2021



Nota: PROCOMER (2021)

### **CINDE**

La Coalición Costarricenses de Iniciativas de Desarrollo (CINDE) es la Agencia de Promoción de Inversiones de Costa Rica. Es una institución dedicada a la búsqueda de la inversión extranjera directa a Costa Rica y ha realizado un trabajo que ha sido premiado en varias ocasiones durante la trayectoria que tiene la entidad, así como también las estrategias innovadoras que utiliza fueron reconocidas entre los primeros lugares de excelencia. Según indica, González (2022):

Desde su creación en 1982, CINDE ha impulsado la IED en sectores estratégicos como manufactura inteligente, servicios intensivos en conocimiento y salud y bienestar, para generar empleo y mayores oportunidades para su recurso más

valioso: su gente; con el objetivo de contribuir al desarrollo social y económico de Costa Rica. (párr. 2)

CINDE se puede decir que es una entidad galardona, ya que en el 2019 fue calificada por el Centro de Comercio Internacional como la mejor institución a nivel mundial en atraer Inversión Extranjera Directa; se caracteriza por hacer que los socios comerciales creen historias de éxito, basados en el pensamiento crítico, la innovación, habilidades estratégicas, entre otras. Igualmente, se indica en su página web:

CINDE es una entidad privada sin fines de lucro y apolítica, que este 2022 sumará 40 años de trayectoria, mediante los cuales ha contribuido al crecimiento económico y el progreso social del país con la atracción de inversión extranjera directa y la generación de miles de empleos, a un ritmo de crecimiento del 13,4% anual promedio en los últimos cinco años, alcanzando 162.238 en acumulado. (párr. 1)

### **COMEX**

El Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (COMEX) tiene como misión funcionar como un ente rector en las políticas públicas sobre el comercio exterior y la inversión extranjera con el fin de beneficiar a la economía global de los costarricenses, trabaja bajo los valores de excelencia, incluso, innovación, compromiso entre otros. COMEX da facilidades en el comercio en aspectos como el programa de integración fronteriza, el acuerdo sobre facilitación del comercio y el consejo nacional de facilitación del comercio. En su página web indica:

La Facilitación del Comercio ha sido definida como la simplificación, armonización, estandarización y modernización de los procedimientos del comercio. Su objetivo principal es reducir los costos de transacción del comercio en el enlace entre las empresas y el gobierno (Graniger, 2011). Es por esto que el Ministerio de Comercio Exterior, desde el Foro de Facilitación de Comercio, trabaja en el desarrollo de programas que se traduzcan en mejoras significativas en los índices de competitividad de Costa Rica. (párr. 1).

## ***ESENCIAL COSTA RICA***

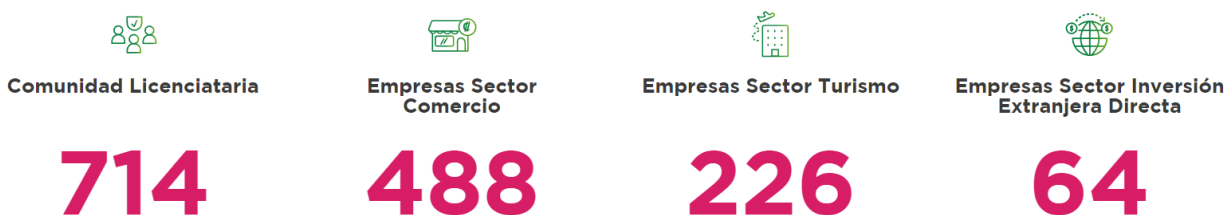
Esencial Costa Rica es la marca país. Se define en la página web como una estrategia para capitalizar y posicionar en los mercados internacionales la imagen país, con esto se busca generar mayor turismo, atracción de inversiones y aumento las exportaciones. Esencial Costa Rica funciona a través de un proceso de licenciamiento para las empresas, las cuales son sometidas a un proceso de evaluación para poder llevar la marca país, existen diversos tipos de licenciamientos la de uso corporativo, uso en producto, uso en evento y un licenciamiento para turismo.

PROCOMER (2022) publicó una noticia sobre los posicionamientos que Esencial Costa Rica tiene como un referente de la región en los foros internacionales, donde se destacan varios factores como que Costa Rica ocupa la presidencia del Consejo Iberoamericano de Marcas País, (CIMAP), y con este cargo logra conseguir un aumento en los miembros participantes, además PROCOMER (2022) comenta:

Por su parte, Esencial Costa Rica se fundamenta en dos ejes: posicionamiento país, con el cual se muestran características que describen el talento que encierra el país en todas sus expresiones. El segundo es la competitividad país, que a través del licenciamiento garantiza que las empresas bajo el sello Marca País representan valores que ésta promueve. (párr. 16)

Durante estos años, la Marca País se presenta a nivel nacional e internacional en estrategias de comunicación que llevan el mensaje de paz, sostenibilidad, innovación, progreso social, diversidad y compromiso de Costa Rica de ofrecer lo mejor a sus diferentes públicos. (párr. 17)

**Figura 19. Data actual de Esencial Costa Rica**



Nota: Esencial Costa Rica (2022)

### **INEC**

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, según indica en la página web, fue “creado mediante la Ley No. 7839 del Sistema Estadístico Nacional (SEN), como Institución Autónoma de derecho público, con personería jurídica y patrimonio propios, gozando de autonomía funcional y administrativa consagrada en el artículo No 188 de la Constitución Política” (párr.1). Entre las principales funciones de INEC (s.f.) se encuentran:

- Establecer las normas y los procedimientos para racionalizar y coordinar la actividad estadística del SEN.
- Formular la estrategia nacional de estadística y el plan estadístico nacional.
- Producir directamente las estadísticas establecidas en el artículo 34 de la ley del SEN y coordinar su producción con otros entes del sector público y privado o contratarla con otras instituciones públicas o privadas.
- Establecer las normas, los modelos, los formatos y la terminología que regirán los procesos de producción de estadísticas realizadas por él mismo y por las entidades que conforman el SEN, para integrar, de forma consistente, los datos económicos, sociales y ambientales del país.
- Solicitar información nominada o innominada a todas las dependencias de la Administración Pública, integrantes o no del SEN, cuando se trate de información estrictamente con fines estadísticos, no cubierta por el secreto de Estado.

### CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

#### Enfoque

Esta investigación surge a raíz del problema localizado, el cual se fundamenta en antecedentes tanto internacionales como nacionales, por lo que se decide llevar el curso de esta basado en un enfoque cualitativo, respondiendo a las diversas preguntas que se generen en el proceso de investigación. Es importante resaltar que la investigación no surge de una teoría ni hipótesis, sino de datos ya existentes sobre este tema o bien temas relacionados. 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: “(...) 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)

Con el tipo de enfoque en una investigación de carácter cualitativo se van a presentar durante la investigación nuevas interrogantes a las cuales se buscará dar respuesta para complementar el planteamiento principal de la problemática, así como también al terminar el estudio pueden generarse otras nuevas interrogantes que den paso a un nuevo estudio. 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)

### **Diseño: Investigación-acción**

Para esta investigación el enfoque más acertado es la investigación-acción, ya que se busca resolver una problemática previamente planteada, la cual puede ser de carácter social, económico, político, laboral, entre otros, utilizando instrumentos y enfoques asociados a las experiencias de las personas que han experimentado fenómenos similares al estudio, esto sustentado en lo indicado por Hernández *et al.* (2018), que asegura sobre el diseño de investigación acción:

Se concentran en resolver problemáticas de diferentes índoles. Están basados en las fases cíclicas o en espiral de identificación de la problemática, elaboración de un plan, su implementación y evaluación, así como generación de realimentación (observar, pensar, actuar y revisar). Sus perspectivas son: visión técnico-científica, visión deliberativa, visión emancipadora. (p. 523)

### **Población y muestra**

#### **Población**

El papel de la población en un estudio de carácter cualitativo se caracteriza por ser activo o bien pasivos van a depender del tipo de investigación que se esté desarrollando, pero juega un papel importante, la población puede ser elija aplicando varios métodos, en general las personas seleccionadas cuentan con característica en común. Para esto, Hernández *et al.* (2018) indica sobre la población que:

Para que sea viable la investigación, la población debe estar preparada para participar (apertura, motivación) y debe lograrse la unidad entre investigadores y comunidad. Es vital que identifiques fuentes de información (líderes, redes, grupos, organizaciones) e investigadores potenciales (socios), así como a las personas conflictivas y a quienes puedan entorpecer la investigación. (p. 557)

## **Muestra**

Para el desarrollo de la investigación la muestra es un factor para la obtención de datos imparciales, se selecciona dependiendo de lo requerido en el estudio y pueden ser personas, animales u otros seres vivos dependiendo del tipo de investigación. Su elección va a depender de los resultados que se deseen obtener, para esto Hernández *et al* (2018), define el concepto de la siguiente manera:

Un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia. En un proceso cualitativo esta puede ser ajustada y su tamaño no es tan importante, debido a que el interés del investigador no es el volumen de los datos obtenidos, sino de la profundidad de estos. (p. 427)

### ***Muestra cualitativa***

La muestra puede ser del tipo probabilística y no probabilística, para fines de esta investigación se utiliza la segunda opción. Con respecto a la muestra, Hernández *et al.* (2018) indican que “se determina durante o después de la inmersión inicial, es tentativa y se puede ajustar en cualquier momento del estudio, no es probabilística, no busca generalizar resultados sino profundizar en el fenómeno bajo estudio” (p. 425), además señala sobre las muestras no probabilísticas:

En las muestras no probabilísticas, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y contexto de la investigación. Aquí el procedimiento no es mecánico o electrónico, ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios. Elegir entre una muestra probabilística o una no probabilística depende del planteamiento del problema, el esquema de

investigación, la homogeneidad de las unidades estudiadas y la contribución que se piensa hacer con ella. (p. 200)

Esta investigación se clasifica como no probabilística, ya que se trabaja con instrumentos para la recolección y análisis de datos con los que se pueda generar categorías, donde la probabilidad no domina el curso de esta, no hay fórmulas ni un sistema preestablecido para el análisis y/o control, solo se basa en las respuestas y criterios que las fuentes de información proporcionen para enriquecer el estudio.

**Tabla 1. Desglose de la muestra**

| ENTREVISTADO    | PUESTO                      | RAZON                                       |
|-----------------|-----------------------------|---------------------------------------------|
| ENTREVISTADO 1  | Exportador                  | Empresa exportadora al Caribe               |
| ENTREVISTADO 2  | Director de Agencia Aduanal | Experto en aduanas y TLC                    |
| ENTREVISTADO 3  | Importador                  | Empresa importadora del Caribe              |
| ENTREVISTADO 4  | Agente aduanal              | Experiencia en exportaciones al Caribe      |
| ENTREVISTADO 5  | Exportador                  | Empresa exportadora al Caribe               |
| ENTREVISTADO 6  | Agente aduanal              | Experiencia en exportaciones al Caribe      |
| ENTREVISTADO 7  | Entidad pública de comercio | Desarrollo de estudio de mercado del Caribe |
| ENTREVISTADO 8  | Importador                  | Empresa importadora del Caribe              |
| ENTREVISTADO 9  | Importador                  | Empresa importadora del Caribe              |
| ENTREVISTADO 10 | Director de Agencia Aduanal | Experto en aduanas y TLC                    |
| ENTREVISTADO 11 | Exportador                  | Empresa exportadora al Caribe               |
| ENTREVISTADO 12 | Agente aduanal              | Experiencia en exportaciones al Caribe      |
| ENTREVISTADO 13 | Encargado de Exportaciones  | Empresa exportadora al Caribe               |

Nota: Mata, 2022

## **Unidades de análisis**

### **Vínculo comercial**

Las relaciones comerciales entre países que cuentan con economías abiertas les permite gozar a los participantes del libre comercio aumentar la oferta exportadora, suplir y satisfacer las necesidades demandadas por el mercado. Costa Rica cuenta con múltiples relaciones comerciales de diversos tipos, el vínculo existente con la Comunidad de Estados del Caribe es una relación que se fortalece en el 2005 con la firma del Tratado de Libre Comercio, a raíz de esto el estudio del intercambio de bienes y servicios es monitoreado para evaluar la calidad de la relación.

El vínculo comercial que Costa Rica tiene con otros países permite tener oportunidades de exportaciones que generan números positivos para el país, COMEX (2020), presentó el análisis sobre la evolución del comercio exterior e IED en Costa Rica para el 2019 en el mismo informe presenta un gráfico sobre las exportaciones en el 2019 de socios comerciales donde en los primeros tres lugares se encuentra Estados Unidos, el Mercado Común Centroamericano y Unión Europea respectivamente, para esta investigación es importante mencionar que el CARICOM presenta el 1 % de las exportaciones a ese sector de mercado, según COMEX (2020):

Las exportaciones de bienes en 2019 registraron un valor de US\$11 496 millones, el cual superó en 2,4% el valor exportado en 2018 (US\$ 11.294 millones) y en un 19,3% el promedio del valor exportado observado en los últimos siete años (US\$ 9.638 millones). Entre 2012 y 2019, las exportaciones mostraron una tendencia al alza, con un crecimiento anual promedio del 4,1%. (p. 5)

### **Oportunidad de crecimiento**

Los tratados de libre comercio son acuerdos comerciales generadores de oportunidades de crecimiento en las economías abiertas que se encuentran dispuestas a expandir la comercialización hacia y desde otros países. Los TLC pueden lograr que dichos intercambios se generen con un

mayor dinamismo e incentivar las importaciones y exportaciones entre diversas regiones, así como también aumentar la competitiva, para esto y la OMC en su sitio web indica que:

Son un factor clave en las relaciones comerciales internacionales. A lo largo de los años, los ACR no solo se han hecho más numerosos, sino también más amplios y complejos. Los Miembros y la Secretaría de la OMC se esfuerzan por reunir información y fomentar el debate sobre los ACR con el fin de aumentar la transparencia y mejorar la comprensión de la repercusión que tienen en el conjunto del sistema multilateral de comercio. (párr. 1)

Costa Rica y su TLC con el CARICOM es una oportunidad para hacer crecer la relación comercial y así poder generar valor en el intercambio, es un mercado que ofrece oportunidades para los exportadores costarricenses, existen estudios de mercado donde detallan cuáles son esas aéreas que se encuentran desabastecidas y pueden ser aprovechadas con los productos y servicios que Costa Rica comercializa, además se puede utilizar los acuerdos que este tratado ofrece a ambas regiones.

### **Cadenas globales de valor**

Las CGV surgieron hace 30 años y han evolucionado con el paso del tiempo y con la constante necesidad de cambio, innovación y avance tecnológico, es decir con la llegada de la globalización surgen como una estrategia que permite generar valor agregado en los productos, procedimientos y para tener un factor diferenciador de la competencia, así como obtener diversos beneficios dentro de una economía. Sobre esto la CEPAL indica:

El desarrollo de redes internacionales de producción, conocidas como cadenas regionales o globales de valor, ha sido una de las mayores transformaciones experimentadas por la economía mundial en las últimas décadas. Este proceso fue favorecido por la reducción de los costos de transporte internacional, los avances en las tecnologías de la información y de las comunicaciones, y la reducción de las barreras al comercio y a la inversión extranjera directa. Actualmente, gran parte de

la producción y el comercio mundiales tiene lugar al interior de estas cadenas, lo que ha llevado a que los bienes intermedios ganen creciente importancia en el vínculo comercial entre los países. (párr. 1)

CGV son la estrategia que los países han implementado para trasladar valor agregado en sus procesos, procedimientos y mercancías. Con el fin gozar de las oportunidades que estas generan, se busca el crecimiento económico, la reducción de costos, minimización de errores, así como otros más. Costa Rica no se queda de lado y ha desarrollado sus propias CGV en sectores específicos, la mayoría de zonas francas a pesar de que el país posee pocos niveles de encadenamientos entre las empresas.

### **Instrumento**

El instrumento de la investigación cualitativa son las herramientas vitales para el desarrollo y las conclusiones del estudio. Hernández *et al.* (2018) indican que “el instrumento de recolección de los datos cualitativos es el investigador, auxiliándose de diversas herramientas como las entrevistas, la observación y las sesiones grupales, para este caso el seleccionado sin las entrevistas que se comentaron adelante. Hernández *et al.* (2018) hacen la siguiente observación:

¿Cuál es el instrumento de recolección de los datos en el proceso cualitativo? Cuando en un curso se hace esta pregunta, la mayoría de los alumnos responden: son varios los instrumentos, como las entrevistas o los grupos de enfoque; lo cual es parcialmente cierto. Pero, la verdadera respuesta y que constituye una de las características fundamentales del proceso cualitativo es: el propio investigador. Sí, el investigador es quien, mediante diversos métodos o técnicas, recoge los datos (él es quien observa, entrevista, revisa documentos, conduce sesiones grupales, etc.). (p. 443)

## **Cuestionario**

Es un instrumento para la recolección de datos muy utilizado en las investigaciones, por sus características que le permiten recopilar información de importancia y generadora de buen contenido, así como también conlleva a obtener repuestas a las hipótesis y problemas planteados anteriormente por los investigadores. Arias (2020) define cuestionario como:

Instrumento de recolección de datos utilizado comúnmente en los trabajos de investigación científica. Consiste en un conjunto de preguntas presentadas y enumeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas que el encuestado debe responder. No existen respuestas correctas o incorrectas, todas las respuestas llevan a un resultado diferente y se aplican a una población conformada por personas. (p. 21).

## **Entrevista**

Las entrevistas pueden realizarse de diferentes formas, una es vía personal, que Hernández *et al.* (2018) indica sobre estas que “implican que una persona entrenada y calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, resulta una especie de filtro”; las otras son las telefónicas, que señala que “la diferencia con el anterior tipo de entrevista es el medio de comunicación, que en este caso es el teléfono (hogar, oficina, móvil o celular). Las entrevistas telefónicas son la forma más rápida y económica de realizar una encuesta”.

### **Proceso de recolección de datos**

En esta investigación el proceso de recolección de datos inicia desde la elaboración de los objetivos específicos, ya que de estos se da la elección de una unidad de estudio por cada uno y se generan las preguntas que respondan a dichos objetivos. Una vez se cuente con las preguntas definidas inicia el proceso de selección del instrumento que mejor se adapte para la correcta recolección de información.

Para el desarrollo de esta investigación se procede con el cuestionario, la aplicación del cuestionario se realizará mediante entrevistas las cuales serán realizadas a la muestra de conocedores que fue previamente electa para la obtención de información, que genere riqueza a la investigación mediante respuestas claras, concisas, de alto valor educativo y se puedan obtener categorías que aporten puntos clave para la contestación de los objetivos y den una perspectiva para generar las conclusiones de la pregunta del problema.

Todo lo anterior basado en los procedimientos y el manual donde Hernández *et al.* (2018) dicen que “la recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de muestreo. En el caso de personas, en su vida diaria: cómo hablan, en qué creen, qué sienten, cómo piensan, cómo interactúan, etcétera” (p. 443), lo cual se ajuste a los métodos para obtener las conclusiones indicadas para dar respuesta a la problemática de la investigación.

## **Fuentes de información**

### **Fuente primaria**

Para esta investigación las fuentes primarias fueron libros basados en comercio internacional, artículos sobre cadenas globales de valor, y trabajos de investigación tipo tesis y tesinas asociadas a la relación comercial entre Costa Rica y el CARICOM, por lo cual es importante entender el concepto de fuentes primarias. Hernández *et al.* (2018) indican:

Las fuentes primarias más utilizadas para elaborar marcos teóricos son libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en congresos, simposios y eventos similares, entre otras razones porque son las que sistematizan en mayor medida la información, profundizan más en el tema que desarrollan, son examinadas y arbitradas por investigadores o profesionales experimentados (pares o colegas) y resultan altamente especializadas, además de que se puede tener acceso a ellas por internet. (p. 76)

## Fuentes secundarias

Para esta investigación las fuentes secundarias que se utilizaran son noticias nacionales e internacionales asociados a temas de comercio internacional y cadenas globales de valor. Según Barrantes (2016), “las fuentes secundarias son compilaciones, resúmenes y listados de referencias de fuentes primarias publicadas en un área de conocimiento” (p. 675). Estas son utilizadas como complemento a las fuentes primarias o bien como referencias complementarias de ideas, entre los principales ejemplos son los medios para obtención de información digitales o en línea, el uso de esas fuentes secundarias en la actualidad es de utilidad debido a la digitalización de la información

**Tabla 2. Cuadro de variables**

| Objetivo                                                                                                                                                                     | Categoría de Análisis        | Subcategoría                   | Definición Conceptual                                                                                                                                                                                                                                       | Instrumento  | Ítem                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------|
| Explicar la evolución del vínculo comercial entre Costa Rica y el CARICOM desde la firma del Tratado de Libre Comercio hasta el I semestre 2021.                             | Vínculo Comercial            | Balanza Comercial              | Col (2020), “Actividades productivas que se producen entre dos o más agentes económicos (compradores y vendedores). El fin de estas es mantener el producto dentro del mercado, así como satisfacer sus respectivas necesidades” (párr. 1)                  | Cuestionario | De la pregunta 1 a la 5. |
|                                                                                                                                                                              |                              | Ventaja comparativa            |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Productos agrícolas            |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Productos de envasado          |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Otros productos demandados     |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Reto en la comercialización    |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Transporte Internacional       |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Participación de las entidades |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Oferta y demanda               |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
| Determinar los aspectos de Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y el CARICOM que generan oportunidades de crecimiento a la relación comercial para el I semestre 2021. | Oportunidades de crecimiento | Beneficios arancelarios        | Márquez, et al. (2020) define: crecimiento económico como “El aumento o expansión cuantitativa de la renta y del valor de los bienes y servicios finales producidos en el sistema económico -sea regional, nacional o internacional- durante un determinado | Cuestionario | De la pregunta 6 a la 9. |
|                                                                                                                                                                              |                              | Crecimiento económico          |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Competitividad                 |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Producción local               |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Estudios de mercado            |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Promoción                      |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |
|                                                                                                                                                                              |                              | Reglas de origen               |                                                                                                                                                                                                                                                             |              |                          |

|                                                                                                                                                           |                           |                                |                                                                                                                                                                                                                                 |              |                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------|
|                                                                                                                                                           |                           |                                | periodo de tiempo" (párr. 45).                                                                                                                                                                                                  |              |                            |
| Identificar el impacto de las cadenas globales de valor y su funcionalidad en el vínculo comercial entre Costa Rica y el CARICOM para el I semestre 2021. | Cadenas Globales de Valor | Falta de conocimiento          | BCCR (2021), en el Informe de participación en las CGV 2021, indica "Las Cadenas Globales de Valor (CGV) son un conjunto de actividades de producción interrelacionadas que ocurren en al menos dos países distintos" (párr.1). | Cuestionario | De la pregunta 10 a la 13. |
|                                                                                                                                                           |                           | Participación de las entidades |                                                                                                                                                                                                                                 |              |                            |
|                                                                                                                                                           |                           | Encadenamientos locales        |                                                                                                                                                                                                                                 |              |                            |
|                                                                                                                                                           |                           | Impacto económico              |                                                                                                                                                                                                                                 |              |                            |
|                                                                                                                                                           |                           | Calidad                        |                                                                                                                                                                                                                                 |              |                            |
|                                                                                                                                                           |                           | Demanda de productos           |                                                                                                                                                                                                                                 |              |                            |
|                                                                                                                                                           |                           | Demanda de servicios           |                                                                                                                                                                                                                                 |              |                            |

Nota: Mata, 2022

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se desarrolla el análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas a la muestra de investigación; se presenta en secciones, primero mediante una tabla se exponen las categorías que surgen de cada una de las unidades de análisis. Las tres unidades de análisis del estudio fueron extraídas una por objetivo específico de esta investigación. En la segunda sección se describen y se analiza a profundidad cada categoría de las unidades, el análisis se desarrolla con lo expresado por los entrevistados y está sustentado científicamente. Con la descripción y análisis de cada categoría se realiza una interpretación para generar una conexión entre lo expresado por la fuente de información y dar respuesta al problema.

**Tabla 3. Unidades y categorías de análisis**

| Unidad                       | Categoría                      |
|------------------------------|--------------------------------|
| Vinculo comercial            | Balanza comercial              |
|                              | Ventaja comparativa            |
|                              | Productos agrícolas            |
|                              | Productos de envasado          |
|                              | Otros productos demandados     |
|                              | Reto en la comercialización    |
|                              | Transporte internacional       |
|                              | Participación de las entidades |
|                              | Oferta y demanda               |
| Oportunidades de crecimiento | Beneficios arancelarios        |
|                              | Crecimiento económico          |
|                              | Competitividad                 |
|                              | Producción local               |
|                              | Estudios de mercado            |
|                              | Promoción                      |
|                              | Reglas de origen               |
| Cadenas globales de valor    | Falta de conocimiento          |
|                              | Participación de las entidades |
|                              | Encadenamientos locales        |
|                              | Impacto económico              |
|                              | Calidad                        |
|                              | Demanda de productos           |
|                              | Demanda de servicios           |

Nota: Mata, 2022

### **Unidad de análisis 1: Vinculo comercial**

Con base en lo anterior, en esta investigación, sobre esta primera unidad de análisis asociado al vínculo comercial existen entre Costa Rica y el CARICOM, se desprenden las siguientes nueve categorías, las cuales serán desarrolladas de manera independiente. Se usan las palabras y expresiones exactas de las personas de la muestra participante en la entrevista a las cuales se les aplicó el cuestionario y se realiza un análisis posterior fundamentado en la teoría del tema.

- Balanza comercial
- Ventaja comparativa
- Productos agrícolas
- Productos de envasado
- Otros productos demandados
- Reto en la comercialización
- Transporte internacional
- Participación de las entidades
- Oferta y demanda

#### **Categoría 1. Balanza comercial**

##### **Descripción**

Según lo indicado por la muestra seleccionada de personas con conocimiento en temas de comercio internacional y formación en aduanas, así como exportadores e importadores, se conformó la primera categoría de la unidad. Hace referencia a la balanza comercial presentada entre Costa Rica y el CARICOM, la cual presenta números positivos a favor de nuestro país, para lo que los participantes compartieron el porqué de esta situación con las siguientes frases:

*“Me parece que el principal motivo son los tipos de productos que se están comercializando en muchas ocasiones no necesariamente pueden ser producidos en ciertos países, usemos el ejemplo de Costa Rica, los principales productos importados a este país provenientes de países miembros de CARICOM son productos intermedios de hierro o acero; alambrón de hierro o acero y gas natural licuado, estos productos al no extraerse nacionalmente representan una necesidad que el acuerdo facilita a solventar.” (Entrevistado 1)*

*“Los países que confirman el CARICOM su oferta exportadora son productos que ya Costa Rica tiene en su mayoría que Costa Rica produce, mientras que los productos que el país les exporta son nuevos y de alta necesidad para estos países, por eso las exportaciones son mayores a las importaciones.” (Entrevistado 3).*

*“Innovación y diversidad de productos.” (Entrevistado 4)*

*“Esto se debe a que las importaciones han decrecido en las últimas 2 décadas, mientras que las exportaciones mantienen un ritmo constante.” (Entrevistado 5)*

*“Se está importando más de lo que se está exportando, esto se debe principalmente a que los productos y mercancías que los países del caribe no son atractivos para Costa Rica o bien Costa Rica tiene producción local.” (Entrevistado 6)*

*“Caribe es un mercado poco relevante para Costa Rica, en el cual no se ha centrado mucho trabajo ni investigación, pero Costa Rica sí es un mercado relevante para Jamaica por la oferta exportadora.” (Entrevistado 7)*

*“Esto se debe a que las exportaciones de costa rica aumentaron y las importaciones decayeron según los datos presentados por el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, es decir existe un superávit comercial a favor de Costa Rica.” (Entrevistado 8)*

*“Esto se debe a que las exportaciones han sido más dinámicas los productos de Costa Rica más demandados en comparación con las importaciones que son menores.” (Entrevistado 9)*

*“Esto es un tema macroeconómico, donde indica que Costa Rica está exportando al CARICOM más de lo que le está importando, como principal motivo podría decir que es por lo poco atractiva que es la oferta exportadora del CARICOM para el país.” (Entrevistado 10)*

*“Son varios factores que influyen que una balanza sea positiva o negativa el volumen de exportaciones e importaciones, los precios internacionales, la oferta y demanda.” (Entrevistado 11)*

*“Las exportaciones están siendo más constantes y con mayor monto que las importaciones, esto y se debe a la oferta exportable normalmente.” (Entrevistado 12)*

## **Análisis**

Según las respuestas de los entrevistados, la balanza comercial entre Costa Rica y los países participantes del CARICOM es positiva a favor de nuestro país, debido a factores como el juego de oferta y demanda donde la canasta exportadora costarricense es muy atractiva para los países Caribeños, mientras que los productos de ellos no son tan necesitados en nuestro país. Además, otro aspecto es la poca relevancia que tiene el mercado del CARICOM para el país, COMEX (2021), presento el análisis sobre la evolución de las exportaciones para el 2021 donde indica:

Los destinos con mayor dinamismo en la Unión Europea fueron Holanda (36,7%), Bélgica (26,6%), España (7,4%) e Italia (6,2%). Es importante mencionar que la existencia de una unión aduanera no permite determinar de manera exacta el país de destino final de las exportaciones a este bloque, las cuales pueden ingresar por los principales puertos de entrada y distribuirse mediante los canales internos de suministro. (p.10).

El restante 19% de las exportaciones del país se encuentra repartido entre México (2%), República Dominicana (2%), China (2%), Japón (2%), Reino Unido (2%), CARICOM (1%) y Canadá (1%), así como otros destinos que incluyen más de 100 países distintos (7%). (p. 11)

Basado en ese estudio de COMEX se da a conocer que para Costa Rica las exportaciones que se realizan hacia el CARICOM apenas representan el 1 % de su totalidad dejando en evidencia que efectivamente la relevancia de este mercado es mínima, en comparación con la participación que presentan las exportaciones hacia Estados Unidos que cuenta con el 43 % y el Mercado Común Centroamericano (MCCA), el cual según el informe equivale al 21 % de la totalidad exportada en el 2021.

## **Categoría 2. Ventaja comparativa**

### **Descripción**

La ventaja comparativa es un término utilizado en varias ramas de las negociaciones locales como internacionales a nivel de todas las empresas que buscan destacar en el mercado. Santos (2022) indica “la ventaja comparativa es la capacidad de una economía o país para producir un bien o servicio a un precio menor en comparación con otros” (párr. 1). Basado en esta breve descripción, los entrevistados expresaron lo siguiente:

*“Ventaja comparativa de CR. Los productos exportados no se producen en los países de las comunidades del Caribe.” (Entrevistado 2)*

*“Caribe es un mercado poco relevante para Costa Rica, en el cual no se ha centrado mucho trabajo ni investigación, pero Costa Rica si es un mercado relevante para Jamaica por la oferta exportadora.” (Entrevistado 7)*

*“Esto es un tema macroeconómico donde indica que Costa Rica está exportando al CARICOM más de lo que le está importando, como principal motivo podría decir que es por lo poco atractiva que es la oferta exportadora del CARICOM para CR.” (Entrevistado 10)*

*“Las exportaciones están siendo más constantes y con mayor monto que las importaciones, esto y se debe a la oferta exportable normalmente.” (Entrevistado 12)*

*“La ventaja competitiva que tiene Costa Rica ante el CARICOM es la diversidad de productos y también servicios que pueden ofrecer, hay mucha oferta que nosotros tenemos que es altamente demandado no solo por los países miembros del CARICOM sino también por otros países del Caribe.” (Entrevistado 13)*

## **Análisis**

Según lo comentado por los entrevistados, Costa Rica está destacando con ventaja comparativa en el mercado caribeño por la oferta exportable, la cual en los últimos años se ha comentado sobre el dinamismo que esta ha estado presentando. Como indicaron algunas personas de la muestra, las mercancías exportadas no son producidas dentro del CARICOM, por lo tanto, la aceptación es favorable; además se menciona la constancia de las exportaciones, si bien se dejó clara la poca relevancia, COMEX (2022) publicó sobre la recuperación que se tuvo para el cierre del 2021 e indica:

Las regiones de destino continuaron presentando un comportamiento positivo: América del Norte -principal mercado de destino- creció un 26%, América Central un 26%, Europa un 15%, Asia un 27%, el Caribe un 28% y América del Sur un 59%. (párr. 5)

Felicitamos al sector exportador por este desempeño tan exitoso en el 2021, este crecimiento de 24% en bienes y 6% en servicios (al III trimestre) demuestran que el sector se dinamiza y se adapta a los cambios que el mundo experimenta. Este importante incremento también ha sido apoyado por factores como una política comercial sólida, que nos ha permitido llevar más del 90% de nuestras exportaciones a países con TLC, así como a una tendencia de nearshoring que ha sumado más empresas al parque exportador costarricense. (párr. 6)

Es importante entender que la oferta exportadora de Costa Rica no solo se basa en mercancías, sino también en la diversidad de servicios ofrecidos, como se indica en los párrafos anteriores el mercado caribeño incluyendo países miembros del CARICOM, tuvo un incremento

de un 28 % para el cierre de las exportaciones en el 2021, crecimiento del cual la parte de servicios creció un 6 %.

### **Categoría 3. Productos agrícolas**

#### **Descripción**

Para la relación comercial existente entre Costa Rica y el CARICOM hay productos y servicios que se pueden destacar como los principales comercializados y más demandados, Mora (2021) presentó el informe de comercio exterior del sector agropecuario para el 2020-2021 donde indico que el CARICOM representaba en 1,7 % de la participación en exportaciones y un 0,2 % de las importaciones, además tomar en cuenta lo siguiente de Mora (2021):

Para el primer trimestre 2021, la balanza comercial agropecuaria alcanzó un monto de US\$ 648,2 millones, evidenciando una contracción del 3,0% con respecto al mismo período del año anterior; sin embargo, la balanza comercial continúa presentando un superávit lo que coloca a Costa Rica como un exportador neto de productos agropecuarios. (p. 3)

Basado en la descripción anterior de esta categoría sobre los productos agrícolas los entrevistados indicaron cuáles son las mercancías de esta industria que, a raíz de su experiencia del ámbito de cada uno, consideran que son las más atractivas y demandadas en la relación comercial estudiada. Esencial Costa Rica (s.f) en la página web comenta “Piña, melón, sandías, banano, yuca, plantas ornamentales, flores, y follajes, fueron las principales exportaciones agrícolas en 2019” (párr.1). A esto los entrevistados expresaron lo siguiente:

*“Zanahorias, envases de vidrio, cajas de cartón.” (Entrevistado 2)*

*“Envases y productos de belleza, productos asociados a envases para la industria alimentaria y de bebidas, carne bovina, algunas salsas, medicamentos, envases de cartón y papel. (Entrevistado 7)*

*“Sector agropecuario, algunas hortalizas, sector industria, recipientes, insecticidas y fungicidas.” (Entrevistado 8)*

*“Preparaciones alimenticias, envases de vidrio, productos inmunológicos dosificados, frutas tropicales, cajas de cartón, productos de plástico para el envasado y zanahorias.” (Entrevistado 9)*

*“Medicamentos, alimentos en especial las conservas, envases.” (Entrevistado 12)*

*“Si se divide por sector es increíble la demanda de productos de envase, en el sector tecnológico no veo tanto desarrollo sé que va más ligado a prótesis y en sector agrícola frutas, zanahorias en cantidad voluminosa, preparaciones como conservas y salsas más que todo.” (Entrevistado 13)*

## **Análisis**

Según las respuestas brindadas por los entrevistados sobre la diversidad de los productos que Costa Rica está exportando hacia el CARICOM, en este caso específico se destacaron los productos agrícolas, para esto la Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA, 2021) presentó el informe de gestión del Sector Agropecuario, Pesquero y Rural para el 2021, donde se indica que las exportaciones de esta industria hacia el CARICOM tuvieron una participación de 1,6 % mientras que las importaciones presentaron el 0,2 % .

Además, en este informe se dan a conocer los principales productos agrícolas exportados, dentro de los cuales las preparaciones alimenticias en el 2021 ocuparon una participación de 31.5% dato de importancia ya que son de los comentados por los entrevistados, también frutas tropicales con 7,7 %, salsas y preparaciones con 6,2 %, en productos del sector pecuario la carne de bovina presentó 38,7 %.

## Categoría 4. Productos de envasado

### Descripción

Esta categoría hace referencia un tipo de mercancía que es comercializada en la relación comercial existente entre Costa Rica y la Comunidad de Estados del Caribe. Estrada (2021) indica que “las exportaciones de bienes de Costa Rica alcanzaron la cifra de \$8.338 millones a julio del 2021, lo que significa \$1.759 millones más -o un 27 % más- que en julio del año anterior” (párr. 1). Para este caso en específico comenta que los envases de vidrio fueron uno de los productos con mayor crecimiento con 36 millones de dólares y los entrevistados expresaron lo siguiente sobre los productos de mayor demanda en la relación comercial:

*“Bombonas, botellas, frascos y envases de vidrio; antisueros; frutas partes de plantas preparados o conservados; pañales para bebés y artículos similares; zanahorias; medicamentos.”* (Entrevistado 1)

*“Envases de vidrio, preparaciones alimenticias y medicamentos y también una buena opción para Jamaica específicamente productos de belleza o cuidado personal.”* (Entrevistado 5)

*“Envases, productos de belleza principalmente/”* (Entrevista 6)

*“Envases y productos de belleza, productos asociados a envases para la industria alimentaria y de bebidas, carne bovina, algunas salsas, medicamentos, envases de cartón y papel.”* (Entrevistado 7)

*“Preparaciones alimenticias, envases de vidrio, productos inmunológicos dosificados, frutas tropicales, cajas de cartón, productos de plástico para el envasado y zanahorias.”* (Entrevistado 9)

*“Empaques en general de plástico, cartón, papel.”* (Entrevistado 11)

*“Medicamentos, alimentos en especial las conservar [sic], envases.” (Entrevistado 12)*

*“Si se divide por sector es increíble la demanda de productos de envase, en el sector tecnológico no veo tanto desarrollo sé que va más ligado a prótesis y en sector agrícola frutas, zanahorias en cantidad voluminosa, preparaciones como conservas y salsas más que todo.” (Entrevistado 13)*

## **Análisis**

Para los entrevistados, además de los productos agrícolas, los de envasado son altamente demandados en el CARICOM, entre los más mencionados hacen referencia a los envases de vidrio, cartón, papel y plástico. Es importante considerar cu+al ha sido la dinámica que se ha dado en el 2021, para ello COMEX (s.f.) en su página web en el portal estadístico revela los principales productos exportados durante ese año, a continuación, se detallan los primeros diez:

- Preparaciones alimenticias
- Productos inmunológicos dosificados
- Envases de vidrio
- Frutas tropicales conservadas en su jugo
- Cajas de papel o cartón
- Productos de plástico para el envasado
- Zanahorias
- Carne bovina deshuesada, congelada
- Tapones y tapas de metal común
- Salsas y preparaciones

Para el análisis de esta categoría se toma en cuenta los envases de vidrio, los cuales de las exportaciones totales hacia el CARICOM para el 2021 representaron 7 % de participación sumando \$12.196.109,9 USD, las cajas de papel o cartón 4,4 % con \$7.636.892,8 USD y, por último, los productos de plástico para el envasado con un 4 % con \$7.055.590,2 USD. Si se toma en cuenta el

producto de envasado como una categoría estas tres mercancías, estarían sumando 15,4 % del total exportado.

## **Categoría 5. Otros productos demandados**

### **Descripción**

En las categorías anteriores se mencionaron productos específicos de la comercialización habitual entre Costa Rica y el CARICOM, pero la diversidad de la oferta exportadora es más amplia. CEPAL (2020) en el boletín estadístico #39 indica el *ranking* de productos exportadores por América Latina y el Caribe, entre los cuales se encuentran productos agrícolas y agropecuarios, minería y petróleo y manufacturas, para esta categoría los entrevistados indicaron cuáles otras de las mercancías son demandadas en la relación comercial:

*“En este caso productos de plásticos, cartón, o alternativas amigables con el ambiente, así como productos de belleza y cuidado personal.” (Entrevistado 3)*

*“Suavizantes y colonias para hombre.” (Entrevistado 4)*

*“Envases de vidrio, preparaciones alimenticias y medicamentos y también una buena opción para Jamaica específicamente productos de belleza o cuidado personal.” (Entrevistado 5)*

*“Envases, productos de belleza principalmente.” (Entrevistado 6)*

*“Si se ve por países Antigua y Barbuda, Dominica, San Vicente no les exportamos no tenemos nada que ofrecerles, pero a barbados se le ha exportado etiquetas, aparatos de ortopedia, a Belice bastantes aceites crudos, Saint Kitts tapas y tapones y a trinidad y Tobago productos de hierro, acero, y gas propano.” (Entrevistado 10)*

*“Medicamentos, alimentos en especial las conservar [sic], envases. (Entrevistado 11)*

## **Análisis**

Entre otros productos demandados por el CARICOM, los entrevistados consideran en gran cantidad de coincidencias en respuestas que los productos para cuidado personal y belleza son de los exportados, en menor acuerdo o mención están medicamentos y aparatos de ortopedia. Como se vio en la categoría anterior en el top de mercancías exportadas no se encuentran estos productos, pero de igual manera COMEX (s.f.), en su página web, en el portal estadístico, indica que los jabones y preparaciones de limpieza tienen una participación de 1,2 % y, por su parte, los medicamentos de 1,1 %.

Apuy (2020), realizó un estudio de mercado para Jamaica donde se destacan datos relevantes para el análisis de esta categoría. Se indica que ese país es en el Caribe la cuarta economía con mayor crecimiento, la cual tiene un promedio alrededor del 3 %; dicho estudio de mercado fue enfocado en plásticos amigables y productos de cuidado personal, mercancías que son una oportunidad nueva para los actuales y nuevos exportadores costarricenses. A esto PROCOMER (2020) indica;

Servicios de belleza y estética, los cuales están concentrados en la capital, son abastecidos por algunos de los distribuidores locales del canal turístico y buscan posicionar opciones de mayor valor agregado. En ambos canales, se identifican preferencias por ingredientes tropicales como coco, jengibre, aloe y café; que resultan compatibles con el perfil de la oferta de Costa Rica, la cual puede explorar el ingreso como proveedor en segmentos específicos de perfumes y aguas de tocador, depilatorios y preparaciones de cosmética, aromatizantes de espacio, así como líquidos/ cremas para la piel. (párr. 6)

## Categoría 6. Reto en la comercialización

### Descripción

En el comercio internacional siempre se han presentado retos para poder llevar a cabo las relaciones comerciales entre países, en esta categoría se indicaron los retos para la relación en estudio, para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD s.f.) indica que “las preocupaciones actuales sobre el sistema de comercio se centran tanto en áreas donde existen normas comerciales multilaterales, pero donde la competencia internacional justa se ve obstaculizada por las continuas barreras y el apoyo estatal” (párr. 3), los entrevistados comentaron sobre los principales reto e indicaron:

*“Tal vez no trabas pero si existen definitivamente problemas regionales que tienen que atenderse en muchas ocasiones causados por la misma naturaleza [sic] de los mercados emergentes de los países que integran a CARICOM por ejemplo en Haití no hay una política para poder vender a otros países del CARICOM y si se hace, se debe hacer por terceros.” (Entrevistado 1)*

*“Se debe tener empaques 100% inglés o 100% bilingües, lo cual es difícil dado que los otros mercados se comercializan netamente en español. Sumando a eso persisten aranceles para algunas productos y mercados.” (Entrevistado 4)*

*“La logística, el entendimiento cultural, el proceso de negociación como tal hacer el contacto, se tiene poca información del mercado entonces toda arriesgarse y empezar a explotar por cuenta propia sobre cómo funciona el mercado en sí, así como también dar la tarea de investigar la competencia y sus precios.” (Entrevistado 5)*

*“La unidad de origen de PROCOMER en la ventanilla única con el tema de denominaciones de origen puede ser un proceso retardo y el tema de la aplicación del TLC es muy importante para un mercado que es muy sensitivo al precio.” (Entrevistado 7)*

*“El mercado del caribe es un mercado sensible a los precios, para vender o bien exportar hay que tener en cuentas trabas en el marco legal, la reglamentación sanitaria y fitosanitaria se puede considerar como complicada. “(Entrevistado 8)*

*“Varios países del caribe tienen algunas complicaciones más que todo en temas de requisitos para los registros, las entradas temporales tienen una importación especial.” (Entrevistado 9)*

*“Varios países del CARICOM pasan por situaciones financieros complicadas, esto salió en una publicación de la CEPAL que leí hace un tiempo, también la adhesión de algunos países al acuerdo de Escazú ha afectado varias relaciones comerciales.” (Entrevistado 10)*

*“El etiquetado puede ser uno de los grandes [sic] no trabas, pero si de los principales aspectos a considerar, los fletes las salidas desde Costa Rica pueden durar bastante y tener tiempos de tránsito largos”. (Entrevistado 11)*

## **Análisis**

Como se ha plasmado en las categorías anteriores el mercado del CARICOM es un mercado donde, si bien crecieron las exportaciones en el 2021, aún sigue siendo de los menos relevantes para Costa Rica. Según las respuestas dadas por las personas participantes de la muestra, los principales retos al intentar comercializar han sido el tema de etiquetados y la falta de unificación de criterios en cuanto a restricción y reglamentos entre los países miembros, esto y los constantes problemas que tiene la región con los fenómenos naturales son de conocimiento para el país. Flores (2018) indicó:

En general la economía caribeña se ha visto afectada en los últimos años por fenómenos naturales, que no solo han provocado pérdidas en la producción, sino también un lento crecimiento. No obstante, los empresarios nacionales insisten en que esta zona tiene bastante potencial. (párr. 11)

Los exportadores están muy conectados con mercados tradicionales, por lo que la penetración en otros puede ser más lenta y requiere una mejora de las vías marítimas para llevar los productos, según la Cámara de Exportadores. (párr. 12)

Desde el 2018 las empresas exportadoras de manera directa y también mediante cámaras u organizaciones expresan al gobierno la necesidad de buscar estrategias para penetrar en el mercado caribeño, que está desabastecido y con necesidades que pueden ser suplidas desde Costa Rica. Para ello necesitan el apoyo de las entidades, con el fin de generar una mayor presión en temas como eliminar o bien disminuir trabas y burocracia que se pueden presentar en el camino y con esto tener ventajas sobre otros países que son competencia.

## **Categoría 7. Transporte marítimo**

### **Descripción.**

El transporte internacional es uno de los aspectos esenciales en cualquier negociación de comercio que se desee efectuar, ya que en la mayoría de las transacciones representan un valor importante en el costo de las operaciones. Mondragón (2018) indica sobre el transporte marítimo que “dada su relación costo/ beneficio para el transporte internacional de carga, es el medio de transporte más usado en el comercio mundial. Este involucra: manipulación y preparación de la carga” (párr. 2). Para esta categoría los entrevistados indican:

*“Considero que no hay trabas como tal, toda comercialización tiene sus "pegas" en este caso lo que puedo mencionar es la falta de opciones de transporte no todas las navieras tienen salidas directas y esto alarga los tiempos de tránsito.” (Entrevistado 3)*

*“La logística, el entendimiento cultural, el proceso de negociación como tal hacer el contacto, se tiene poca información del mercado entonces toda arriesgarse y empezar a explotar por cuenta propia sobre cómo funciona el mercado en si así como también dar la tarea de investigar la competencia y sus precio.” (Entrevistado 5)*

*“La logística definitivamente es una traba, las exportaciones casi que se deben cotizar en el momento que salgan las navieras no tienen salidas directas normalmente se debe hacer transbordo en Miami y luego redimirse por lo que los tiempos de tránsito son mayores a 15 días.” (Entrevistado 6)*

*“El etiquetado puede ser uno de los grandes [sic] no trabas, pero si de los principales aspectos a considerar, los fletes las salidas desde Costa Rica pueden durar bastante y tener tiempos de tránsito largos”. (Entrevistado 11)*

*“En mi experiencia el transporte la oferta de Costa Rica hacia el Caribe son pocos constantes y con tiempo de tránsito largos entonces esto dificulta a tener precios más competitivos.” (Entrevistado 12)*

*“En regular la traba o reto principal es tener una buena comunicación con las agencias, forwarders y navieras para conseguir buenas y salidas constantes porque si se puede volver un proceso lento el tránsito hacia el caribe.” (Entrevistado 13)*

## **Análisis**

Los entrevistados coincidieron que una afectación al comercializar con el Caribe es la falta servicios de transporte internacional y logística, las preocupaciones se extienden a nivel de frecuencia, salidas, opciones y tiempos de tránsito. Todo esto se puede ver asociado nuevamente a la relevancia que tiene este mercado para el país pero con la llegada de la pandemia todos los mercados conocieron la importancia del transporte internacional en las relaciones comerciales con la crisis de contenedores vivida. Esquivel (2021) para este tema indica:

La problemática del aumento de costos de transporte marítimo no se va a detener en el corto y mediano plazo. (párr. 1)

Lamentablemente, el sector empresarial se está viendo obligado a reducir stock de productos, aumentar precios y, en algunos casos extremos, hasta despedir personal

como efectos de los impactos que ha tenido en la cadena de suministros el aumento de costo en los fletes marítimos. (párr. 2)

Basado en esto, es donde radica la importancia de que el flete internacional sea un reto que enfrentan los exportadores costarricenses para ofrecer un mejor servicio asociado al tema de tiempo de entrega, que va ligado a costos, más el mercado caribeño que es sensible al precio, ya que otros países pueden suplir también las necesidades y contar con una mejor logística.

## **Categoría 8. Participación de las entidades**

### **Descripción**

En Costa Rica hay instituciones asociadas a temas de comercio internacional, varias de las cuales se han mencionado en la investigación. Cada entidad tiene funciones que son vitales para el funcionamiento del intercambio comercial, entre las destacadas está PROCOMER, entidad que fue denominada, al 2021, 8 veces como la promotora número 1 del mundo. Sobre la participación de las instituciones públicas los entrevistados comentaron lo siguiente:

*“Actualmente PROCOMER ayuda directamente con la obtención del certificado de origen para participar del TLC, además de los procedimientos previos y posteriores a dicho certificado: [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/certificacion-caricom2020-01-06\\_21-01-36.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/certificacion-caricom2020-01-06_21-01-36.pdf).” (Entrevistado 1)*

*“COMEX participa en la negociación. PROCOMER ejecuta la verificación de origen negociada en el tratado. PROCOMER da capacitación al sector sobre este proceso.” (Entrevistado 2)*

*“Bueno, siempre se critica a las instituciones de este tipo, pero PROCOMER tiene varios estudios de mercado para esta región los cuales son bien detallados y generan conocimiento y dan un panorama real del mercado, COMEX más que tener información publicada en la página web no ha visto que tenga alguna otra iniciativa o facilidad/” (Entrevistado 3)*

*“PROCOMER ha sido muy activo y un aliado [sic] en la búsqueda de oportunidades. Me parece que COMEX debe hacer más para actualizar el tratado buscando incluir más productos y mercados que quedaron fuera.” (Entrevistado 4)*

*“CINDE se enfoca en buscar IED pero de los mercados caribeños son pocos o quizás nulos los que se tengan, PROCOMER con los estudios de mercado colaboran a los emprendedores y exportadores experimentados a ubicar como se encuentra el mercado, COMEX me parece que para ser el Ministerio de comercio Exterior se encuentra bastante apartado de todo no se le ve en campañas de capacitación ni nada por el estilo.” (Entrevistado 5)*

*“Participan cada una a su modo, pero falta mayor apertura a la información.” (Entrevistado 6)*

*“Como PROCOMER estamos siempre con la disposición de aclarar las dudas y consultas que tengan, lo podemos hacer mediante reuniones y correo electrónica, además constantemente la unidad de investigación pública constantes estudios de mercado para generar conocimiento en la población, así como el portal de estadísticas que contiene información relativa e importante.” (Entrevistado 7)*

*“Cada entidad hace sus trabajos, CINDE se centra en IED COMEX normalmente no se le ve mucha participación, PROCOMER es más de estadísticas y estudios, y hacienda que actualmente está con problemas lleva el registro del comercio del país.” (Entrevistado 8)*

*“Creo que las entidades buscan la participación ciudadana, que se involucren más en los procesos para que tengan un mayor conocimiento en temas de relevancia y con esto generar, además considero que el MEIC es una de las instituciones que brinda más apoyo en especial a las pymes.” (Entrevistado 9)*

*“En realidad en la actualidad no se ha dado tanto [sic] promoción más lo que se puede ver en las páginas web, no se está generando constante información sobre qué hacer, ejemplo en*

*el tiempo de pandemia era una zona de oscuridad para los que exportábamos de que podíamos hacer y no se vio tanto apoyo.” (Entrevistado 11)*

*“Una participación básica, falta más información en especial capacitación, se necesita más actividad en redes social.” (Entrevistado 12)*

## **Análisis**

Tomando en consideración las respuestas y comentarios brindados por los entrevistados, con relación a la participación de las entidades públicas tales como PROCOMER, COMEX, CINDE, entre otras, en el tema de comercialización entre Costa Rica y el CARICOM, las opiniones son variadas. En algunos momentos los encuestados han contado con la participación y colaboración a como otros consideran que falta mayor involucración de su parte.

Cada entidad por su parte genera colaboración en algunos ámbitos, ejemplo PROCOMER (s.f.) “coordina y ejecuta las actividades de capacitación para nuestros clientes externos, con el fin de mejorar el conocimiento y las habilidades clave que requieren los empresarios que desean o ya han internacionalizado sus productos o servicios” (párr.1), por su parte COMEX (2022) comentó sobre la nueva oficina de PROCOMER

En la nueva oficina, el sector exportador podrá tener acceso a todos los servicios y/o trámites que ofrece PROCOMER a empresas exportadoras y no exportadoras, como por ejemplo: asesoría para la exportación, asesoría en regímenes especiales, guía para participación en ferias internacionales, acceso a programas de fondos no reembolsables, asesoría para licenciarse Marca País, encadenamientos productivos, entre otros. (párr. 6)

## Categoría 9. Oferta y demanda

### Descripción

La oferta y demanda a nivel mundial es de los factores que mueve las economías, es el sentido de la comercialización de bienes y servicios. Malacrino et al. (2022) indican que “se preveía que los shocks de la oferta y la demanda provocados por la pandemia causarían un espectacular desplome del comercio internacional, pero este ha mostrado mayor resiliencia que en crisis mundiales anteriores (párr. 2)”. Relacionado al mercado de Costa Rica y los países asociados al CARICOM, los entrevistados indicaron lo siguiente:

*“Lo primordial es dar a conocer cuáles son las mercancías que tiene alta posibilidad de competir en el mercado, entidades de comercio en Costa Rica debería tocar las puertas de las empresas que comercializan dichas mercancías e incentivar la exportación.” (Entrevistado 3)*

*“Generar más conocimiento sobre las necesidades que tiene el mercado, ofrecer más colaboración en las ventanillas únicas con todos los procesos, agilidad en los tramites de personas en especial cuando son permisos de salud, dar a conocer ese TCL tal y como es el CAFTA que todos saben su aplicación y es un TCL sencillo de aplicar.” (Entrevistado 5)*

*“Dar a conocer las necesidades de producto que tienen los países del caribe para que las empresas costarricenses sepan en que enfocarse, o bien por si alguna empresa produce las mercancías que son demandadas pueda entrar en el mercado.” (Entrevistado 6)*

*“Asesorarse sobre los productos que están en demanda, pero también de aquellos que tengan crecimiento.” (Entrevistado 7)*

*“Creo que lo principal es dar a conocer las demandas actuales que tienen los mercados para saber las necesidades y las empresas sepan en cuales mercados pueden posicionar sus productos y servicios.” (Entrevistado 9)*

*“Las exportaciones a nivel mundial cayeron en el 2022 pero con la reactivación económica se espera que aumente la relación comercial con todas las regiones, entonces ahora lo que se debería hacer es incentivar a las exportaciones de los productos requeridos en la región.”* (Entrevistado 10)

*“Lo principal para incentivar el crecimiento de esta relación comercial es dar a conocer, investigar y estudiar el mercado, para con ello poder identificar cuáles son esas carencias y conocer cuáles son las principales necesidades de productos y servicios que tienen para poder crear una relación de oferta demanda de productos que Costa Rica pueda exportarles, así como también conocer que tienen los países miembros para ofrecer al país.”* (Entrevistado 13)

### **Análisis**

Para esta categoría los entrevistados dan a conocer la necesidad de conocer cuáles son los productos y/o servicios que actualmente están siendo demandados en el mercado del CARICOM, con el fin de poder centrar sus esfuerzos en exportar las mercancías correctas, que tengo oportunidades reales de tener éxito en destino, eso va ligado a la colaboración que las entidades les pueda brindar, para esto Montero (2019) indica,

El acuerdo con Caricom [sic] está estructurado con “ventanas” para ciertos productos. Son temporadas del año en las que la demanda por los productos es más alta. Esto garantiza la oportunidad y la venta con precios estables, superiores a los de los mercados inmediatos (local y centroamericano) y pagaderos en dólares. (párr. 10)

### **Unidad de análisis 2: Oportunidades de crecimiento**

Con base en lo anterior, en esta investigación sobre esta segunda unidad de análisis se desprenden las siguientes siete categorías, las cuales serán desarrolladas de manera independiente cada una, utilizando las palabras y expresiones exactas de las personas de la muestra participante

en la entrevista a las cuales se les aplicó el cuestionario y se realizará un análisis posterior fundamentado en la teoría del tema.

- Beneficios arancelarios
- Crecimiento económico
- Competitividad
- Producción local
- Estudios de mercado
- Promoción
- Reglas de origen

### **Categoría 1. Beneficios arancelarios**

#### **Descripción**

Al desarrollarse las relaciones comerciales entre países se buscan obtener mutuos beneficios que apoyen al crecimiento de la comercialización, entre esos beneficios se encuentran los arancelarios obtenidos mediante la firma de acuerdos comerciales. Páez (2021) indica que esos “tratos preferenciales están destinados a favorecer a socios comerciales o países menos avanzados. Asimismo, son establecidas mediante ley, por lo que dependen de los acuerdos y legislaciones de cada país” (párr. 1). Además la muestra entrevistada indicó lo siguiente sobre los principales beneficios que se obtienen de un TLC:

*“Ingreso sin aranceles a algunas mercados [sic].” (Entrevistado 4)*

*“Eliminación de aranceles, permisos temporales para la entrada de mercancías, programa de desgravación arancelaria, tratamiento especial para productos agrícolas.” (Entrevistado 5)*

*“Beneficios arancelarios primordialmente, esto de uso más para las importaciones que es donde se aprovechan más ya que las exportaciones son libres de impuestos en su gran mayoría de partidas arancelarias.” (Entrevistado 6)*

*“Genera competitividad en los sectores, beneficios arancelarios, puede generar un valor agregado a las exportaciones ser más competitivas.” (Entrevistado 8)*

*“Beneficios arancelarios principalmente.” (Entrevistado 9)*

*“Desgravación arancelaria y permite tener precios más competitivos.” (Entrevistado 10)*

*“Los beneficios siento van más centrados en los importadores para la aplicación del TLC y obtener rebajas arancelarias.” (Entrevistado 11)*

## **Análisis**

Para los entrevistados al conversar de beneficios a raíz de un acuerdo comercial lo primordial que destaca son las rebajas arancelarias, ya que este es el que les permite cuidar los costos, en este caso el TLC entre Costa Rica y el CARICOM tiene dos puntos importantes para esta categoría: las entradas temporales y la desgravación arancelaria. COMEX (s.f.) en su página web en relación con el texto del tratado en el Anexo III.04.2 indica:

Párrafos 3 y 4: establecen un tratamiento diferenciado para los países menos desarrollados (PMD) de este bloque. Por ello, Costa Rica otorgará, con excepción de los productos excluidos y los aceites, grasas y jabones, tratamiento libre de arancel a todos los productos originarios de esos países. Este tratamiento sería aplicable para los PMD que ratifiquen el tratado. Por su parte, los PMD no otorgarán preferencias arancelarias a los productos originarios de Costa Rica.

## Categoría 2. Crecimiento económico

### Descripción

El crecimiento económico es un factor de macroeconomía que cada país tiene en los planes proyectados anualmente y Costa Rica no es la excepción, donde desarrollar estrategias, utilizar mecanismos innovadores, ideas nuevos métodos son necesarios para alcanzar el objetivo. Mora (2022) indica que en “el cierre del año 2021 el Banco Central de Costa Rica (BCCR) había anunciado un crecimiento anual del Producto Interno Bruto (PIB) de 7,6 %; la estimación del IICE prevé un incremento de apenas un 4,8 % para el 2022” (párr. 2). Los entrevistados comentaron lo siguiente sobre los beneficios que el TLC puede generar para este aspecto:

*“De acuerdo con datos de COMEX yo diría que el volumen de exportaciones y de inversión que ah [sic] tenido el país, solo durante 2021 se exportaron US\$17 millones y en el periodo de los últimos 9 años e han registrado flujos acumulados de inversión por US\$77 millones.” (Entrevistado 1)*

*“Con los Tratados de Libre Comercio llegan beneficios para la economía de un país, se va mejorando la comercialización de nuevos productos lo que le da dinamismo a la economía, para Costa Rica este TLC es una oportunidad de obtener crecimiento económico porque puede aumentar las exportaciones.” (Entrevistado 2)*

*“La oportunidad de crecimiento en el mercado internacional, falta explotarlo, pero se ha tenido buena comercialización.” (Entrevistado 3)*

*“Creo que para este acuerdo en específico lo que se puede destacar es que Costa Rica puede expandirse en ese mercado que se encuentra desaprovechado aumento los ingresos y flujos.” (Entrevistado 6)*

*“Beneficios principales arancelarios y crecimiento economía en la relación comercial.” (Entrevistado 7)*

## **Análisis**

Según las respuestas brindadas por las personas que formaron parte de la muestra, con relación a los beneficios que otorga el TLC indican que se puede apreciar un crecimiento económico con la entrada de estos, para esto a nivel del acuerdo entre Costa Rica y el CARICOM a nivel de Costa Rica, la OECD (s.f.) indica que “el PIB crecerá un 3,2% en 2022 y un 2,6% en 2023. La demanda interna se fortalecerá moderadamente en 2022 y las exportaciones se beneficiarán de la reactivación del sector turístico en el último trimestre de 2022 y en 2023” (párr.v1).

En relación con el estatus del crecimiento económico la CEPAL presentó una noticia donde enfatizo la necesidad que se tiene en el Caribe de recuperar la economía donde Bárcena (2021) indica “Caribe en general está viviendo una paradoja en su recuperación en medio de un mundo dividido, con un patrón de desarrollo insostenible y con el riesgo de volver a las bajas trayectorias de crecimiento que tenía antes de la pandemia” (párr. 4).

## **Categoría 3. Competitividad**

### **Descripción**

La competitividad es de los aspectos que cada país debe controlar y tiene tanto impacto a nivel mundial que existen un ranking a nivel internacional que miden a los países, Murcia (2022) indica que este “mide la competitividad de cada nación en cuatro áreas diferentes; el desempeño económico, la eficiencia de los negocios e infraestructura, y la eficiencia de cada gobierno” (párr. 10). Los entrevistados indicaron sobre el TLC como un factor de competitividad lo siguiente:

*“Genera competitividad en los sectores, beneficios arancelarios, puede generar un valor agregado a las exportaciones ser más competitivas.” (Entrevistado 8)*

*“Desgravación arancelaria y permite tener precios más competitivos.” (Entrevistado 10)*

*“Los beneficios siento van más centrados en los importadores para la aplicación del TLC y obtener ventajas competitivas sobre el mercado local con mejores precios.” (Entrevistado 12)*

*“Los TLC en especial este puede significar una ventaja que se analiza de un lado competitivo Costa Rica puedes ofrecer productos nuevos que existan o no en el Caribe así con esto tener un factor diferenciador obteniendo mayor competitividad.” (Entrevistado 13)*

## **Análisis**

De acuerdo con lo indicado por los entrevistados, en relación con el tema de los beneficios generados a raíz del TLC entre Costa Rica y el CARICOM, se mencionó la competitividad como medida internacional, pues los países son medidos para conocer en qué posición se encuentran para enfrentar retos en una eventual revolución industrial y conocer qué tan preparados están para aprovechar los beneficios que se les presenten. De esto Esquivel 2019 indica:

Costa Rica se posiciona como el quinto país más competitivo en la región en el puesto 62. Dentro de las fortalezas que presenta el país, el informe señala que, en los temas de infraestructura, salud, habilidades y productos, Costa Rica se posiciona más alto que el promedio latinoamericano. (párr. 3)

A pesar de las fortalezas con las que cuenta el país, Costa Rica enfrenta retos considerables para aprovechar el potencial de la cuarta revolución industrial. Dentro de las áreas más críticas se encuentra la adopción de TIC al tener pocas suscripciones a internet de fibra óptica y banda ancha fija. (párr. 4)

Ahora bien, según lo indicado por los entrevistados el tratado de libre comercio es una herramienta para que Costa Rica genere una mayor competitividad a nivel comercialización con el CARICOM, aprovechando en conjunto con los otros beneficios tales como las desgravaciones arancelarias y preparar a nivel de precios y posicionamiento un mejor aprovechamiento de las oportunidades.

## Categoría 4. Producción local

### Descripción

La producción local de Costa Rica esta diversificada en varios sectores de industria, agricultura y servicios los cuales, deben luchar con los bienes y servicios que son importados. Núñez (2022) indica: “para enfrentar una inflación mayormente importada como la actual, el “freno” que deberá ponerse sobre las actividades económicas locales, a fin de contener la inflación y compensar los precios mayores de bienes del exterior” (párr.3). Sobre la producción local basados en el TLC los entrevistados indicaron:

*“Cualquier TLC tiene la posibilidad de afectar al productor local, al TCL tener beneficios o desgravaciones arancelarias pueda ser una competencia agresiva para el precio local.” (Entrevistado 3)*

*“La competencia de precios entre lo importado y lo producido localmente.” (Entrevistado 6)*

*“Afectación del productor local porque los precios pueden verse afectados por una competencia agresiva.” (Entrevistado 8)*

*“Afectación al productor agrícola.” (Entrevistado 9)*

*“Impactar lentamente en la producción local pero no en gran escala, como las importaciones son lentas y bajas.” (Entrevistado 10)*

*“La repercusión de las empresas que producen productos que también se importan deben entrar a una lucha de precios.” (Entrevistado 11)*

*“Afecta a los productores locales sería la única desventaja que podría pensar.” (Entrevistado 12)*

*“El punto de mejora de Costa Rica sería revisar bien que los pocos productos que se importan no están o no vayan a afectar al productor local.” (Entrevistado 13)*

### **Análisis**

Con la entrada en vigor y desde el proceso de toma de decisiones al decidir firmar un acuerdo comercial, siempre hay partes que se ven beneficiadas y partes que pudiesen verse impactadas de una forma menos positiva, lo indicado por la muestra entrevistada en relación con los puntos de mejora del tratado muestran que hay una afectación del productor local que aplica para ambas partes.

En el caso de Costa Rica, según indica COMEX (s.f.), para el 2021 estos fueron las mercancías importadas. “abonos; arenas silíceas; combustibles y aceites minerales; colchones de caucho o plástico; pilas, baterías o acumuladores para reciclar; productos a base de cereales; vacunas; vidrio para reciclar; medios de cultivo de microorganismos y polipropileno” (párr. 7), estos productos no representan a aquellos que son producidos en el país, lo que se podría indicar que no hay una gran afectación al productor costarricense a raíz del TLC.

## **Categoría 5. Estudios de mercado**

### **Descripción**

Para los exportadores e importadores de cualquier país, al momento de decidir comercializar al extranjero deben asumir varios retos para tener éxito, entre los aspectos importantes para tomar esta decisión es llevar a cabo un estudio de mercado que le permita conocer la situación del país destino. Ferrer (2019) indica que “sin información, sin datos o sin un estudio que nos permita conocer las posibilidades que tenemos, estaremos arriesgando demasiado, sin poder entender las necesidades reales de las personas y sin conocer las posibilidades de éxito” (párr. 3). Con respecto a la participación de entidades nacionales en este factor los entrevistados indicaron lo siguiente:

*“Estudios de mercado actualizados para conocer si las necesidades han cambiado.”  
(Entrevistado 2)*

*“Darle fama al TLC siento que es de mucha ayuda y casi no se menciona en ninguna entidad la importancia de este tratado, así como tampoco se hacen tantos estudios para otros como lo es el CAFTA.” (Entrevistado 6)*

*“Bueno actualmente no se han realizado nuevos estudios de mercado para el caribe ni para el tema del caricom [sic], quizás no es necesario un estudio, pero si se mantiene información en los portales estadísticos del caribe en general además se pueden ver por país para seleccionar exclusivamente caricom [sic].” (Entrevistado 7)*

*“Incentivar las exportaciones a la mayoría de los países miembros ya que actualmente se está centrando en países específicos como Trinidad y Tobago y no se ha considerado hacer estudios sobre que productos se venden a Trinidad, pero también son demanda en otros países miembros.” (Entrevistado 8)*

*“En publicar más vuelvo con el tema de las redes sociales si ingresas a la página de PROCOMER ves un montón de fotos bonitas alusivas a sectores pero sin información, COMEX publica noticias leyes, pero hace falta contenido que genere conocimiento que eduque y capacite.”  
(Entrevistado 12)*

*“Para destacar en mercados es necesarios conocer a profundidad ese mercado, PROCOMER tiene bastantes estudios de mercado, El Caribe en específico sino me equivoco no he visto tantos, si es un mercado que PROCOMER ha dejado de lado lastimosamente, COMEX súper desactualizado creo que apenas tiene dato 2021.” (Entrevistado 13)*

## **Análisis**

Para el tema de la intervención, participación y roles que tiene las entidades costarricenses asociadas al comercio internacional, los entrevistados indicaron sobre la necesidad existente de más estudios que den a conocer las necesidades que diferentes mercados o zonas económicas están presentando, con el fin de que los productos y exportadores costarricenses puedan llevar sus mercancías al exterior.

PROCOMER (2021) publicó el informe llamado “Memoria 2021” en este indica sobre los resultados obtenidos al cierre de octubre de ese año, entre lo cual mencionan la gestión realizada en varias áreas como en la parte de investigación y, para el tema de los estudios de mercado, indica que de la meta anual de 63 estudios se realizaron 54, cerrando con un cumplimiento de 84 %. Además, comenta lo siguiente:

Los estudios realizados por la Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER respondieron a las necesidades de información de todos los sectores productivos del país.

A nivel de asistencia, se contó con la participación de más de 230 empresas costarricenses, 34% provenientes de las zonas regionales y 48% presentadas por mujeres. (p. 58)

## **Categoría 6. Promoción**

### **Descripción**

Esta categoría hace referencia a la promoción que las entidades nacionales ligadas al comercio internacional han realizado para los mercados involucrados en la relación comercial generada a raíz del TLC Costa Rica y el CARICOM. Piedra (2020) indica que “Costa Rica tiene mucho para ofrecerle a los mercados internacionales, sin importar la región del país, nuestra oferta

exportadora garantiza innovación, excelencia y calidad” (párr. 6). La muestra entrevistada comentó lo siguiente:

*“Creo que en dar a conocer los beneficios de exportar a estos mercados, los exportadores están muy conectados con mercados tradicionales, en especial Estados Unidos y Europa y no saben las grandes posibilidades que tienen en mercados locales.” (Entrevistado 1)*

*“Apoyar al exportador e importador siempre debería ser el enfoque principal, dar a conocer las oportunidades de mercado y ofrecer capacitaciones gratuitas muchas veces la falta de información frena la oportunidad de crecimiento.” (Entrevistado 3)*

*“Incentivar las exportaciones a la mayoría de los países miembros ya que actualmente se está centrando en países específicos como Trinidad y Tobago y no se ha considerado hacer estudios sobre que productos se venden a Trinidad, pero también son demanda en otros países miembros.” (Entrevistado 8)*

*“En dar mayor promoción a la comercialización, dar a conocer las ventajas y las oportunidades.” (Entrevistado 10)*

*“En sacar mayor aprovechamiento de la desgravación arancelaria y hacer mayor promoción al mercado que no se considera tan relevante como un CAFTA.” (Entrevistado 11)*

## **Análisis**

De acuerdo con lo indicado por la muestra entrevistada sobre el tema de las oportunidades de mejora que tienen las entidades nacionales asociados al comercio de Costa Rica, se indicó que existe una latente necesidad por conocer cuáles son aquellos mercados que son potenciales para los productos que pueden tener éxito en la exportación a mercados actuales y mercados nuevos, esto con el fin de poder desarrollar estrategias basadas en la información que estas entidades son capaces de brindar.

Basado en esto, PROCOMER desarrolló el plan estratégico 2019-2022 donde da a conocer los resultados del cierre del plan anterior e indica las aspiraciones del nuevo periodo. Entre las metas que se propuso está seguir con la relación en conjunto con COMEX y CINDE para conseguir la incorporación en la OCDE y así poder ofrecer lograr crecimiento en las exportaciones y encadenamientos, atraer más flujos de IED y también poder tener una transformación que tenga énfasis en nuevas actividades y descubrir nuevos mercados, así como también tener una mejor facilitación del mercado.

PROCOMER (s.f.) en el plan estratégico indica:

Queremos seguir siendo flexibles y ágiles en la forma en la que atendemos las necesidades de nuestros emprendedores y exportadores, porque sabemos que la adaptación al cambio es parte central de nuestras partituras. Estamos constantemente analizando tendencias internacionales y en búsqueda de buenas prácticas para mejorar nuestro apoyo al sector. Creemos que es fundamental mantener nuestro foco en lograr la excelencia, fortaleciendo servicios y siendo versátiles, sin perder el norte de nuestra estrategia institucional y las metas propuestas para los próximos años. (p. 22)

## **Categoría 7. Reglas de origen**

### **Descripción**

Las reglas de origen son criterios que se establecen en los acuerdos comerciales para aplicar los diversos beneficios pactados entre las partes interesadas. La OMC (s.f.) indica sobre las reglas de origen que su relevancia “se explica porque los derechos y las restricciones aplicados a la importación pueden variar según el origen de los productos importados” (párr.1). Los entrevistados indican sobre los principales retos para la aplicación de este TLC lo siguiente:

*“Que el exportador proporcione el certificado de origen, la falta de conocimiento sobre cuándo se puede y no aplicar, si es un exportador o importador novato no tiene tanta experiencia para la aplicación, y no se ofrecen capacitaciones de aplicación.” (Entrevistado 3)*

*“Muchas partidas quedaron fuera, además conseguir el certificado de origen para ingresar sin aranceles es laborioso y tedioso.” (Entrevistado 4)*

*“Traba como tal puede ser la identificación del producto donde se vea el origen, si son productos que requieran algún tipo de nota técnica hay que vigilar todo el proceso porque hasta el formato de una etiqueta nutricional que no esté en inglés y en español puede causar atrasos en los procesos, por lo tanto, primero se debe averiguar bien todos los requisitos.” (Entrevistado 5)*

*“Las denominaciones de origen que están determinadas por PROCOMER el proceso se puede alentar.” (Entrevistado 6)*

*“Las denominaciones de origen.” (Entrevistado 7)*

*“Las denominaciones de origen podría decir que es lo principal, ya que el TLC no tiene mucha reglamentación es un formato simple y amigable.” (Entrevistado 8)*

*“Etiquetados, reglas de origen, desconocimiento de los procesos.” (Entrevistado 9)*

## **Análisis**

Entre los puntos de mejora que puede tener el TLC entre Costa Rica y el CARICOM para la muestra entrevistada son los criterios de las reglas de origen y el proceso para de certificación del origen ante PROCOMER; para el caso de este acuerdo comercial en el capítulo IV se indica el procedimiento que se debe cumplir, además tiene el anexo IV.03 para reglas de origen especiales, ante esto el texto del tratado indica:

### **Artículo IV.03 Mercancías Originarias**

1. Salvo que se disponga lo contrario en este Capítulo, una mercancía se considerará originaria del territorio de una parte cuando:

- (a) sea obtenida en su totalidad o producida enteramente en territorio de una o ambas Partes según se define en el Artículo IV.01;
- (b) sea producida en el territorio de una o ambas Partes a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios de conformidad con este Capítulo; o
- (c) cada uno de los materiales no originarios que se utilicen en la producción de la mercancía sufra un cambio aplicable de clasificación arancelaria según lo dispuesto en el Anexo IV.03 como resultado de que la producción se haya llevado a cabo enteramente en el territorio de una o ambas Partes, o que la mercancía cumpla de otro modo con los requisitos correspondientes de ese Anexo cuando no se requiera un cambio en la clasificación arancelaria, y la mercancía cumpla con los demás requisitos aplicables de este Capítulo. (p. 3)

### **Unidad de Análisis 3: Cadenas globales de valor**

Con base en lo anterior, de esta segunda unidad de análisis se desprenden las siguientes siete categorías, las cuales serán desarrolladas de manera independiente utilizando las palabras y expresiones exactas de las personas de la muestra participante en la entrevista, a las cuales se les aplicó el cuestionario y se realiza un análisis posterior fundamentado en la teoría del tema.

- Falta de conocimiento
- Participación de las entidades
- Encadenamientos locales
- Impacto económico
- Calidad
- Demanda de productos
- Demanda de servicios

## Categoría 1. Falta de conocimiento

### Descripción

Para Costa Rica las cadenas globales de valor pueden ser poco comunes o no tan desarrolladas, pero en otros países son utilizadas con fines que aportan bienestar económico. Álvarez (2021) indica que estas “son esenciales para el comercio moderno. La separación del proceso de producción en varias etapas llevadas a cabo en distintos países les permite aumentar su productividad mediante la especialización” (párr. 1). Los entrevistados indicaron lo siguiente sobre la promoción de las entidades públicas con respecto a las CGV:

*“En Costa Rica no se han desarrollado o no se la ha realizado mucha propagando a las CGV, somos un país subdesarrollado deberíamos ser pioneros para Centroamérica y no lo somos, la CGV en industria de dispositivos médicos debería ser un éxito.” (Entrevistado 3)*

*“Falta información de posibilidades.” (Entrevistado 4)*

*“Creo que Costa Rica es un país donde no se habla tanto como se debería de cadenas globales de valor y lo impactantes que pueden ser para una economía como la del país, el dar a conocer que son como funcionan, que beneficios tienes y dejan empieza por parte de las entidades de gobierno e instituciones asociadas, por lo que puedo definir como un trabajo de participación e de información deficiente por parte de las entidades públicas.” (Entrevistado 5)*

*“Cadenas globales de valor no son tan comunes a desarrollar, muchos exportadores no saben ni que son ni como se pueden beneficiar entonces eso refleja que a las entidades públicas les falta generar más conocimiento.” (Entrevistado 8)*

*“Poco involucradas, casi no se tienen conocimiento de las CGV.” (Entrevistado 11)*

*“Conozco varios casos de éxito con las cadenas globales de valor, creo que el más conocido ha sido el de INTEL, el proceso, los beneficios son realmente utiles para la economía,*

*pero sí creo que no es algo en lo que se estén enfocando ya que no se escucha sobre esto en el mercado ni en noticias.” (Entrevistado 13)*

## **Análisis**

Sobre las cadenas globales de valor en Costa Rica, según lo indicado por las personas de la muestra entrevistada, es un tema que ha sido poco comentado en el país y se indicó la falta de conocimiento sobre cómo implementarlas, los beneficios, los casos de éxito, las oportunidades existentes que es un desafío con el cual los exportadores, productores, empresas deben lidiar. Si bien es una estrategia que genera mucho interés, no perciben tener la suficiente información al alcance. Rodríguez (2022) comentó lo siguiente sobre las CGV en Costa Rica:

La participación de Costa Rica en las cadenas globales de valor (CGV's) ha sido y sigue siendo caso de estudio a nivel internacional. Nuestros primeros pasos en la integración a las CGV's fueron similares a los de muchos otros países en desarrollo. Con una base agrícola de productos tradicionales principalmente, Costa Rica luego pasó a adoptar estrategias de sustitución de importaciones en los años 60 y 70 con resultados mixtos, en el mejor de los casos. Luego del colapso del modelo a principios de los años 80, el país enfrentó la crisis económica más importante de su historia y motivando una transformación en su paradigma de desarrollo, abriendo su economía y al mismo tiempo poniendo en marcha las instituciones para fomentar el comercio internacional y atraer inversiones, originalmente en las áreas de agroindustria y textiles. Estas fueron las primeras experiencias de Costa Rica con las CGV's. (párr. 2)

En la publicación realizada por Rodríguez (2022) se brinda la esencia de la evolución que ha tenido el país en el tema de las CGV, pasando inicialmente por una base de productos catalogados como los tradicionales ligadas al sector agrícola, pero también comenta sobre el paso de los años y la globalización dio el impulso para utilizar el programa de zonas francas para los TLC e impulsar la participación en más cadenas, pero bien, como recalca el autor, es un tema que aún se encuentra en estudio y se va experimentando cada vez más.

## Categoría 2. Participación de las entidades

### Descripción

Esta categoría hace referencia a la participación de las entidades nacionales en temas de cadenas globales de valor. Martínez (2022) indica que “la característica más importante de las cadenas de valor es que, como su nombre lo indica, tiene presencia en distintos países del mundo de los cuales aprovecha las ventajas competitivas que estos ofrecen” (párr. 7). Entendiendo que las CGV pueden ser importantes en una economía, los entrevistados indicaron lo siguiente con respecto a la participación de las entidades costarricenses:

*“No mucho, es un problema que tenemos a nivel país son pocas las instituciones que se encargan de dar a conocer el valor y las posibilidades que este tratado puede brindar a productores nacionales.” (Entrevistado 1)*

*“Creo que Costa Rica es un país donde no se habla tanto como se debería de cadenas globales de valor y lo impactantes que pueden ser para una economía como la del país, el dar a conocer que son como funcionan, que beneficios tienes y dejan empieza por parte de las entidades de gobierno e instituciones asociadas, por lo que puedo definir como un trabajo de participación e de información deficiente por parte de las entidades públicas.” (Entrevistado 5)*

*“Les falta involucrarse más capacitación técnica en todo lo que es la cadena de suministro, se enfocan solo en zonas francas y en atraer IED pero no están viendo que hay empresas con potencial para desarrollar cadenas pero quizás no tienen conocimientos técnicos y ahí es donde están fallando en no apoyar.” (Entrevistado 6)*

*“Las entidades locales casi no presentan estudios de cadenas de valor, hace falta más información en general en el mercado y más especialización para los que están intentando aplicarlas.” (Entrevistado 9)*

*“Hay entidades que hacen estudios y generan estadística sobre las cadenas globales de valor, lo que hace falta es incentivar a los productos, exportaciones, importadores e involucrados a participar.” (Entrevistado 10)*

*“Poco involucradas, casi no se tienen conocimientos de las CGV.” (Entrevistado 11)*

*“Cadenas Globales de Valor un tema súper importante, es bueno que estudiantes realicen investigaciones de estos temas, sin tan importantes y es una lástima mismo asunto redes sociales no se ve ni se mencionan, involucradas 0 %.” (Entrevistado 12)*

## **Análisis**

Basado en el tema de la participación y el papel que conllevan las entidades costarricenses en las cadenas globales de valor para la muestra entrevistada, la participación no es dinámica ni constante en estos aspectos, pero iniciando por CINDE (2021) presentó el informe llamado reporte de impacto 2021, donde menciona que durante ese año se confirmaron 20 encadenamientos, lo cual representó un aumento de 233 % más que en el 2020. Además, señala que “de manera proactiva, se fortalece la propuesta valor de Costa Rica atendiendo y fomentando potenciales encadenamientos a lo largo del ciclo de vida de un proyecto de inversión” (p. 36).

Por otra parte, la participación de la Promotora de Comercio de Costa Rica tiene una dirección de encadenamientos, la cual tiene servicios como que busca suplidores nacionales, elaboran proyectos de desarrollo, coordina agendas de negocios y ofrece un mercado virtual para conocer las ofertas y demandas. PROCOMER (s.f.) indica que poseen la dirección de “Encadenamientos para la Exportación, la cual está encargada de concretar encadenamientos de alto valor agregado para la exportación, entre empresas multinacionales y suplidoras nacionales con estructuras de abastecimiento y logística de clase mundial” (párr. 1).

### Categoría 3. Encadenamientos locales

#### Descripción

Esta categoría hace referencia a los beneficios que se pueden obtener de las cadenas globales de valor, en este caso los encadenamientos productivos. PROCOMER (2020) indica que “los EPs son catalizadores de procesos de innovación y escalamiento para las pymes del entorno, ya que no solamente satisfacen una condición de precio, sino que también especificaciones técnicas, que a su vez estimula el flujo de conocimiento el cual induce en gran parte a su escalamiento” (párr. 7). Con relación a los beneficios, la muestra entrevistada indicó lo siguiente:

*“Yo creo que son muchos [sic] mejoras en la productividad debido a la mayor innovación en materia de procesos y productos; aumento del empleo y de los puestos de trabajo de mayor calidad; fortalecimiento de los eslabonamientos productivos hacia atrás y adelante; inclusión de las micro y pequeñas empresas de bienes y servicios.” (Entrevistado 1)*

*“Crear encadenamientos para las empresas de CR.” (Entrevistado 2)*

*“Combinan la producción nacional a las internacionales, diversifican la oferta exportadora, generan oportunidades de empleo calificado, encadenamientos productivos de manera local, más estándares de calidad y mejor tecnológica.” (Entrevistado 9)*

*Las CGV tiene múltiples beneficios en las economías de los países, lo principal es desarrollar escalonamientos o encadenamientos productivos donde se pueden incorporar muchas mercancías.” (Entrevistado 13)*

#### Análisis

De los posibles beneficios que se pueden obtener al participar en cadenas globales de valor, la muestra entrevistada comentó que el desarrollo de los encadenamientos productivos del país puede aumentar conforme vaya creciendo el desarrollo de la CGV. El BCCR realizó un estudio

sobre el análisis sobre el encadenamiento productivo de las empresas multinacionales atraídas por CINDE a Costa Rica y como parte de las conclusiones del informe indicaron las nuevas IED atraídas por CINDE y que las zonas francas poseen más encadenamientos que las locales. Además, Huertas *et al.* (2022) señala:

Utilizan datos a nivel de empresa del régimen de zonas francas de Costa Rica. Buscan determinar si los encadenamientos aumentan con el tiempo, a medida que las empresas acumulan más experiencia en el país que recibe la inversión. Encuentran tres resultados principales: en primer lugar, las empresas de las zonas francas de Costa Rica compran un poco más del 28% de sus insumos materiales a proveedores nacionales; en segundo lugar, los insumos y servicios materiales nacionales representan un poco más del 19% de sus costos totales de producción; y finalmente, el efecto marginal de un año adicional de experiencia es 0,20%. Es decir, cada año se incrementa la cantidad de insumos y servicios materiales domésticos que las empresas de zona franca adquieren de los proveedores locales, como proporción de los costos totales de producción. (p. 8)

#### **Categoría 4. Impacto económico**

##### **Descripción**

Esta categoría hace referencia a los beneficios que se generan al participar en cadenas globales de valor para lo cual uno de ellos es el impacto económico, el Banco Mundial (2019) indica que “los países en desarrollo pueden lograr mejores resultados para sus ciudadanos implementando reformas que aumenten su participación en las cadenas de valor mundiales. Estas reformas pueden ayudarlos a expandir sus economías” (párr. 3). De este tema los entrevistados indicaron lo siguiente:

*“Primordialmente el impacto económico, para un producto ser parte de una CGV significa que es un producto con calidad y esto genera un valor agregado, tienen procesos y estándares diferentes.” (Entrevistado 5)*

*“Le va a dar un sello de calidad, donde se sabe que los procesos son con excelencia y esto puede marcar la diferencia ante una competencia en el mercado, a nivel país los beneficios es crear una mejor y más amplia economía.” (Entrevistado 6)*

*“Sofisticación de la cadena exportable, permite llegar a mercados de mayor valor agregado, economía más dinámica, innovación y transferencias tecnológicas.” (Entrevistado 8)*

*“La participación se ve en la económica, calidad, acceso a la tecnológica, métodos innovadores, valor agregado.” (Entrevistado 10)*

*“Impacto económico, generación de empleos, mayor calidad.” (Entrevistado 11)*

## **Análisis**

Para la muestra entrevistada, la participación en las cadenas globales de valor trae consigo un impacto económico, esto se produce ya que se utiliza como estrategia para desarrollar encadenamientos productivos y crear una atracción de inversión extranjera directa como ocurre en el caso de Costa Rica, que también está asociado al régimen de zonas francas que se maneja, todas estas acciones desencadenan reacciones en aspectos económicos como la generación de nuevos empleos, para esto CINDE (2021) publicó:

Por sexto año consecutivo, las compañías atraídas por CINDE alcanzaron una cifra récord de 22.461 empleos formales y una ganancia neta de empleos de 19.725 puestos creados durante este año. Es decir, un incremento de 13.4% y 34%, respectivamente, en comparación al 2020. En total, estas empresas brindan empleo directo a 162.238 personas en el país. (párr. 3)

El director general de CINDE, Jorge Sequeira, destacó el desempeño obtenido y el impacto positivo en un segundo año de pandemia que continúa siendo retador: “Celebramos estos resultados que, sobre todo, generan un impacto real a través de

empleo formal y mayores oportunidades para el recurso más valioso que tiene nuestro país: su gente. (párr. 4)

## **Categoría 5. Calidad**

### **Descripción**

Esta categoría hace referencia al impacto que tiene las cadenas globales de valor en las mercancías y servicios que se desarrollen bajo este, así como los que surgen a raíz de encadenamientos, con respecto a la calidad esta puede conducir a ser un factor de diferenciación y de valor agregado. PROCOMER (2021) indica “grandes orquestas, esas que brillan en mercados internacionales, tienen componentes claves como el valor agregado, lo cual vamos a fomentar en nuestra partitura para que nuestras empresas alcancen la competitividad a la que se aspira en los escenarios internacionales” (p.33). Para esto los entrevistados indicaron lo siguiente:

*“Una CGV va a dar un respaldo de calidad y eficiencia lo cual permite destacar y ofrecer valor agregado a cualquier producto y/o servicio.” (Entrevistado 3)*

*“Falta información de posibilidades específicas para Costa Rica, pero en general participar en cadena globales de valor es sinónimo de calidad y estándares altos.” (Entrevistado 4)*

*“Le va a dar un sello de calidad, donde se sabe que los procesos son con excelencia y esto puede marcar la diferencia ante una competencia en el mercado, a nivel país los beneficios es crear una mejor y más amplia economía.” (Entrevistado 6)*

*“Mejorar la economía, el dinamismo del mercado, y atraer IED sobretodo asegurar productos de excelencia y calidad que esto conlleva a valor agregado.” (Entrevistado 7)*

*“Iniciando [sic] por el desarrollo económico, atracción de IED, dinamismo, producción de calidad, servicios de calidad, tecnología, innovación.” (Entrevistado 12)*

## **Análisis**

Al tener en cuenta las respuestas brindadas por las personas de la muestra sobre la calidad asociada a las cadenas globales de valor, este es un aspecto que se espera en cualquier producto que forma parte de una CGV, ya que los estándares, técnicas, metodologías y la necesidad de innovación lo exigen, como su nombre lo dice generan valor, el cual es el atractivo principal por el cual los consumidores finales adquieren el producto y/o servicio. Zuñiga (2020) indica para Costa Rica:

En el tema de la participación en las cadenas globales de valor Costa Rica la mayoría de las cadenas globales de valor en las que participamos nos mantienen en la parte baja de la “U” de generación de valor. Este punto es el que menos valor agrega a los productos. Muchísimas de nuestras empresas lo que finalmente hacen es tomar una importación intermedia, transformarla en algún sentido y volverla a exportar. ¿Eso es generación de valor?, si, si lo es. Pero no es alto valor agregado. Es importante acá separar lo local de lo global. A nivel local esa agregación de valor puede ser significativa en el sentido del tipo de recursos que se utilizan, pero a nivel global no cambia la distribución del valor en la cadena global de valor. (párr. 4)

## **Categoría 6. Demanda de productos**

### **Descripción**

Esta categoría hace referencia a la demanda de aquellos productos que son y pueden ser parte de una cadena global de valor. Costa Rica actualmente tiene participación en cadenas globales de valor principalmente en el régimen de zona franca y muchas de ellas atraídas por la IED. En el 2021, el BCCR realizó un estudio sobre la participación del país en las CGV y dio como resultado que las manufacturas participantes eran las preparaciones y conservas de frutas y vegetales con un 11 %, así como platos preparados con 11. 2%.

Sobre este tema los entrevistados indicaron lo siguiente:

*“Creo que productos y soluciones novedosas como el caso de Compañía Promotora de Importaciones y Exportaciones (Coprímex) que exportan frutas frescas utilizando sistemas especiales de frío.” (Entrevistado 1)*

*“Considero que los dispositivos electrónicos, médicos, y frutas exóticas, servicios de tecnología y financieros.” (Entrevistado 3)*

*“Industria de dispositivos médicos, productos de electrónica, metalmecánica, textiles son los principales para Costa Rica.” (Entrevistado 5)*

*“Productos alimenticios, productos de belleza.” (Entrevistado 7)*

*“Según el banco central de Costa Rica los principales son procesos de procesamiento de conserva, elaboración de aceites, procesos de preparaciones alimenticias, fabricación de textiles, equipo electrónico, equipo de maquinaria, suministros médicos y dentales.” (Entrevistado 8)*

*“Algunos productos agrícolas, industria médica y equipo electrónico.” (Entrevistado 9)*

*“Productos [sic] médicos, equipo tecnológico, servicios de tecnología,” (Entrevistado 11)*

## **Análisis**

Al tomar en cuenta las respuestas indicadas por los entrevistados, los productos que indican que pueden tener éxito en las cadenas globales de valor son los de preparación alimenticia de diferentes tipos, así como las frutas, los dispositivos médicos y electrónicos, también los textiles y de metalmecánica. Estas son las mercancías que la muestra considera aptas para las CGV. Monge (2019) indica:

Costa Rica participa en varias CGV, como por ejemplo Electrónica, Dispositivos Médicos, Aeronáutica-Aeroespacial, Automotriz y Equipos de Filmación. Aproximadamente la mitad de las exportaciones totales de bienes de Costa Rica se

realizan como parte de estas cinco CGV. Estas exportaciones las realizan más de 100 empresas, de la cuales más de tres cuartas partes operan bajo el régimen de Zona Franca. No obstante que la economía costarricense es una abierta e integrada con los mercados globales, ésta se caracteriza por el bajo nivel de encadenamientos entre las empresas exportadoras de mediana y alta tecnología en el país (multinacionales y domésticas), responsables de la mayor parte de las exportaciones y el resto de las empresas locales. (p. 3)

## **Categoría 7. Demanda de servicios**

### **Descripción**

Esta categoría hace referencia a los servicios que son demandados en procesos de participación de cadenas globales de valor, a nivel de exportaciones Costa Rica se ha revolucionado en cuanto al tema de servicios. COMEX (2020) presentó en el informe sobre el análisis de la evolución del comercio exterior e IED para el 2020 que “el buen desempeño del sector exportador de plataforma empresarial y actividades como centros de soporte técnico, centros de servicios empresariales, desarrollo de software, animación digital, e ingeniería se mantuvo en 2020” (p. 13). Sobre este tema los entrevistados comentaron lo siguiente:

*“A nivel de servicios los que tiene mayor relevancia y éxito en las cadenas globales de valor son servicios de tecnología, informática y financieros.” (Entrevistado 2)*

*“Productos depende del fabricante, a nivel de servicios la tecnología siempre está en este tipo de cosas y también servicios de asesoría y consultoría.” (Entrevistado 4)*

*“Se ve actualmente lo que se desarrolla en zona franca a nivel de servicios, es decir lo ligado a tecnología e industria médica.” (Entrevistado 6)*

*“En servicios informática y finanzas, en el producto conservas alimenticias, aceites, equipos médicos y maquinaria.” (Entrevistado 10)*

*“Los normales que tienen éxito son servicios de tecnológica y equipos, pero las CGV se pueden implementar en muchas ramas y sectores.” (Entrevistado 12)*

### **Análisis**

Tomando en cuenta las respuestas indicadas por los entrevistados indican que los servicios que pueden participar o ya participan en CGV son los asociados a la tecnología, industria médica, financieros y de la informática. Monge y Rivera (2022) indican que “los servicios vinculados a la CGV con mayor participación en el valor agregado son las actividades de consultoría en gestión financiera, recursos humanos, mercadeo, oficinas principales y afines (63,6 %) y las actividades de investigación científica y desarrollo (77,6 %)” (p. 38).

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

### **Conclusiones**

Se deja claro sobre la balanza comercial entre Costa Rica y el CARICOM que esta ha sido positiva a favor de Costa Rica, a excepción de los años 2007, 2011 y 2013 que se tuvieron más importaciones que exportaciones. Este comportamiento es debido a que la ventaja comparativa de la oferta exportable costarricense es más atractiva que la ofrecida por los países miembros de la Comunidad de Estados del Caribe.

Se concluye que las principales mercancías de exportación de interés de Costa Rica en la relación comercial son los productos alimenticios, tales como preparaciones y conservas, de frutas, así también los envases de materiales como vidrio, cartón y plástico, estos tienen gran demanda en el mercado caribeño y representan un mayor porcentaje de las exportaciones realizadas en el 2021.

Se da a conocer los retos para la comercialización tales como la falta de unificación de criterios entre los países del CARICOM ya que cada país miembros tiene sus propias regulaciones y entes reguladores, lo cual genera que para una misma mercancía se deban realizar procesos de exportación distinta, así como también las exigencias a nivel de etiquetado que son propias de cada país.

Se determina que una oportunidad de mejora en Costa Rica es la escasez de servicios logísticos que brinden salidas marítimas constantes, buen servicio al cliente, rutas directas y tarifas que se ajusten a los diferentes presupuestos.

Se evidencia que la participación de las entidades costarricenses asociados al comercio internacional ha sido inconsistente debido que la cantidad de estudios de mercado realizados han sido pocos, y la información de relevancia sobre las necesidades y oportunidades que se presentan en este mercado es casi nula o bien desactualizada.

Para el primer objetivo específico basado en las conclusiones anteriores se determina que la evolución que ha tenido el vínculo comercial ha favorecido a Costa Rica, el comercio entre las partes ha presentado fluctuaciones de crecimiento durante toda la relación. Para el país el CARICOM es un mercado que se encuentra fuera del radar de las autoridades, es decir, que se encuentra abandonado, el tratado tiene 15 años desde la firma y no ha sido actualizado por lo que se están escapando oportunidades que pueden ser beneficiosas para los exportadores y productores costarricenses.

Se concluye que a raíz del Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y el CARICOM, se obtiene beneficios como exenciones o disminución de impuestos o bien la desgravación arancelaria y pueden ser utilizados como una ventaja comparativa ante otros países para las exportaciones costarricenses, ya que representan una oportunidad para ser más competitivos en precios y con esto elevar el volumen de las exportaciones obteniendo un mayor crecimiento económico para el país.

Se concuerda que la producción local costarricenses permite tener una oferta exportable atractiva y constante para el mercado caribeño, lo cual se puede utilizar como ventaja debido a la labor de certificación que realiza PROCOMER para otorgar la denominación de origen y así que los compradores puedan aplicar de manera exitosa el tratado.

Basado en la participación de las entidades costarricenses involucradas en comercio exterior, específicamente para la relación con el CARICOM, se deja claro que esta ha sido poco productiva, la falta de información sobre las oportunidades de mercado y la inexistente promoción del Caribe ha ocasionado que la relevancia de este vínculo comercial solo signifique el 1 % de la totalidad de las exportaciones de Costa Rica.

Se concuerda que la inexistente promoción y la falta de constante actualización de información sobre las necesidades actuales son un factor que ha limitado el crecimiento en la relación comercial y, por ende, la pérdida de la oportunidad de aumentar los ingresos del país a raíz de nuevas exportaciones.

Como la investigación lo refleja para el segundo objetivo específico y basado en las conclusiones anteriores se evidencia que el contar con el TLC es una herramienta para diferenciarse de la competencia, pero Costa Rica no es el único país que tiene tratado con el CARICOM, por lo tanto los beneficios que se desprenden de este no son suficientes para que se dé un crecimiento de la relación comercial, sin embargo se debe aprovechar que la oferta exportable ofrecida es bastante atractiva para los países miembros.

Se concluye que en el país, entre los productores locales, exportadores e importadores, existe una latente falta de conocimiento sobre como participar en las cadenas globales de valor y cuales son los beneficios ligados a dicha participación.

Se determina que existe poca participación e involucramiento por parte de las entidades en promover la incorporación a nuevas CGV fuera de zonas francas, es decir poca interacción en atraer a otros regímenes a participar en ellas.

Para el trabajo realizado por PROCOMER y CINDE se evidencia que ha sido exitoso en la atracción de inversión extranjera directa al país y esto ha impacto en el desarrollo de encadenamientos productivos ligados al régimen de zonas francas, pero a pesar de esto los niveles de encadenamiento del país son básicos y se encuentran en la etapa donde menos valor le aporta al bien final producido.

Se da a conocer que las CGV son una estrategia que se implementa para que en desarrollo de estas se puedan obtener beneficios económicos para el país ligadas a la IED atraída, así como también se da prestigio a las mercancías y servicios que resultan del proceso ya que cuentan con estándares de calidad, innovación, tecnología y son una representación de cómo el proceso de globalización impacta las economías.

Se determinaron que los productos utilizados para ser parte de las cadenas globales de valor son aquellos que están ligados a una tecnología media y alta tales como las mercancías de electrónica, dispositivos médicos, parte automotriz y aeronáutica. A su vez los servicios que

participan en CGV también son de tecnología, pero tiene una rama en la parte de talento humano y finanzas.

En respuesta al tercer objetivo específico se concuerda que poder implementar mercancías y servicios que surjan de cadenas globales de valor permitiría crear un impacto positivo en la relación comercial entre Costa Rica y el CARICOM, en este caso se podrían comercializar los dispositivos médicos que tiene actualmente un porcentaje de exportación menor pero asociado a esto puede aumentar, así como explorar con los servicios que forman parte de los casos de éxito actuales.

Finalmente respondiendo al planteamiento del problema de esta investigación se concluye que sí ha existido una evolución en el vínculo comercial de la relación entre Costa Rica y el CARICOM desde la firma del tratado en el 2007 a la fecha, el crecimiento es lento y poco significativo en comparación con el de otros mercados tales como el MCCA, o bien la relación comercial con Estados Unidos y la Unión Europea, la relevancia que tiene el Caribe para el país es deficiente, ahora bien las cadenas globales de valor pueden ser un factor de impacto positivo para aumentar o bien reactivar esta economía.

### **Recomendaciones**

Se recomienda a los departamentos de estrategia y promoción de la Promotora de Comercio Exterior y Esencial Costa Rica con el apoyo del Gobierno de la República, seguir trabajando en promover a través de las compañías de culturización y los sitios web los productos tradicionales derivados de la industria agrícola ya que para algunos mercados estos aún son de gran atractivo y representan un valor importante en los números de exportación para este caso hacia el CARICOM.

Se sugiere a la Secretaría de la Comunidad de Estados de Caribe trabajar en una normativa interna para todos los países miembros en relación con el tema de regularizaciones y reglamentos creando una mayor unificación de criterios, con el fin atraer mayores compradores mediante la facilitación de la tramitología.

Para los departamentos de publicidad de COMEX y PROCOMER se les insta a desarrollar estrategias más agresivas en relación a la difusión de información de temas asociados al interés general, mediante un repaso de conocimiento básicos en temas como reglamentación, exportación, importación, regímenes, notas técnicas y demás, con el fin llegar a una cantidad de público más grande.

Se recomienda a la gerencia de PROCOMER incluir dentro del plan de acción del siguiente periodo una estandarización sobre los estudios de mercado, para que de este modo ningún mercado se quede rezagado y disminuir la brecha de conocimiento sobre los mercados menos comunes para Costa Rica.

Al Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica en su departamento de investigación se le sugiere realizar una revisión del Tratado de Libre Comercio de Costa Rica y el CARICOM, con el fin de verificar si es pertinente realizar una actualización de este, ya que han pasado 15 años desde su entrada en vigor, esto con el fin de buscar maneras de hacer crecer la relación comercial

Se recomienda a PROCOMER y Esencial Costa Rica seguir trabajando en la promoción de la diversificación de la oferta exportable del país mediante la participación en ferias internacionales, con el fin de hacer crecer el comercio llegando a nuevos mercados y alcanzar una mayor penetración en los que se participa actualmente.

Se sugiere al área de investigación y desarrollo de PROCOMER crear mayor contenido sobre las necesidades latentes en los mercados actuales con los que Costa Rica se encuentre comercializando a través de charlas, reuniones o bien publicaciones, esto con el fin de incorporar nuevos exportadores en los mercados tradicionales.

A los productores locales, exportadores, importadores y población interesada en las cadenas globales de valor se les recomienda alzar la voz y solicitar una mayor participación y colaboración por parte de las entidades asociadas al tema para el desarrollo de manera conjunta los proyectos que estén llevando a cabo.

Se insta al director de encadenamientos de PROCOMER y CINDE en conjunto con el Gobierno de la Republica seguir realizando la labor de atraer nueva Inversión Extranjera Directa y reforzar las relaciones actuales mediante la promoción, con el fin de dar a conocer a Costa Rica como un país para el desarrollo de cadenas globales de valor e incentivar a continuar y crear nuevos encadenamientos productivos.

Se insta al Gobierno de la República de Costa Rica a mantener el apoyo a las entidades que regulan los beneficios brindados a los regímenes especiales como las zonas francas para que las empresas de este régimen continúen generando CGV y creando empleos para los costarricenses.

Para los directivos de PROCOMER y CINDE se les sugiere promover y difundir el conocimiento sobre los beneficios y las oportunidades existentes y nuevas en cuanto a la participación en las cadenas globales de valor que tiene el país, a través de charlas, foros y acercamiento con las empresas costarricenses que tienen potencial para tener éxito.

Se recomienda al personal en general de PROCOMER, COMEX, CINDE, Esencial Costa Rica y todas las cámaras de comercio del país velar porque se dé una reactivación del comercio con el Caribe, dándole a conocer al Gobierno de la República de Costa Rica el potencial que tienen los productores costarricenses para participar en nuevos procesos que generen valor agregado a las exportaciones, con el fin que estos sientan el apoyo en los emprendimientos.

Se recomienda a los actuales y nuevos estudiantes de la carrera de comercio internacional o carreras afines continuar con investigaciones asociadas a este tema, en específico a la relación comercial entre Costa Rica y los países del Caribe, con el fin de darle la importancia que este requiere y buscar un mutuo bienestar para los interesados.

## CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Para las economías abiertas la constante búsqueda por crear nuevos negocios, capitalizar industrias, acaparar mercados y conquistar nuevos, son las razones por las que se encuentran en procesos de innovación y en diseño de nuevas estrategias para conseguir esas metas, para los países y las empresas en general tener un factor que genere valor agregado o bien que dé distinción ante los competidores puede significar ser victorioso en el mercado.

Costa Rica no es la excepción a esto, el país destaca en varios aspectos ligados a capital humano, mano de obra calificada y por su compromiso con el medio ambiente, pero las entidades nacionales como PROCOMER, CINDE, Esencial Costa Rica, buscan que dentro de esos factores de distinción se encuentre la oferta, las mercancías y los servicios exportables para ofrecer oportunidades de crecimiento a los productores costarricenses. Tal y como lo indicó Beirute (2022):

Queremos que los compradores internacionales regresen a Costa Rica y experimenten, de mano de nuestros exportadores, cómo el sector exportador costarricense camina hacia el futuro mediante los negocios con propósito, siendo la innovación, la sostenibilidad y la inclusión los aspectos fundamentales para impulsar la oferta exportable diferenciada, generando oportunidades e impacto social, económico y sostenible para todos. (párr. 5)

La oportunidad que se tiene con el Caribe está siendo desatendida por los exportadores, las entidades y todos aquellos que tienen posibilidades de satisfacer las necesidades de ese mercado. De los países miembros del CARICOM, se pueden mencionar las principales importaciones de algunos de ellos, para Barbados, los medicamentos fueron de los 5 productos más importados; en Jamaica, las preparaciones alimenticias; para Belice, preparaciones alimenticias y licuados. Ahora bien, Costa Rica tiene más de 50 empresas que forman parte de la marca país en la industria agrícola, es decir, tenemos con qué llegar a esos mercados a cubrir las necesidades.

## **Objetivo general**

Desarrollar un plan de promoción para empresas exportadoras licenciadas en marca país por Esencial Costa Rica, para atacar el sector alimenticio de los países miembros del CARICOM que consuman mercancías de esta industria.

## **Objetivos específicos**

Investigar cuáles países de los miembros del CARICOM importan productos derivados de la industria alimenticia y cómo son los hábitos de consumo.

Diseñar un plan para la promoción de las mercancías costarricenses del sector alimenticio, específicamente para ser comercializadas en el mercado del CARICOM.

## **Perspectiva teórica**

Relacionado a la introducción de esta propuesta, en la actualidad existen planes de promoción tanto en la Promotora de Comercio Exterior como en Esencial Costa Rica, pero no uno que sea agresivo y exclusivo para atacar el mercado de interés. PROCOMER (s.f.) menciona en el plan estratégico 2019-2022 las necesidades de mejora en varios puntos de su funcionamiento, entre ellos la necesidad de innovar, ser más inclusivo y apoyar en la sostenibilidad y como parte de los pilares indica:

Nuestro país ya exporta más de 4500 productos a 150 países, pero sabemos que existen bienes y servicios nacionales que tienen el potencial de llegar a otros mercados, nuevos escenarios. Por esa razón, nuestro primer pilar es impulsar la creación de nueva oferta exportable en cuatro sectores principales: Agrícola, alimentos, industria y servicios. (p. 26)

Con esto se da a entender que la necesidad existe y es evidente el potencial en comercio internacional del país, así como lo es dar a conocer el nombre de Costa Rica en los mercados en

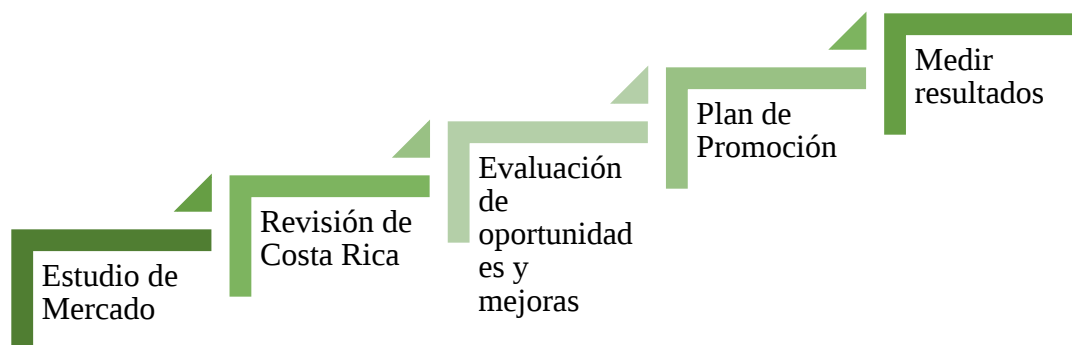
los cuales se participa actualmente y, en especial, los nuevos mercados donde está presente valor agregado y estándares de calidad. En la actualidad el mercado caribeño conoce del país, pero no del potencial que tiene para suplir las demandas. Para esto, Esencial Costa Rica (2021) tiene entre sus objetivos:

- Construir, a través de las comunicaciones, un escenario discursivo para la marca que esté anclado en el presente y con fuerte vocación por el futuro, incluyendo menciones específicas de cómo Costa Rica es un país con una visión a largo plazo
- Promover la implicación de las audiencias internas en tres niveles: información, opinión y decisión, a través de las cuales se logre la persuasión y el reconocimiento de marca a nivel interno de la nación.
- Promover la exportación de productos y servicios de valor agregado en los cuales se aprecie su sentido de exclusividad, distinción y calidad internacional. (p. 6).

### **Propuesta**

Basado en lo anterior comentado, esta propuesta surge de la necesidad de aumentar la participación de Costa Rica en el mercado del Caribe. La poca relevancia que tienen en la actualidad estas economías para el país es considerable, en comparación con otras regiones; pero con una mayor promoción, incentivos y estrategias acordes, se puede potencializar el alcance de las exportaciones costarricenses para convertirse gradualmente en el proveedor de productos alimenticios para los países miembros del CARICOM. A continuación se detalla el prototipo del plan a seguir.

### **Figura 20. Prototipo de acción para la propuesta**



Nota: Mata, 2022

Basado en la figura anterior la primera fase a desarrollar para obtener un nuevo y exitoso plan de promoción es la investigación a través de PROCOMER o bien entidades interesadas en un estudio de mercado sobre los países miembros más relevantes del CARICOM que importen activamente productos alimenticios para conocer aspectos de relevancia; dicho estudio de mercado debe arrojar datos de relevancia como:

- Países suplidores (competencia directa e indirecta)
- Volumen de compra, abastecimiento y consumo
- Frecuencia de compra
- Precios de referencia
- Principales mercancías importadas
- Restricciones, políticas, factores externos e internos

Luego de obtener esos resultados se debe analizar e iniciar la fase dos del prototipo, la cual es crear una revisión de Costa Rica en relación con todos los aspectos antes mencionados para conocer en qué posición se encuentra en la actualidad y atacar la tercera fase de evaluación, ya que,

conociendo la postura, se pueden determinar cuáles son los puntos estratégicos son oportunidades para ingresar al mercado, así como aquellos puntos en los que se debe trabajar.

Así mismo en esta revisión de puede crear un plan para la involucración del Gobierno de la República de Costa Rica, donde se le solicite un apoyo con la creación de facilidades para el comercio exterior y también incentivos para los productores nacionales para que la participación en el este prototipo sea significativa y que concluya en un ganar – ganar donde todos obtengan beneficios del intercambio comercial.

Sigue la cuarta fase con la información de los mercados que se está interesados en acaparar y con un conocimiento claro sobre la situación actual del país en cuanto a la capacidad de ofertar se procede a desarrollar el plan de promoción con estrategias de publicidad agresivas para utilizar todos los aspectos que generen valor agregado y representen calidad, como el sello de Esencial Costa Rica.

Luego de poner en práctica el plan de promoción diseñado, se debe realizar un análisis de evaluación de impactos y principales resultados obtenidos de este para actualizarlo y ajustar a los nuevos hallazgos, con el fin de mantenerse en constante dinamismo y no caer en los vicios pasados, ofertar de manera asertiva en el mercado y crear nuevos socios comerciales que sean de larga duración.

## REFERENCIAS

- Aguilera. L. (2018). *Cadenas globales de valor en el sector manufacturero: un caso de estudio para china, corea del sur y México*. (Tesis de maestría en economía aplicada). chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2019/03/TESIS-Aguilera-Luna-Isabel.pdf
- Álvarez. P. (2020). *Cacao como Alternativa de Desarrollo en Centro América: Un Análisis desde las Cadenas de Valor*. (Tesis en maestría en política económica). chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/18659/TESIS%20Pablo%20Alvarez%20Olea%20Versi%c3%b3n%20Final%20Octubre%202020%281%29.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Álvarez. V. (4 de Mayo, 2021). *Cómo impulsar las cadenas de valor en un mundo afectado por la pandemia*. <https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/como-impulsar-las-cadenas-de-valor-en-un-mundo-afectado-por-la-pandemia/>
- Badilla. A. (2021). *Análisis de la cadena de valor de la producción de la carne vacuna en Pérez Zeledón, Cota Rica (Tesis de máster en gestión de agro negocios y mercados sostenibles)*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.catie.ac.cr/bitstream/handle/11554/10870/An%c3%a1lisis\_de\_la\_cadena\_de\_valor\_de\_la\_producci%c3%b3n\_de\_la\_carne\_vacuna\_en\_P%c3%a9rez\_Zeled%c3%b3n%2c\_Costa\_Rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Banco Central de Costa Rica. (2022). *Análisis del encadenamiento productivo de las empresas multinacionales atraídas por CINDE a Costa Rica (1)*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorioinvestigaciones.bccr.fi.cr/bitstream/handle/20.500.12506/359/2022-DT-01.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Banco Central de Costa Rica. (Enero 2021). *Costa Rica: Participación en cadenas globales de valor Departamento de Estadística Macroeconómica División Económica 2016-2017*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.bccr.fi.cr/indicadores-economicos/DocCuentaSateliteCGV/CR-Participacion-en-cadenas-globales-de-valor-2016-2017.pdf
- Banco Mundial. (2019). Comunicados de Prensa. El informe muestra una vía para que los países en desarrollo logren mejores resultados en materia de crecimiento. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2019/10/08/global-value-chains-have-spurred-growth-but-momentum-is-flagging>
- Banco Mundial. (s.f.). Datos. Crecimiento del PIB (% anual) - Costa Rica. <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2020&locations=CR&start=2010>
- Banco Mundial. (s.f.). Quiénes somos. Nuestra Misión. <https://www.bancomundial.org/es/who-we-are>
- BLP Legal. (Enero 21, 2020). Zonas Francas en Costa Rica: Beneficio país y actualidades. [Mensaje en un blog]. <https://www.blplegal.com/es/zonas-francas-en-costa-rica-beneficio-pais-y-actualidades/>
- Cámara de Comercio de Costa Rica. (2021). Sin categoría. Costos del transporte marítimo siguen sin dar tregua a las empresas. <https://camara-comercio.com/costos-del-transporte-maritimo-siguen-sin-dar-tregua-a-las-empresas/>
- Centro Europeo de Postgrado. (2018). Comercio Internacional: Organismos Internacionales. [Mensaje en un blog]. <https://www.ceupe.com/blog/comercio-internacional-organismos-internacionales.html?dt=1656891440343>
- Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo. (2020). Noticias. Costa Rica: segundo mejor destino del mundo en estrategia para atraer IED en turismo. <https://www.cinde.org/es/noticias/costa-rica-segundo-mejor-destino-del-mundo-en-estrategia-para-atraer-ied-en-turismo>.
- Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo. (2021). Informe de Impacto 2021. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://f.hubspotusercontent30.net/hubfs/5

- 082883/Resources/CINDE%20-%20Informe%20de%20Impacto%20CINDE%202021%20ES.pdf
- Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo. (2021). Noticias. Multinacionales impulsan empleo y reactivación económica en Costa Rica por segundo año de pandemia. <https://www.cinde.org/es/noticias/multinacionales-impulsan-empleo-y-reactivacion-economica-en-costa-rica-por-segundo-ano-de-pandemia>
- Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo. (s.f.). Acerca. La Agencia de Promoción de Inversiones de Costa Rica. <https://www.cinde.org/es/acerca>
- Comisión Económica para América Latina y El CaribeCaribe. (2018). *Consideraciones sobre las regulaciones aplicables en Centroamérica al intercambio comercial de las mercancías producidas en el régimen de zona franca*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43650/1/S1800603\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43650/1/S1800603_es.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y El CaribeCaribe. (2020). *COMERCIO EXTERIOR DE BIENES EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE*. (39). chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/46057/Boletin\\_39\\_espanol.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/46057/Boletin_39_espanol.pdf)
- Comisión Económica para América Latina y El CaribeCaribe. (2021). Noticias. Secretaria Ejecutiva del organismo, Alicia Bárcena, participó en la 11ª reunión general entre la CARICOM y el Sistema de las Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/noticias/cepal-enfatizo-oportunidades-desarrollo-sostenible-la-recuperacion-paises-caribeCaribe>.
- Comisión Económica para América Latina y El CaribeCaribe. (s.f.). Acerca de. Mandado y Misión. <https://www.cepal.org/es/acerca/mandato-mision>
- Comunidad de Estados CaribeCaribe;os. (s.f.). Our Work. Find out how CARICOM drives change for the Community every day, across the region. <https://caricom.org/our-work/#>
- Crusa. (Noviembre 28, 2019). Cambio Climático. Estudio de programa Descubre reveló potencial de cadenas de valor de productos para Costa Rica. <https://crusa.cr/estudio-de-programa-descubre-revelo-potencial-de-cadenas-de-valor-de-productos-para-costa-rica/>
- Esencial Costa Rica. (s.f.). Marca País. Somos. <https://www.esencialcostarica.com/marca-pais/>

- Esquivel. M. (10 de Octubre, 2019). Costa Rica ocupa el puesto 62 según el Informe Global de Competitividad. <https://www.incae.edu/es/blog/2019/10/10/costa-rica-ocupa-el-puesto-62-segun-el-informe-global-de-competitividad.html>
- Expansión. (2021). Comercio. Empeora la balanza comercial de Costa Rica. <https://datosmacro.expansion.com/comercio/balanza/costa-rica>
- Feng. X. (20 de Septiembre, 2021). Costa Rica: un país atractivo para la IED. [Mensaje de Blog]. <https://delfino.cr/2021/09/costa-rica-un-pais-atractivo-para-la-ied>
- Fernández. K., & Gereffi, G. (2019). In *Handbook on Global Value Chain*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.proyectaryproducir.com.ar/wp-content/uploads/2021/06/Gereffi-Manual-de-CGV-Segunda-Ed.pdf>
- Ferrer. V. (15 de Febrero, 2021). ¿Qué es y cómo hacer un estudio de mercado?. [Mensaje de Blog]. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-y-como-hacer-un-estudio-de-mercado-marketing-digital/>
- Flores. B. (28 de Junio, 2018). Empresarios costarricenses desaprovechan potencial de exportar al CaribeCaribe. *La Republica.net*, <https://www.larepublica.net/noticia/empresarios-costarricenses-desaprovechan-potencial-de-exportar-al-caribeCaribe>.
- Flores. M. (20 de agosto, 2021). Exportaciones subieron un 27% más que en Julio del año pasado. *Seminario Universidad*, <https://semanariouniversidad.com/pais/exportaciones-subieron-un-27-mas-que-en-julio-del-ano-pasado/>.
- Fondo Monetario Internacional. (s.f.). Datos Básicos. ¿Qué es el FMI?. <https://www.imf.org/es/About/Factsheets/IMF-at-a-Glance>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2021). *Estadísticas de Comercio Exterior 2021*. (1). chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://inec.cr/sites/default/files/documentos-s-biblioteca-virtual/recomex-preli2021.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s.f.). Inicio. Quienes Somos. <https://www.inec.cr/quienes-somos>
- Jessica. M. (28 de enero, 2019). ¿Piensa en exportar al CaribeCaribe? Conozca las oportunidades y obstáculos para entrar a ese mercado. *El Financiero*,

- <https://www.elfinancierocr.com/negocios/piensa-en-exportar-al-caribeCaribe-conozcas/7QCSME6NEJDJ5PUPARJTS63TQU/story/>.
- Jiménez. Y. (2018). Gobernanza y escalonamiento en las cadenas globales de valor. *Economía y Desarrollo* 22(2). <https://www.redalyc.org/journal/4255/425558003004/html/>
- Malacrino. D. (12 de abril, 2022). El comercio mundial necesita una oferta más diversa, no lo contrario. [Mensaje de Blog]. <https://www.imf.org/es/News/Articles/2022/04/12/blog041222-sm2022-weo-ch4>
- Márquez. L., Cuitara. L., Labarca. N., y Cartay. R. (6 de Diciembre, 2019). Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVI (1), <https://www.redalyc.org/journal/280/28063104020/html/>
- Martínez. C. (4 de Febrero, 2022). Qué es la cadena de valor y cuál es su importancia para el comercio exterior. [Mensaje de Blog]. <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/que-es-la-cadena-de-valor>
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (2019). Análisis sobre la evolución del comercio exterior e IED en Costa Rica: 2019. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.comex.go.cr/media/8088/analisis-sobre-la-evolucion-del-comercio-exterior-e-ied-en-costa-rica-2019final.pdf](https://www.comex.go.cr/media/8088/analisis-sobre-la-evolucion-del-comercio-exterior-e-ied-en-costa-rica-2019final.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (2022). Sala de prensa. PROCOMER expande su trabajo de apoyo a empresas regionales. <https://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2022/abril/cp-2740-procomer-expande-su-trabajo-de-apoyo-a-empresas-regionales/>
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (Enero 25, 2022). Sala de Prensa. Costa Rica consolida recuperación de sus exportaciones de bienes al cerrar el 2021 con un incremento de 24%. <https://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2022/enero/cp-2707-costa-rica-consolida-recuperacion-de-sus-exportaciones-de-bienes-al-cerrar-el-2021-con-un-incremento-de-24/#:~:text=Costa%20Rica%20cerr%C3%B3%20el%202021,m%C3%A1s%20que%20en%20el%202020.>
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.). Estadísticas. Principales productos importados de CARICOM 2021. <https://www.comex.go.cr/estadisticas-y-estudios/comercio-bienes/importaciones/>

- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.). Inversión Extranjera Directa. *Atracción de Inversión Extranjera Directa*. <https://www.comex.go.cr/inversion-extranjera-directa/>
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.). OMC. *¿Qué significa la OMC para Costa Rica?*. <https://www.comex.go.cr/tratados/omc/>
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.). Tratados. TLC entre el Gobierno de la República de Costa Rica y la Comunidad de Estados del CaribeCaribe. <https://www.comex.go.cr/tratados/caricom/>
- Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.). Tratados. Texto del Tratado. <https://www.comex.go.cr/tratados/caricom/texto-del-tratado-1/>
- Ministerio de Economía y Finanzas de Perú. (s.f.). Acuerdos Comerciales. *¿Qué es un tratado de libre comercio?*. [https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&language=es-ES&Itemid=101051&lang=es-ES&view=article&id=474](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101051&lang=es-ES&view=article&id=474)
- Mondragón. V. (2018). Transporte Internacional de Carga. [Mensaje de Blog]. <https://www.diariodelexportador.com/2018/04/el-transporte-internacional-de-carga.html>
- Mones. M. (2020). *¿Qué es importar? Empieza a importar productos*. [Mensaje en un blog]. <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>
- Monge. R. (2022). Cadenas Globales Valor, encadenamientos productivos y derrames de productividad en Costa Rica. (1). <https://www.academiaca.or.cr/serie-vision-para-el-desarrollo/cadenas-globales-de-valor-encadenamientos-productivos-y-derrames-de-productividad-ciencias-de-la-vida-y-servicios-corporativos-de-alta-tecnologia/>
- Monge. R. (24 de Octubre, 2019). Las Cadenas Globales de Valor *¿Qué tanto las estamos aprovechando?*. *La Republica.net*. <https://www.larepublica.net/noticia/las-cadenas-globales-de-valor-que-tanto-las-estamos-aprovechando>.
- Montaque. D. (2020). El Informe uso de Estudios Internacionales Golding: *¿Recomendaciones al vacío?* (Tesis en Maestría en estrategia internacional y política comercial). [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/179949/El\\_Informe\\_Golding\\_Recomendaciones\\_al\\_vacio.pdf?sequence=1&isAllowed=y](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/179949/El_Informe_Golding_Recomendaciones_al_vacio.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Morales. D. (2018). La política exterior de las potencias latinoamericanas hacia la CARICOM. (Tesis de doctorado en ciencias sociales). <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/10.7440/colombiaint96.2018.04>
- Murcia. J. (15 de Junio, 2022). Colombia se ubicó 57 de 63 economías analizadas en el Ranking de Competitividad 2022. *La Republica*, <https://www.larepublica.co/globoeconomia/chile-cae-por-segundo-ano-consecutivo-en-ranking-de-competitividad-mundial-3385047>.
- Núñez. J. (21 de Junio, 2022). Medidas para enfrentar inflación repercutirán en producción local. *UNA Comunica*, <https://www.unacomunica.una.ac.cr/index.php/junio-2022/4060-medidas-para-enfrentar-inflacion-repercutiran-en-produccion-local>.
- Organización Mundial del Comercio. (Julio 27, 2021). Noticias 2021. Costa Rica inicia ante la OMC una diferencia contra la República Dominicana por los derechos sobre las barras de acero. [https://www.wto.org/spanish/news\\_s/news21\\_s/ds605rfc\\_27jul21\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/news_s/news21_s/ds605rfc_27jul21_s.htm)
- Organización Mundial del Comercio. (Noviembre 15, 2021). Noticias 2021. La DGA González destaca los beneficios de las cadenas de valor mundiales para los PMA. [https://www.wto.org/spanish/news\\_s/news21\\_s/ddgag\\_16nov21\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/news_s/news21_s/ddgag_16nov21_s.htm)
- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). La OMC. ¿Qué es la OMC?. [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/whatis\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm)
- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). Temas Comerciales. Aranceles. [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/tariffs\\_s/tariffs\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm)
- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). Temas Comerciales. Los acuerdos comerciales regionales y la OMC. [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/region\\_s/scope\\_rta\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/scope_rta_s.htm)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (s.f.). Trade. Desafíos y oportunidades en el comercio. <https://www.oecd.org/trade/entendiendo-el-sistema-de-comercio-global/desafios-y-oportunidades-en-el-comercio/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (s.f.). Economía. Panorama económico de Costa Rica. <https://www.oecd.org/economy/panorama-economico-costarica/>
- Páez. (6 de Julio, 2021). Preferencias arancelarias. [Mensaje de Blog]. <https://economipedia.com/definiciones/preferencias-arancelarias.html>
- Pérez. J. (2019). Cadenas globales de valor: una revisión bibliográfica. *Semestre Económico*, 22(51). <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/issue/view/194>

- Periódico Mensaje (2021). Guanacaste. PROCOMER impulsa oferta exportable y desarrollo productivo fuera de GAM. <https://www.periodicomensaje.com/guanacaste/5761-procomer-impulsa-oferta-exportable-y-desarrollo-productivo-fuera-de-gam>.
- Presidencia. (Diciembre 21. 2021). Comunicados. Costa Rica rompe récord en exportaciones de bienes a noviembre de este año con \$13.316 millones. <https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2021/12/costa-rica-rompe-record-en-exportaciones-de-bienes-a-noviembre-de-este-ano-con-13-316-millones/#:~:text=destino%20del%20pa%C3%ADs.-,en%20las%20exportaciones%20de%20bienes.&text=%2B40%25%2C%20metalmec%C3%A1nica%20%2B69,%25%20y%20caucho%20%2B33%25>.
- Presidencia. (Septiembre 29, 2015). Comunicados. Presidente Solís propone alianza estratégica con el caricom. <https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2015/09/presidente-solis-propone-alianza-estrategica-con-el-caricom/>
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (2019). Estrategia 2019-2021. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Plan\_estrategico\_PROCOMER\_2019-2022.pdf
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (2019). Noticia. PROCOMER identifica oportunidades de encadenamientos para industria local de productos químicos de limpieza. <https://www.procomer.com/noticia/procomer-identifica-oportunidades-de-encadenamientos-para-industria-local-de-productos-quimicos-de-limpieza/>
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (2020). Comprador Internacional. Encadenamientos productivos: Un catalizador de escalamiento e innovación para las pymes en Costa Rica. <https://www.procomer.com/noticia/comprador-internacional-noticia/encadenamientos-productivos-un-catalizador-de-escalamiento-e-innovacion-para-las-pymes-en-costa-rica/>
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (2020). Exportador. Jamaica abre oportunidades a exportaciones costarricenses. <https://www.procomer.com/noticia/exportador-noticia/jamaica-abre-oportunidades-a-exportaciones-costarricenses/>
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (2021). Memoria institucional 2021. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Memoria-2021.pdf

- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (Julio 21, 2021). Comprador Internacional. Exportaciones de bienes de costa rica crecen 26% al primer semestre del 2021. <https://www.procomer.com/noticia/comprador-internacional-noticia/exportaciones-de-bienes-de-costa-rica-crecen-26-al-primer-semestre-del-2021/>
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.) Portal Estadístico. Selección de Variables. <http://sistemas.procomer.go.cr/estadisticas/inicio.aspx>
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.) Sobre Nosotros. ¿QUÉ ES PROCOMER?. <https://www.procomer.com/sobre-nosotros/>
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.). Destacadas. Próximas capacitaciones. [https://www.procomer.com/inicio/capacitaciones/?gclid=CjwKCAjwh-CVBhB8EiwAjFEPGTEMY8JBsCYhnXV8ywOfxpjBrHba6SwN6wP8YxX1iLU7j0eQOi0N\\_BoCX\\_8QAvD\\_BwE](https://www.procomer.com/inicio/capacitaciones/?gclid=CjwKCAjwh-CVBhB8EiwAjFEPGTEMY8JBsCYhnXV8ywOfxpjBrHba6SwN6wP8YxX1iLU7j0eQOi0N_BoCX_8QAvD_BwE).
- Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica. (s.f.). Exportador. Guía para exportar. <https://www.procomer.com/exportador/guia-para-exportar/>
- Reino Aduanero. (2022) ¿Qué es Exportar?. [Mensaje en un blog]. <https://reinoaduanero.mx/exportar/>
- Riquelme (2022). Planificación Estratégica. *Cadena de Valor (Michael Porter)*. [https://www.webyempresas.com/cadena-de-valor/#Interaccion\\_de\\_la\\_cadena\\_de\\_valor\\_con\\_el\\_sistema](https://www.webyempresas.com/cadena-de-valor/#Interaccion_de_la_cadena_de_valor_con_el_sistema)
- Rodríguez. P. (14 de Febrero, 2022). Costa Rica y las Cadenas Globales de Valor. *La Republica.net*. <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-y-las-cadenas-globales-de-valor>
- Santander. (s.f.). ¿Qué es la balanza comercial?. [Mensaje en un blog]. <https://www.bancosantander.es/glosario/balanza-comercial>
- Santos, D. (Mayo 17, 2022). *Qué es la ventaja comparativa, cómo se mide y ejemplos*. [Mensaje en un blog]. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-ventaja-comparativa#:~:text=Para%20calcular%20la%20ventaja%20comparativa,el%20mismo%20tiempo%20de%20producci%C3%B3n>.
- Secretaria de Integración Económica Centroamericana. (2021). *Monitor de Comercio de Bienes Centro de Estudios para la Integración Económica Al tercer trimestre de 2021*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.oie.sieca.int/documentos/ver/

- 202248113856757\_Monitor%20de%20Comercio%20de%20Centroam%C3%A9rica\_Tercer%20Trimestre%202021\_VF.pdf
- Secretaría de Integración Económica Centroamericana. (s.f.). Acerca de SIECA. Información general. <https://www.sieca.int/index.php/acerca-de-la-sieca/>
- Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria. (2021). *Comercio Exterior del Sector Agropecuario. I Trimestre 2020-2021.* (15). chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.sepsa.go.cr/docs/2021-015-Comercio\_Exterior\_I\_Trimestre\_2020-2021.pdf
- Sistema Costarricense de información Jurídica (s.f.). Ley 7210. *Ley de Régimen de Zonas Francas.* [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=11593&nValor3=79357&strTipM=TC#:~:text=%2D%20El%20R%C3%A9gimen%20de%20Zonas%20Francas,esta%20ley%20y%20sus%20reglamentos.](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=11593&nValor3=79357&strTipM=TC#:~:text=%2D%20El%20R%C3%A9gimen%20de%20Zonas%20Francas,esta%20ley%20y%20sus%20reglamentos.)
- Soto. T. (25 de marzo, 2022). FMI autoriza el desembolso de \$284 millones para Costa Rica. *El Financiero*, <https://www.elfinanciero.cr/finanzas/fmi-autoriza-el-desembolso-de-284-millones-para/2YXHRHQ3LNHLHGII5Z4OFUGNLI/story/>.
- Universidad de Costa Rica. (2022). Comercio Exterior de Costa Rica (marzo-abril 2022) (88). <https://opi.ucr.ac.cr/node/1862>.
- Universidad de Costa Rica. (2022). Economía. El IICE-UCR proyecta un crecimiento económico interanual de 6,9 % para el primer trimestre del 2022. [https://www.ucr.ac.cr/noticias/2022/02/23/el-iice-ucr-proyecta-un-crecimiento-economico-interanual-de-69--para-el-primer-trimestre-del-2022.html#:~:text=Mientras%20que%20para%20el%20cierre,%25%20y%205%2C3%20%25\).](https://www.ucr.ac.cr/noticias/2022/02/23/el-iice-ucr-proyecta-un-crecimiento-economico-interanual-de-69--para-el-primer-trimestre-del-2022.html#:~:text=Mientras%20que%20para%20el%20cierre,%25%20y%205%2C3%20%25).)
- Velasco. T. (2017). La cadena de valor como herramienta de gestión empresarial en el sector de consumo masivo en el cantón Ambato, provincia de Tungurahua (Tesis para ingeniería de empresas). chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26580/1/413%20o.e.pdf

## **APÉNDICE**

### **Anexos**

#### **Cuestionario**

1. ¿Cuáles son los principales motivos por los que la balanza comercial entre Costa Rica y el CARICOM se ha mantenido en números positivos Costa Rica?
2. ¿Cuáles son los productos o servicios que generan mayor demanda para el mercado del CARICOM?
3. ¿Cuáles son las posibles trabas en el proceso de comercializar productos hacia y desde el CARICOM?
4. ¿Cuál ha sido la participación de las entidades públicas tales como COMEX y PROCOMER, en el proceso de generar facilidades para la comercialización?
5. ¿Cuáles considera que son los aspectos que se deben desarrollar para maximizar la relación comercial entre Costa Rica y el CARICOM?
6. ¿Cuáles son los principales beneficios que ha tenido Costa Rica al firmar el TLC con el CARICOM?

7. ¿Cuáles son las principales desventajas que ha tenido Costa Rica al firmar el TLC con el CARICOM?
8. ¿Qué aspectos del TLC entre Costa Rica y el CARICOM se deberían actualizar para obtener mayor provecho de ese acuerdo?
9. ¿Cuáles han sido los principales retos para la aplicación del Tratado de Libre Comercio en intercambios comerciales?
10. ¿Cuáles son los principales productos o servicios con los cuales se puede implementar las CGV en la comercialización hacia y desde el CARICOM?
11. ¿Qué participación tienen las entidades públicas dando a conocer la importancia de las cadenas globales de valor?
12. ¿Cuáles son los posibles beneficios de implantar cadenas globales de valor en la relación comercial entre Costa Rica y el CARICOM?
13. ¿Cuáles son aquellas mercancías o servicios que puedan generen valor agregado en el proceso de importación o exportación entre Costa Rica y el CARICOM?