

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**ESTUDIO DEL VALOR AGREGADO EN LA EXPORTACIÓN  
DE CÚRCUMA DESDE COSTA RICA A CANADÁ, EN 2023**

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

**DANIELA CORTÉS SÁNCHEZ**

**JULIÁN ARIAS VARELA**

**SEDE ARANJUEZ**

**DICIEMBRE, 2023**

## Contenido

Declaración jurada .....	2
Solicitud defensa del estudiante.....	3
Carta revisión del filólogo .....	4
Tablas.....	11
Figuras.....	12
Agradecimientos .....	13
Dedicatoria.....	14
Resumen ejecutivo .....	15
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>17</b>
<b>PROBLEMA</b> .....	<b>17</b>
Planteamiento del Problema .....	17
Objetivos.....	19
Objetivo General.....	19
Objetivos Específicos.....	19
Justificación .....	19
Antecedentes.....	21
Antecedentes internacionales.....	21
Antecedentes nacionales .....	28
Proyecciones .....	35
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>37</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>37</b>
Comercio Internacional.....	37
Transporte en el comercio internacional.....	38
Costa Rica en el Comercio Internacional.....	38

Características de las exportaciones en Costa Rica. ....	39
Productos con más agilidad de exportación en Costa Rica.....	41
Limitaciones de las exportaciones. ....	42
Cúrcuma.....	44
Comportamiento global en el comercio de cúrcuma. ....	46
Países con más importaciones de cúrcuma. ....	47
Producción y comercialización de cúrcuma en Costa Rica. ....	48
Impedimentos en la exportación de cúrcuma costarricense.....	53
Oportunidades del sector exportador de cúrcuma.....	54
Valor agregado.....	57
Valor agregado en la cúrcuma. ....	58
Canadá.....	59
Mercado canadiense.....	60
Comercio entre Costa Rica y Canadá. ....	61
Cúrcuma costarricense en el mercado canadiense. ....	62
CAPÍTULO III.....	64
MARCO METODOLÓGICO.....	64
Enfoque.....	64
Método.....	65
Fuentes de Información.....	65
Fuentes primarias.....	65
Fuentes secundarias. ....	66
Muestra.....	66
Unidad de Análisis.....	68
Instrumentos.....	70

Cuestionario.....	70
Entrevista.....	70
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos.....	71
CAPÍTULO IV.....	73
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	73
Categoría de análisis 1: Producción y exportación.....	73
Subcategoría 1: Producción.....	74
Descripción.....	74
Análisis.....	76
Subcategoría 2: Desafíos del sector.....	77
Descripción.....	77
Análisis.....	80
Subcategoría 3: Comercialización.....	82
Descripción.....	82
Análisis.....	83
Subcategoría 4: Exportación.....	85
Descripción.....	85
Análisis.....	86
Subcategoría 5: Marco Normativo.....	87
Descripción.....	87
Análisis.....	89
Subcategoría 6: Tratado de Libre Comercio.....	90
Descripción.....	90
Análisis.....	91
Subcategoría 7: Competitividad.....	92

Descripción. ....	92
Análisis. ....	93
Categoría de análisis 2: Oportunidades.....	94
Subcategoría 1: Apoyo de organizaciones e instituciones.....	95
Descripción. ....	95
Análisis. ....	97
Subcategoría 2: Certificaciones. ....	98
Descripción. ....	98
Análisis. ....	100
Subcategoría 3: Calidad. ....	101
Descripción. ....	101
Análisis. ....	103
Subcategoría 4: Posicionamiento del país.....	104
Descripción. ....	104
Análisis. ....	105
Subcategoría 5: Responsabilidad ambiental. ....	106
Descripción. ....	106
Análisis. ....	107
Subcategoría 5: Principio activo: curcumina. ....	109
Descripción. ....	109
Análisis. ....	110
Subcategoría 7: Tendencias del sector.....	111
Descripción. ....	111
Análisis. ....	112
Categoría de análisis 3: Valor agregado. ....	113

Subcategoría 1: Propiedades de la cúrcuma.....	114
Descripción. ....	114
Análisis. ....	115
Subcategoría 2: Potencial comercializador.....	116
Descripción. ....	116
Análisis. ....	118
Subcategoría 3: Transferencia tecnológica. ....	119
Descripción. ....	119
Análisis. ....	120
Subcategoría 4: Agroindustria. ....	121
Descripción. ....	121
Análisis. ....	122
Subcategoría 5: Innovación.....	123
Descripción. ....	123
Análisis. ....	124
Subcategoría 6: Productos de valor agregado. ....	125
Descripción. ....	125
Análisis. ....	126
Subcategoría 7: Mercadeo y comunicación. ....	127
Descripción. ....	127
Análisis. ....	129
Interpretación de datos.....	130
CAPÍTULO V.....	137
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	137
Conclusiones.....	137

Recomendaciones. ....	141
CAPÍTULO VI.....	144
PROPUESTA.....	144
Objetivos.....	144
Objetivo general.....	144
Objetivos específicos: .....	144
Propuesta.....	144
Oportunidad de posicionamiento en Canadá. ....	145
Establecimiento de la estrategia de posicionamiento en Canadá.....	146
Referencias.....	150
Apéndice .....	166
Apéndice A: Cuestionario utilizado en la investigación.....	166

## Tablas

Tabla 1. Exportadores de cúrcuma a nivel mundial.....	46
Tabla 2. Importadores de cúrcuma a nivel mundial.....	47
Tabla 3. Exportaciones de cúrcuma costarricense en el año 2022.....	63
Tabla 4. Muestra de entrevistas para la investigación .....	67
Tabla 5. Unidad de Análisis.....	68

## Figuras

Figura 1. Exportaciones por socio comercial, 2021 .....	40
Figura 2. Principales productos exportados, 2021 .....	42
Figura 3. A. Imagen de la planta de la cúrcuma. B. Detalle de la flor. C. Detalle del rizoma anaranjado .....	45
Figura 4. Información sobre el cultivo de cúrcuma en Costa Rica .....	49
Figura 5. Cadena de comercialización de la cúrcuma en Costa Rica .....	51
Figura 6. Promedio de exportaciones de cúrcuma desde Costa Rica entre 2015-2019 en miles de USD.....	51
Figura 7. Porcentaje de curcumina promedio de muestras de Costa Rica y de otros países. ....	53
Figura 8. Sellos de certificaciones .....	56
Figura 9. Costa Rica: Flujo comercial con Canadá (2007-2021).....	62

## **Agradecimientos**

Primeramente, quiero agradecerle a Dios por permitirme llegar tan lejos en mi preparación académica, además de darme la sabiduría, la fuerza y la paciencia para enfrentar este reto profesional.

También, quiero agradecerles a mis padres, Roxinia Sánchez y José Cortés porque son mi gran apoyo y gracias a ellos estoy culminando una de las metas más importantes de mi vida, sin ellos no lo hubiera logrado y a ellos les debo este esfuerzo y dedicación, asimismo, agradecer a mi perrito Puppy, mi compañero de noche.

Luego, quiero agradecer a Fabian Vallejos por su cariño y apoyo en el proceso, por ser la persona que me escuchaba y se quedaba las noches en vela conmigo.

Además, agradecer a la familia Guzmán-Montoya que sé que me tuvieron en sus oraciones y me daban su apoyo para seguir adelante.

Por último, agradecer a todas las personas que me ayudaron en el proceso, compañeros de trabajo, amigos y profesores.

A todos, muchas gracias. Dios los bendiga.

## **Dedicatoria**

Quiero dedicarle este logro primeramente a Dios, que fue quien me dio la sabiduría y la paciencia para poder culminar este proyecto.

También, quiero dedicárselo a mis padres que son las personas que me ayudaron a llegar hasta el final, me brindaron sus sabios consejos y esto es mas de ellos que mío.

Así como, a las demás personas que estuvieron en el proceso, mi hermano, mi novio, mi familia, mis amigos de la universidad y compañeros de trabajo.

A todos, les dedico este logro. Ustedes también son parte de esto.

### **Resumen ejecutivo**

La presente tesis consiste en estudiar el valor agregado en la exportación de cúrcuma desde Costa Rica a Canadá; esto con el fin de conocer diferentes opciones para facilitar la incorporación de mayor valor agregado a la producción, comercialización y exportación de cúrcuma, así como, encontrar las distintas oportunidades que tiene el sector productor de cúrcuma para poder entrar al mercado canadiense y posicionarse mucho más.

Este proceso de investigación se basa en sus objetivos, con el fin de describir el proceso de producción y exportación de cúrcuma al mercado canadiense, así como identificar las oportunidades que tiene la cúrcuma para la comercialización en Canadá y determinar productos de valor agregado a base de cúrcuma para la comercialización en el mercado canadiense; además, se propone una estrategia de posicionamiento para el sector exportador de cúrcuma en Canadá.

El método de esta tesis es de carácter cualitativo; por esta razón, se utiliza un cuestionario como instrumento, en donde por medio de entrevistas, se podrá evidenciar las respuestas de los expertos, que permitan identificar el valor agregado de la cúrcuma, con el fin de visualizar todo su proceso de producción, comercialización y exportación; esto permite determinar las oportunidades internas que el sector podría explotar, con apoyo de organizaciones e instituciones, con el propósito de certificar al país, posicionarlo mejor en el mercado internacional, así como, representar las

propiedades de la cúrcuma, la importancia de la innovación, y la agroindustria para poder generar valor agregado al sector.

El diseño es fenomenología empírica, ya que se va a explorar, describir y comprender las diferentes respuestas de los entrevistados, con el fin de encontrar un elemento en común para todos los productores del sector exportador de cúrcuma. La muestra de investigación corresponde a la selección de personas de diferentes instituciones que tienen relación con el tema investigativo; entre ellas, encontramos entidades públicas como PROCOMER y DESCUBRE, así como empresas productoras Los Amigos de Pococí y Biotropic; también, se cuenta con el aporte de una Pyme que comercializa productos a base de cúrcuma, Bioextractos y de estas empresas exportadoras como Intercontinental Kargo y VESA.

Por otro lado, se dieron tres categorías de análisis. En primer lugar, se obtiene la categoría sobre la producción y exportación, de la cual se derivaron las siguientes subcategorías: producción, desafíos del sector, comercialización, exportación, marco normativo, tratado de libre comercio y competitividad. La segunda categoría de análisis corresponde a las oportunidades; de esta se originan las siguientes subcategorías: apoyo de organizaciones e instituciones, certificaciones, calidad, posicionamiento del país, responsabilidad ambiental, principio activo: curcumina y tendencias del sector. La tercera categoría de análisis corresponde al valor agregado; de esta proceden las siguientes subcategorías: propiedades de la cúrcuma, potencial comercializador, transferencia tecnológica, agroindustria, innovación, productos de valor agregado, mercadeo y comunicación.

Por último, se crea una estrategia de posicionamiento para el sector exportador de cúrcuma en Canadá, poniendo en evidencia el crecimiento por la demanda que ha tenido el sector en los últimos años; también, se ha identificado que la población canadiense sufre de una enfermedad crónica que, al pasar los años, está incrementando y con la ayuda del modelo triple hélice, la innovación y con la transferencia tecnológica al sector agroindustrial, se podría suplir a esta población de productos con propiedades antiinflamatorias, como es la cúrcuma.

## **CAPÍTULO I**

### **PROBLEMA**

#### **Planteamiento del Problema**

Costa Rica a lo largo de los años ha experimentado cambios en sus modelos económicos, pasando de un modelo agroexportador, donde se inspiraba en el fundamento de las ventajas comparativas ricardianas, especializándose en el café, banano, caña de azúcar y ganadería, pasando, luego por el modelo de sustitución de las importaciones o industrialización, apoyada en el keynesianismo, que promueve las exportaciones y el consumo local.

En la actualidad, Costa Rica tiene una distribución bastante mixta y diversificada en servicios, turismo y productos médicos; sin embargo, la agricultura sigue siendo importante para el país, ya que, los ingresos más notables por exportaciones provienen del cultivo interno. Costa Rica es un país rico en tierra fértil, lo que facilita la exportación de productos agrícolas que otros países buscan, debido a la escasez interna o porque buscan un producto más orgánico.

Godofredo Solano Arias, menciona en un ensayo publicado por la Universidad de Costa Rica, con fecha del 30 de junio del 2013, lo siguiente al respecto:

La cúrcuma es una planta de origen asiático, por miles de años ella ha sido usada como una especia que brinda color a los alimentos, pero además ha sido ampliamente utilizada en la medicina tradicional china, japonesa e hindú, para el tratamiento de diversas dolencias respiratorias, estomacales, problemas de la piel, tos, fiebre, problemas del hígado y riñones, entre otros. (pag.2)

E incluso sobre esta perspectiva, Leonardo Garita Alvarado, hace un comentario en relación con la opinión de Mirtha Navarro Hoyos sobre el proyecto de la Escuela Química de la Universidad de Costa Rica para los productores de la Zona Norte que exportan cúrcuma. El comentario tiene fecha del 11 de junio del 2018 e indica lo siguiente:

“Se identificó el potencial de los productos en el mercado internacional y se trabajó para lograr la calidad que se requería para la exportación”, además, mencionó que “la caída en la calidad de estos productos provenientes del mercado asiático y la demanda constante en el continente europeo facilitó posicionar el producto nacional en este nicho”.

Esta investigación contempla el valor agregado de la cúrcuma para la exportación a Canadá; si bien, el presente documento está basado en el valor agregado de este producto en específico, sin embargo, esta investigación significaría un apoyo a los productores de cúrcuma, así como a las diferentes instituciones encargadas de promover este cultivo, aún más en el mercado canadiense, ya que Canadá se conoce por mover abundantemente las importaciones para el consumo de su ciudadanía y Canadá importa masivamente este producto para el consumo humano. La ventaja es que Costa Rica es uno de los países que exporta cúrcuma a Canadá.

En distintas fuentes se conoce los beneficios de la cúrcuma y por qué ciertos mercados internacionales prefieren la cúrcuma costarricense sobre la de otras latitudes. Pero, se precisa conocer con mayor propiedad el mejor valor agregado que se le puede dar a la exportación de cúrcuma y ensanchar aún más en el mercado canadiense, con el fin de hacer crecer más su consumo y posicionar este tubérculo como un producto costarricense con mucho más valor agregado

Por esto, es necesario entender qué tipo de provecho le sacaría el sector exportador de cúrcuma, investigar más sobre valores agregados a la exportación de este producto a Canadá y destacarlo aún más en este mercado. Esta es una de las razones por las cuales se abordará profundamente algunos estudios, opiniones, criterios de expertos que conocen sobre el tema;

además, se consultará sobre el proceso de exportación de empresas que comercializan la cúrcuma, con el fin de darle un enfoque mejor cimentado a la investigación. Por tal razón, se plantea la siguiente pregunta: ¿Cuál es el valor agregado de la exportación de cúrcuma de Costa Rica a Canadá, en el 2023?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar el valor agregado en la exportación de cúrcuma de Costa Rica a Canadá en 2023.

### **Objetivos Específicos**

- a) Describir el proceso de producción y exportación de cúrcuma al mercado canadiense.
- b) Identificar las oportunidades que tiene la cúrcuma para la comercialización en Canadá.
- c) Determinar productos de valor agregado a base de cúrcuma para la comercialización en el mercado canadiense.
- d) Proponer una estrategia de posicionamiento para el sector exportador de cúrcuma hacia Canadá.

## **Justificación**

El comercio internacional corresponde a los procesos logísticos, legales y financieros que se llevan a cabo en una economía abierta para importar y exportar bienes hacia otros países o entre diferentes sistemas económicos. Se entiende que Costa Rica inició su primera exportación de café porque en ese momento el país tuvo la oportunidad, por razones de rentabilidad, expansión comercial y ampliación del monocultivo de café. Después de eso, se especializó en la exportación de banano y caña de azúcar.

A lo largo de los años, el país y el gobierno han descubierto que las exportaciones han impulsado significativamente el producto interno bruto (PIB), lo que a su vez ha estimulado la economía, la demanda extranjera y la generación de nuevos empleos; pero, en la actualidad, la agricultura se ha rezagado y se conoce el valor agregado que Costa Rica brinda en productos como el café y el banano, productos que las personas de otros países piensan cuando hablan de esta nación; sin embargo, Costa Rica es rico en agricultura y la cúrcuma sería uno de los productos que puede darle más valor agregado a la exportación y, adicionalmente, internacionalizar más al país.

Es importante destacar la versatilidad de esta planta originaria del sudeste asiático y de la India, la cual es utilizada para distintos motivos, desde la industria alimenticia, así como la industria textil, cosmética y para fines medicinales, entre otros propósitos. Al respecto, Leitón (2020), menciona que: “el principal uso de este producto es como producto fresco y se exporta a Europa, América del Norte y Centro América.” (p.4)

Esta investigación se propone identificar el valor agregado que se le puede dar a la cúrcuma para que Canadá se interese mucho más por el producto de Costa Rica, ya que, los principales países a los que se exporta buscan un producto natural, con métodos de producción sostenibles y el uso de cualidades nutricionales para mejorar la salud y la cúrcuma cuyos subproductos tan diversificables, podría ser una vía más llamativa para nuevos mercados. Por otro lado, Canadá en el primer trimestre de 2021 importó desde Costa Rica, 1847 toneladas de cúrcuma; en el primer trimestre de 2022, importó 1981 toneladas y este año, 2023, ya ha importado 2.200 toneladas, la más alta importación de cúrcuma frente a los periodos anteriores; por lo que se puede visualizar un aumento paulatino, creciente de cúrcuma por parte de Canadá.

Malesic (2017), comenta que uno de los productores ubicados en Upala, por primera vez, ha cultivado la cúrcuma en 2016 y esta es completamente ecológica, ya que empresas como Dole o Chiquita tienen fincas llenas de pesticidas y fertilizantes. Algo que beneficia a Costa Rica, es ser considerada como un país que cuida el medio ambiente; por lo tanto, algunos productores locales con ayuda de BioTropic fomentan el cultivo ecológico y, en este caso, muchos países buscan un producto más orgánico ubicando la cúrcuma de Costa Rica en buena posición.

En este caso se explicará desde una perspectiva más personalizada, que ayudará a comprender el nivel teórico del valor agregado que se podría añadir a la exportación de cúrcuma hacia Canadá, sobre todo un sector exportador que ha estado experimentando un incremento de las exportaciones de cúrcuma a países como Países Bajos, Canadá, Italia y Alemania. Según Ulloa (2020), citando a PROCOMER, comenta que en el 2019 las exportaciones de cúrcuma llegaron a los \$258k; el 91% de ella fueron para Países Bajos.

## **Antecedentes**

### **Antecedentes internacionales**

Según Ramírez (2021) en su tesis titulada: “Estrategias de marketing y exportación de Cúrcuma en polvo de los productores de Junín al mercado Canadiense, 2018 - 2020.” Tiene como objetivo general determinar la relación entre las estrategias de marketing y exportación de cúrcuma en polvo de los productores de Junín al mercado canadiense, 2018-2020.

La metodología que se emplea es la cuantitativa y el autor plantea que Perú, como la mayoría de los países latinoamericanos, es el principal exportador de materia prima; esto atribuyendo al poco avance de la tecnología que se ve en estos países, además que no le dan una prioridad significativa a la tecnología, que les permita darle valor agregado al producto. También, plantea que los productores de cúrcuma carecen de entendimiento, en cuanto a promocionar un producto en el exterior y, más aún, los que tienen una producción baja y no puedan hacerles competencia a los grandes productores.

Por otro lado, el autor concluye que debe existir una relación importante entre tener estrategias de marketing y la exportación de cúrcuma, también, la distribución, la promoción y el precio hacen parte principal de una buena exportación, en este caso a Canadá. El autor, recomienda a los productores de cúrcuma, realizar estudios de marketing con vistas al mercado exterior; también, que la distribución del producto sea analizada antes de llevar a cabo la exportación para no generar gastos extra, así como, profundizar en el mercado al cual se va a exportar, mostrando

la buena calidad y realizar un análisis de mercado, obteniendo así el público objetivo para poder tener una buena publicidad y que sea aceptado por el consumidor final.

En este caso, la cúrcuma es un producto que puede ir más allá como el banano o el café de Costa Rica; por lo que, se necesitan de estrategias para poder publicitar y distribuir este producto a otros mercados. El autor de esta tesis expone que Canadá, es uno de los países de los cuales importan mucho en el sector alimenticio; con estos comentarios, se confirma que Canadá es un gran mercado de exportación para la cúrcuma producida en Costa Rica, teniendo como énfasis la clave estratégica del marketing.

Núñez (2019), en su tesis titulada: “Exportación de la cúrcuma en polvo para uso medicinal desde Lima Perú 2019 al mercado Holandés – Rotterdam.” Tiene como objetivo general determinar la viabilidad de exportar y dar a conocer de manera eficaz y eficiente un producto no tradicional con grandes beneficios a la salud, enfocado en el mercado holandés.

Emplea la metodología cuantitativa y el autor plantea exportar cúrcuma en polvo a Holanda, esto en cuanto a la demanda de consumir productos naturales y con beneficios para la salud. El autor de esta investigación expone que se debe dar énfasis a los siguientes puntos para llegar a este mercado: organización, un plan de marketing, logística internacional, comercio exterior y un plan financiero. Además, el autor realiza un estudio de mercado e indica que el consumidor final destaca a hombres y mujeres entre los 25 y 44 años que buscan alimentos nutritivos y con una facilidad de uso.

Por otro lado, el autor concluye que Holanda es un país atractivo para exportar, debido a que la demanda de productos saludables ha aumentado considerablemente; también, plantea que para que la cúrcuma llegue al consumidor final, se necesita de una empresa o importador que conozca sobre el producto para que de esta manera se pueda llegar a las principales cadenas logísticas y, por consiguiente, a Rotterdam. El autor, recomienda una estrategia de aprovechamiento del producto a Holanda para expandirse a otros países en la Unión Europea, diversificando los productos y adaptándose a las necesidades de los consumidores de cada país.

En este caso, la cúrcuma en otras presentaciones es una manera más de diversificar el producto y darle valor agregado al productor costarricense, que se podría considerar aparte de la cúrcuma orgánica sin ningún tipo de valor agregado. También, Holanda es un país al que Costa Rica ya exporta, pero no en otras presentaciones, lo cual es una buena iniciativa para considerar la cúrcuma en polvo o de otra manera que pueda expandir el nicho de mercado.

Vértiz (2018), se refiere a este tema, en su tesis titulada: “Exportación de cúrcuma fresca orgánica hacia Rotterdam, Países Bajos”. Tiene como objetivo general, determinar la viabilidad de un producto netamente orgánico como es la cúrcuma fresca al mercado de Países Bajos en los próximos cinco años.

Emplea la metodología cuantitativa y el autor comenta la exportación de cúrcuma sin ser cambiada, propiamente orgánica, a los Países Bajos. Menciona que Países Bajos es uno de los mayores importadores de productos orgánicos y esto se debe a que la ciudadanía está más involucrada en la adaptación de una buena alimentación y en busca de productos saludables; también, indica que Holanda es uno de los países que prefiere la calidad antes que el precio; por lo que siempre anda en busca de productos frescos de buena calidad.

Por otro lado, el autor concluye que Países Bajos tiene mucha demanda de productos orgánicos y paga un precio mucho mayor a los demás países consumidores de cúrcuma orgánica; también, hace énfasis en que se debe tener un buen presupuesto para promocionar el producto en el mercado y, por consiguiente, si es una empresa pequeña ahorrar en lo que se pueda en temas de flete. El autor, recomienda realizar un constante seguimiento sobre nuevas tendencias de mercado para que la empresa sepa que debe cambiar y afrontar el cambio, además de mantener un correcto proceso logístico para que el producto no sufra ningún cambio en el trayecto.

En este caso, la cúrcuma orgánica es un buen producto a nivel internacional y más en los Países Bajos. Costa Rica es rica en tierra y de ella salen los mejores productos frescos; por lo que, el país podría competir por su buena calidad con otros países que comercializan la cúrcuma; esto por medio de un buen posicionamiento del producto, en el mercado de Países Bajos, y otros países europeos que buscan ante todo la buena calidad de este producto.

Luna, Muhlig, Paredes, y Vélchez (2021), en su tesis titulada: “Producción y comercialización de nachos con cúrcuma y salsas”. Tiene como objetivo general posicionarnos en el mercado como un producto nutritivo y funcional para el organismo; esta investigación utiliza la metodología cualitativa.

Los autores exponen que el fin de la investigación es la producción y comercialización de snacks, a base de maíz y cúrcuma, y encuentran una oportunidad comercial brillante, debido a las múltiples propiedades beneficiosas que tiene la cúrcuma por la reducción de grasa y azúcar. También, es una gran oportunidad de negocio porque ha ido aumentando la demanda de productos saludables y, esto, le permite a Costa Rica posicionarse y ser aceptado en el mercado.

Por otro lado, los autores concluyen que se evidencia una oportunidad de negocio por el aumento del consumo de snacks saludables; además, han determinado que utilizar estrategias de promoción y posicionamiento comercial hacen crecer la producción de cúrcuma, dándole a conocer con su valor agregado. Los autores, recomiendan reforzar relaciones con proveedores y clientes, así como, ampliar la gama de productos que se ofrecen, cuya finalidad es desarrollar estrategias de marketing, promociones de productos y aumentar las ventas.

En este caso, se puede notar que la demanda de los productos saludables ha aumentado, por lo que, es visible que el comercializar y promocionar estos productos crea una oportunidad de negocio y, por consiguiente, una oferta exportable utilizando la cúrcuma como uno de sus productos, ya que esta tiene muchos beneficios para la salud, esto con la idea de diversificar el producto y llegar a más países y más nichos de mercados.

Amaya y García (2022), en su tesis titulada: “Identificación de especies vegetales nativas e introducidas con valor nutricional aptas para consumo humano y su importancia en la Seguridad Alimentaria y Nutricional en El Salvador”. Esta tesis tiene como objetivo general conocer los sistemas de producción de hortalizas de hoja, métodos de propagación implementados y usos etnobotánicos de las especies cultivadas.

Se emplea la metodología mixta y sus autores exponen que uno de los componentes principales para el crecimiento de una ciudad o de un país, es la capacidad de solventar sus necesidades alimenticias y establecer una nutrición balanceada a través de esta. También, el reino vegetal sigue proporcionando nutrición a la vida y solucionando necesidades alimenticias a las personas, por lo que, proporcionar conocimiento científico, relacionado con algunas especies y entre ellas la cúrcuma para contribuir con la seguridad alimentaria y nutricional.

Por otro lado, los autores concluyen que la cúrcuma sobresale con magnesio dentro de su contenido de minerales e indican que este mineral es muy importante para el funcionamiento metabólico del cuerpo y que la cúrcuma, además de poseer mucho magnesio, contiene diferentes nutrimentos como proteínas, niacina, vitaminas C, E y K, sodio, potasio, calcio, cobre, entre otros. Los autores recomiendan consumir cúrcuma por su alto contenido de magnesio, ya que contribuye a evitar procesos inflamatorios y para el tratamiento de la artritis.

En este caso, se puede notar que la cúrcuma es un producto que tiene una función muy importante para el ser humano, por su alto contenido de magnesio y vitaminas; por lo que, es importante su comercialización y promoción para que las personas de diferentes países que desean empezar a implementar productos saludables en sus dietas, conozcan más sobre la cúrcuma, por sus propiedades ideales para el tratamiento de ciertas enfermedades y evitar otras.

Fernández, García, Mejía, y Uscamayta (2019), en su tesis titulada: “Estudio de la viabilidad de producción y distribución de miel con cúrcuma”; cuyo objetivo general es conocer la probabilidad de que el producto desarrollado tenga potencial de ventas y acogida por los consumidores; esta investigación utiliza la metodología cualitativa.

Los autores exponen que Perú tiene alimentos ricos en nutrientes y que el consumo de cúrcuma tiene muchos beneficios; por lo que, proponen un producto a base de cúrcuma y miel brindando una opción saludable al mercado, ya que este producto es antioxidante, antiinflamatorio y analgésico. Además, los autores quieren vender el producto en el mercado local y posicionar la cúrcuma como un producto beneficioso para la salud.

Por otro lado, los autores concluyen que comercializar este producto es rentable. También, recomiendan que la mejor manera de captar clientes es de “boca a boca” y por medio de redes sociales, lo cual permite atraer capital para mostrar el producto en ferias ecológicas y naturales, con el fin de captar más clientes que encajen con la naturaleza del producto.

La diversificación de la cúrcuma con otros productos como en este caso la miel, podría ser un camino para incursionar en otros mercados, ya que la hace más competitiva frente a otros y se puede posicionar más allá de la cúrcuma orgánica; además, se podría crear alianzas con productores nacionales para hacer un producto más competitivo.

Encalada, Peñaherrera, y González (2021), en su tesis titulada: “Los superalimentos como tendencia del mercado: Un análisis de las oportunidades para las empresas exportadoras.” Tiene como objetivo general analizar la tendencia de mercado enfocada en el consumo de superalimentos y la metodología que emplea es cualitativa.

Los autores exponen que en los últimos años ha habido un cambio en los comportamientos de los consumidores y un creciente interés en los productos saludables y este cambio, es un desafío para las empresas exportadoras que quieren adaptarse al cambio y actualizar su oferta exportadora, también; señalan a la cúrcuma como parte de los superalimentos y como la tendencia se ha dado al alza representa una gran oportunidad para los países productores. Sin embargo, muchos países importadores del producto requieren que lo complementen con certificaciones para una manera de respaldo en toda su cadena de suministros.

Por otro lado, los autores concluyen que hay un cambio en las necesidades de los consumidores debido a un interés por el consumo de alimentos más saludables y esto hace que se vuelva algo demandante para las empresas exportadoras y que sean más competitivas; además, cuando la empresa exportadora cuenta con certificaciones se le hace más fácil insertarse en nuevos mercados, esto debido a un aseguramiento de la salubridad o inocuidad del producto. También, recomiendan analizar las diferentes variables sociodemográficas y el comportamiento del consumidor para definir el nicho de mercado destinado para la exportación.

En este caso, existen mercados potenciales para la exportación de cúrcuma al considerarse un superalimento y que la tendencia del consumidor por los productos saludables ha aumentado; los países americanos son uno de esos mercados, ya que hay una mayor concentración de compra de una alimentación sana; por lo que, se podría considerar a los países americanos como Canadá un buen flanco comercial para posicionar la cúrcuma costarricense dentro de este mercado.

Chávez, Cisneros, Tejada, y Mera (2021), en su tesis titulada: “Galletas nutritivas a base de cúrcuma y canela”; cuyo objetivo general es ser una marca reconocida de galletas saludables con aporte nutricional, logrando 4% de participación de mercado en el año 2026. Emplea la metodología cualitativa.

Los autores exponen que el proyecto nace como un crecimiento en la búsqueda de alimentación saludable en las personas, que buscan alternativas con un mejor valor nutricional. Estas galletas destacan porque están hechas a base de cúrcuma y tienen un alto contenido de vitaminas que refuerzan el sistema inmunológico; los autores comentan que el segmento de mercado serán hombres y mujeres, entre 18 a 55 años que busquen una nutrición saludable.

Por otro lado, los autores concluyen con que el producto tiene una aceptación dentro del nicho del mercado y es muy beneficioso, ya que hoy en día las personas desean tener un estilo de vida más saludable y que el proyecto es rentable. También, recomiendan establecer lazos comerciales con proveedores de cúrcuma y tener certificaciones para generar valor agregado al producto, así como, realizar estudios de mercado con el fin de comercializar la cúrcuma internacionalmente, con miras a crear más productos.

En este caso, la diversificación de la cúrcuma sigue siendo uno de los puntos importantes, ya que se podría considerar para futuros productos donde la cúrcuma sea componente de otros alimentos para brindar más valor nutricional y aprovechar la buena cosecha que se da en el país, cuyo propósito es agregarle mayor valor al producto. Además, es importante considerar la comercialización de estos productos con cúrcuma en otros países con miras, con el propósito de expandir el mercado y posicionar mejor la exportación de la cúrcuma y otros productos a base de cúrcuma.

## **Antecedentes nacionales**

Varela y Soto (2019) en su tesis titulada: “Aislamiento de Extractos de Jengibre y Cúrcuma Orgánicos Obtenidos por los Métodos de Fluidos Supercríticos (FSC) y Arrastre con Vapor para uso Medicinal y Alimenticio, Aplicando el Concepto de Producción más Limpia. Cuyo objetivo general es extraer aceites esenciales de cúrcuma y jengibre, comparando un proceso de extracción convencional como es el arrastre con vapor y el fluido supercrítico, que es un método moderno y más especializado.

La metodología que se emplea es mixta y los autores exponen que el uso de aceites esenciales ha ido en aumento y tienen una demanda muy grande en el mercado; esto, por ser extraídos de fuentes naturales y con menos riesgos para la salud y el ambiente; también, indican que en el extracto de jengibre y la cúrcuma se ha encontrado propiedades curativas y esto está comprobado. Por lo que, la investigación busca desarrollar dos productos que se puedan comercializar y es un enjuague bucal y una bebida instantánea.

Por otro lado, los autores concluyen que, con un enjuague bucal efectivo, ayuda a mantener los dientes y encías limpios y sanos, además, puede prevenir la formación de placa y que posee capacidad antiinflamatoria. Con respecto a la bebida instantánea, la crearon en un 100% natural y usaron la resina de cúrcuma para darle color porque aporta sustancias antioxidantes y antiinflamatorias al consumidor final. También, recomiendan que, para tener mejores resultados en la creación de los productos, se debe mejorar los parámetros de operación, con el propósito de disminuir los costos de producción y, por consiguiente, proteger la vida del medio ambiente.

Como Costa Rica es un país que busca siempre proteger el medio ambiente, los proyectos para crear productos o los que ya están creados por medio de Pymes, deben ser más visualizados a nivel internacional, ya que en los últimos años se ha incrementado la ingesta y la compra de productos más naturales, como la cúrcuma que aporta propiedades beneficiosas para la salud de las personas; es una gran oferta exportable que el país puede brindar.

Govaere (2019), en su tesis titulada: “La paradoja de Costa Rica (1984-2018): éxito exportador y heterogeneidad estructural”; cuyo objetivo es desarrollar una visión panorámica de los contrastes del país, presentados como las constantes paradojas derivadas de su inconcluso modelo de desarrollo y la metodología que se emplea es la cualitativa.

La autora comenta cómo ha ido aumentando las exportaciones en Costa Rica en los últimos años, gracias a las Zonas Francas que se han desarrollado estratégicamente en el país y a su inversión extranjera directa y cómo ha crecido la oferta exportable del país, gracias a la tecnología de las empresas posicionadas en estas zonas francas. Sin embargo, si se mira a lo interno ese aumento en los refuerzos institucionales para las empresas tecnológicas, no tuvo los esfuerzos suficientes o el mismo comportamiento que en los productores internos, las empresas con capital nacional y las generadoras de empleo como las pymes.

La autora concluye que existe una gran brecha desigual entre las empresas que se posicionan en Costa Rica con capital extranjero y las empresas de capital o productores nacionales; e indica que hay un modelo de desarrollo imperfecto ya que, las empresas extranjeras han tenido un desarrollo enorme, sin embargo, el desarrollo nacional sigue rezagado en muchas áreas. La autora explica que a esto se le llama el malestar de la globalización y una paradoja al atraer riqueza exterior, pero al mismo tiempo generar mucha desigualdad interna, creando una ausencia de prioridad política y por consiguiente bajos niveles de encadenamiento productivo nacional e, incluso, un bajo valor agregado a las exportaciones nacionales.

En este caso, los productores nacionales pueden hacer que el producto se vuelva más competitivo a nivel internacional con valores agregados; sin embargo, la ayuda del país y de sus instituciones es fundamental para que los productores sean escuchados y que sus productos sean respaldados por el país, ya sea, consiguiendo alianzas, brindándoles certificaciones y apoyo en negociaciones y ferias internacionales.

Espinach (2018), en su tesis titulada: “Estrategia de negocios para exportar productos agrícolas desde Costa Rica”; cuyo objetivo general es determinar la mejor estrategia a seguir para exportar productos agrícolas percederos, con la finalidad de presentar al futuro administrador-

exportador un legado de conocimiento, con un proceso de planificación correcta para accionar los negocios internacionales agrícolas de Costa Rica; utiliza la metodología cualitativa.

La autora expone que las empresas agrícolas que exportan o que desean exportar necesitan planes estratégicos para la creación de ventajas competitivas, que les permita buscar algo nuevo, creando fuentes de valor para que la diferencien de la competencia; además, se debe tener manuales de producción, con el fin de llevar un control de la cosecha y etapas de fumigar el cultivo. Además, lo importante para el productor y para el exportador, es identificar las necesidades del cliente, lograr diferencia con la competencia y liderar en costos, así como, analizar los hábitos de consumo a donde se va a exportar el producto.

La autora concluye que la globalización hace que la competencia sea muy agresiva y la mejor manera de combatirla es permanecer en el mercado, mediante estrategias de posicionamiento y esto se logra a partir de valores agregados al producto para crear ventajas competitivas, a partir de la diferenciación; además, la clave del éxito del exportador se da con ese valor agregado con un mejor precio y que la competencia no está entre los productores nacionales de un mismo nicho de mercado, sino en los productores de otros países y, lo recomendable sería crear un equipo para innovar o seguir planes de mejor entre productores.

En este caso, es importante que el producto que se exporte tenga valor agregado, con el propósito de que sobresalga frente a las competencias; es importante desarrollar estrategias de posicionamiento para que el producto enviado a un nuevo mercado o nicho comercial, les satisfaga a importadores y consumidores de ese mercado, y que el producto permanezca en el tiempo.

Jiménez (2019) en su tesis titulada: “Alternativas de encadenamiento productivo para fomentar el valor agregado en la producción de maíz en la Región Sur de Costa Rica”. Tiene como objetivo general analizar el potencial de los encadenamientos productivos en la producción de maíz en la Región Sur de Costa Rica; esto con el fin de mejorar el valor agregado en los procesos del sector. Esta investigación emplea la metodología cualitativa.

La autora expone que el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), tiene bajo su coordinación y apoyo específico al sector agropecuario, por medio de la Oficina Nacional de Semillas (ONS), el Instituto Nacional de Investigaciones Innovación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria (INTA). Todos estos organismos constituyen el marco normativo del sector agropecuario nacional y tienen la autoridad y el compromiso de formular e implementar políticas para promover el desarrollo de los territorios. En resumen, la política agrícola nacional en el corto y mediano plazo, tiene como eje central el fortalecimiento de la competitividad de los productores nacionales del país, con el fin de honrar a las familias productoras de la zona rural.

La autora concluye que existe potencial para algunos productos agrícolas y para sus productores; también, existe potencial en infraestructura (asociaciones) y apoyo técnico (organismos gubernamentales), cuyo propósito es impulsar y mejorar la colocación del producto según sus precios de compra. Las instituciones estatales recomiendan que las asociaciones de productos dedicadas a un mismo cultivo se unifiquen con el objetivo de que se pueda posicionar el producto en más mercados y establecer un único precio de venta y, por consiguiente, eliminar la competencia.

En este caso, los productores de la cúrcuma, son productores que se encuentran en el sector de Pérez Zeledón, y necesitan apoyo por parte de organismos del gobierno para poder brindar un producto con mayor valor agregado que solamente la cúrcuma orgánica; por otro lado, también, se debe generar alianzas con más productores de cúrcuma, en el sector Brunca del país; esto es en los cantones de Buenos Aires y Coto Brus.

Salido, Herrera, Garry, García, y Vélez (2018), en la revista documentos de proyectos de la CEPAL, con el tema: “Incorporación de valor agregado en la cadena de valor de papaya en el Pacífico Central, Costa Rica”; cuyo objetivo es analizar la cadena de valor de la papaya en la región Pacífico Central, con el fin de proponer estrategias para incrementar el valor agregado y fortalecer los procesos de producción, mediante la aplicación de tecnología e innovación. Este proyecto de investigación emplea la metodología cualitativa.

Los autores exponen que para fortalecer la cadena de generación de productos con mayor valor agregado, se necesita que las relaciones de estado-sector privado, sean los que ayuden al proceso de la cadena en conjunto; esto con el fin de crear alianzas estratégicas para la innovación y transferencia tecnológica, por lo tanto, a través de la coordinación política basada en acuerdos interdisciplinarios entre los órganos del gobierno será más fácil el crecimiento económico para los productores, cuyos productos cuenten con mayor valor agregado.

Los autores concluyen que se deben crear estrategias para que los productores puedan generar más valor agregado a sus productos, en relación con la realidad actual. Por otro lado, recomiendan reforzar las capacidades comerciales y de negociación para acceder a nuevos mercados y facilitar el vínculo con el sector privado, el apoyo público y la institucionalidad académica como prioridad para provocar una unión necesaria para el desarrollo de un producto con mayor valor agregado.

En este caso, se debe generar estrategias de posicionamiento y que las instituciones gubernamentales con ayuda del sector privado, hagan que un producto nacional pueda integrarse a más mercados con la marca país y con el mejor valor agregado, lo que evidentemente dará una mejor visión y genera mejores expectativas a futuro sobre el producto costarricense. En el caso de la cúrcuma, ha estado generando demanda en los últimos años; por ello, se necesita apoyo de las instituciones para que la producción de la cúrcuma costarricense sea más atractiva para mercados de mayor consumo internacional.

Castillo (2018), cuya tesis titulada: “Estudio y prospectiva del potencial comercial de productos con valor agregado a base de chayote para su internacionalización: El caso de la Asociación de Chayoteros del Yas de Cartago, Costa Rica”; tiene como objetivo general identificar productos de alto valor agregado con potencial de diferenciación internacional en la agroindustria del chayote costarricense; esta investigación emplea la metodología cualitativa.

El autor expone la idea de diversificar productos con valor agregado derivados del chayote, con la finalidad de entrar a más mercados internacionales, por medio de estrategias de posicionamiento; según el autor, los productores deben aprovechar las oportunidades comerciales

y las ventajas competitivas en productos con potencial, esto para diversificar su gama de productos y mejorar sus condiciones; también, considera importante atacar esas problemáticas de muchos productores como poder identificar estrategias de comercialización y posibles nichos de mercados.

El autor concluye que se identificaron posibles productos con alto valor agregado para poder comercializar y darle un mayor potencial a la exportación hacia mercados internacionales; además de poder implementar estrategias como la diferenciación por ventaja competitiva y el escalonamiento de tipo funcional. Por otro lado, comentan que no todos los productos derivados de esta verdura, cuentan con el potencial para ser exportados; por ello, es importante un estudio de mercado. También, el autor recomienda comercializar los productos con valor agregado a países en donde ya existan vínculos comerciales y clientes potenciales e iniciar un estudio de nuevos mercados, donde hayan sido aceptadas las exportaciones de productos con valor agregado.

En este caso, vemos como el autor logra determinar dos productos con valor agregado que se pueden posicionar en el extranjero; por lo que, es algo que también se puede lograr con la cúrcuma, al identificar productos con valor agregado y comercializarlos en Canadá para que haya un mayor movimiento de productos derivados de la cúrcuma y no solo posicionar la orgánica. El propósito es ir más allá y obtener beneficios del valor agregado, sobre todo cuando se trata de un país que importa productos, preocupándose por la salud de su ciudadanía.

Brenes, Gamboa, y Segreda (2019), en la Revista Tecnología en Marcha, en su artículo científico llamado: “Evaluación técnica de la agregación de valor a partir de variedades de cebolla (*Allium cepa*) cultivadas al norte de la Región Central Oriental de Costa Rica”, la cual propone como objetivo general “evaluar el proceso de agregación de valor a variedades de cebolla (*Allium cepa*) cultivadas en zona Norte de la Región Central Oriental (al norte de Cartago)”; emplea la metodología cualitativa.

Los autores exponen que la agroindustria contempla diferentes etapas de la cadena agrícola que va desde la finca hasta la mesa, pasando por la producción, la mejora del valor agregado, distribución y el consumo. Los autores consideran que el hecho de pasar del concepto tradicional de agricultura, sin tener en cuenta los procesos de gestión que planifican, organizan, ejecutan,

dirigen, controlan y evalúan las actividades en las que se lleva a cabo el proceso de producción, implica riesgos para el crecimiento y la permanencia de estas actividades. Por ello, es importante identificar información útil en las fases de planificación y preinversión para el desarrollo de proyectos y emprendimientos, como los de agroindustrialización y agregación de valor.

Los autores concluyen que existen varios mecanismos para agregar valor a la producción primaria, como la transformación o diferenciación; por ello, cualquier transformación mínima en el procesamiento agroindustrial, son de interés para la cadena agroalimentaria costarricense y, por consiguiente, para la comercialización en nuevos mercados de exportación. E, igualmente, es importante el apoyo de las organizaciones del país y la investigación científica de los productores para inyectar valor agregado a sus productos.

En este caso, podemos visualizar que en cualquier cadena de producción es importante tener la asesoría y las capacitaciones correctas y más al ser productores pequeños, cuya producción no es tan robusta como otros; por eso, es necesario mayor apoyo logístico y económico con una visión integral de la problemática productiva, por parte de las instituciones del Gobierno, para que el país pueda enfocar su producción nacional hacia otros productos, diversificar y brindarles mejor valor agregado, con lo cual se pueda mejorar su aceptación en el mercado internacional.

Arias y Valenciano (2018), en la revista de la Universidad Nacional, plantea el tema: “La cadena de valor de la panela y el fortalecimiento de la agricultura familiar en Costa Rica”. Su objetivo general es determinar el efecto socioeconómico y ambiental de esta actividad sobre la zona geográfica donde operan los eslabones agrícola y agroindustrial; utiliza la metodología cualitativa.

Los autores exponen que las cadenas de valor para los mercados locales pueden ser dinámicas e innovadoras para adaptarse a las condiciones del mercado y las presiones de uso de los recursos. Por lo que, no sólo las cadenas globales que están vinculadas con los mercados internacionales pueden convertirse en objetos de investigación; también los sistemas de producción agrícola y agroindustrial locales, pueden ser objeto de investigación, debido a la dinámica que desarrollan en torno a la producción, así como, sus encadenamientos a nivel local y

sus vínculos culturales y comerciales, entre los distintos actores que componen los eslabones de la cadena.

Aunque las grandes empresas agrícolas están diseñadas para cumplir una serie de demandas del consumo mundial, aún existe la producción local y rural y, esta suele estar a cargo del núcleo familiar por sí mismo, que por sus características de producción crean y promueven procesos más sostenibles con un mayor impacto a la calidad de vida de la población.

Los autores concluyen visualizando que las comunidades valoran a los productores de las zonas agrícolas y que estos tienen conciencia ambiental y deseos de mejorar sus prácticas de producción; pero, no saben y tienen carencia de información y asesoría, a pesar de que, algunas instituciones estatales ofrecen capacitaciones, pero siguen existiendo vacíos en cuanto al apoyo, principalmente, financiero. A todo esto, los autores recomiendan a las instituciones adoptar una visión global para que pueda aportar a la mejora y sostenibilidad de la producción, especialmente en temas de capacitaciones, desarrollo de mercado, acceso a tecnologías amigables con el ambiente y financiamiento.

En este caso, las comunidades agrícolas de las zonas rurales son sumamente importantes para brindar empleos a su gente, ya que, esta población se debe de concebir desde una perspectiva de agentes de cambio que encuentran en su agricultura una forma de vida y no un simple negocio; por lo que, es una oportunidad de proporcionarles información útil para su sustento y el de otras personas; inclusive, se debe mirar hacia una producción mayor para comercializar a gran escala y de esta manera, crear productos y añadirles mejor valor agregado y ese punto de diferenciación.

### **Proyecciones**

El proyecto inicia con la idea de visualizar más a fondo el valor agregado en la exportación de cúrcuma para nuevos mercados; por lo que, la propuesta se enfoca hacia metas directas de lo que expresan los objetivos de esta investigación:

- Se describirá el proceso de producción y exportación de cúrcuma para poder visualizar la manera correcta de producir y comercializar el producto, con la finalidad de hacer una correcta exportación a Canadá, e identificar esas falencias que existen y limitan su posicionamiento y expansión.
- Se identificará las oportunidades de comercializar la cúrcuma a Canadá para que se pueda alcanzar el análisis y aprovechamiento máximo de nuevas estrategias de desarrollo y exportación del producto al mercado canadiense.
- Se determinará algunos productos de valor agregado a base de cúrcuma para un mayor posicionamiento en el mercado canadiense, cuyo propósito es aumentar la internacionalización de la agroindustria de la cúrcuma costarricense y mejorar su valor competitivo frente a otros países productores de cúrcuma.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Comercio Internacional**

Se entiende por comercio internacional el intercambio de bienes y servicios de una economía abierta con otra. Las ventajas de la apertura comercial entre los países es disponer de mercancías que no son propios del país o que no se pueden fabricar, construir o producir a nivel nacional o por un tema de facilitación de costos y, por ende, el mercado tiende a volverse más competitivo como consecuencia de esta apertura comercial que se dio a cabo por la globalización. Además, el comercio internacional ha tenido un papel importante en la economía mundial, ya que la oferta y la demanda de bienes y servicios afectan a los precios. (Cortés, 2022)

El intercambio de bienes y servicios entre dos naciones es importante para el crecimiento de sus economías y crecimiento de la calidad de vida de los países. Economistas como Adam Smith y David Ricardo expusieron que el propósito del comercio en general es que un país suministre a otro mercancías o productos de los cuales se especializan y que el otro país no posee. Las exportaciones son importantes, ya que ofrecen tanto a personas como a empresas un mercado más amplio para distribuir sus productos; por ello, los gobiernos siempre estimulan el comercio exterior de las mercancías, pues se considera un beneficio económico importante para su balanza comercial.

Hidalgo (2018), en su ensayo titulado: “Tendencias del comercio internacional de bienes, políticas comerciales y negociaciones multilaterales”; la autora destaca una característica importante del proceso de la globalización en el mundo, ha sido la magnitud económica y su

repercusión en el comercio internacional; realmente, ha sido muy notable y, entre ellos, sobresalen la conexión entre mercados, los cambios en los procesos de producción, distribución y consumo de productos, la integración de nuevas tecnologías y la llegada de transnacionales a los países.

En los últimos años, el comercio ha estado en constante cambio sobre los bienes y servicios que más exportan e importan los países, ya que las manufacturas tienen un peso importante en la parte de intercambio de bienes, así como, en los combustibles y los productos agrícolas. En términos de servicios, los de informática, información y financiero, han cobrado un alcance importante entre las transacciones comerciales de los países.

### **Transporte en el comercio internacional.**

El transporte es fundamental para el movimiento de los productos, a nivel de comercio internacional. Estos deben ir bien empacados, envasados y embalados, con el objetivo de que lleguen al lugar de entrega dentro del tiempo pactado. El traslado de mercancías es el objeto real del transporte mundial y el transporte debe ir acondicionado convenientemente para la manipulación de diferentes mercancías y debe adecuarse lo mejor posible al tipo de producto, según se exporte vía terrestre, aérea o marítima y, también, dependiendo de la rapidez, seguridad y el costo del servicio aduanal. Además, este ha evolucionado tanto a través de los años, que se ha vuelto algo estratégico para la evolución de la economía mundial. (Jerez, 2011)

El avance tecnológico que ha tenido el mundo en los últimos años, el desarrollo de los medios de transporte y todo el sector de informática, utilizado para las telecomunicaciones han hecho que se agilicen las transferencias de mercancías entre los países, que muchos años atrás no se lograba. El transporte es tan importante y forma una parte esencial de la cadena logística que el servicio genera un valor añadido en el proceso de logística internacional.

### **Costa Rica en el Comercio Internacional.**

El comercio se inició alrededor de 1843, en Costa Rica, cuando un barco con destino a Inglaterra transportaba 5.505 quintales de café; las exportaciones al país europeo, permitieron un

mayor progreso económico, comercial y cultural a través de la exportación de bienes. El país diversificó la producción, después de la primera exportación de café, para incluir banano, caña de azúcar, carne y cacao; las exportaciones han sido la principal fuente de ingresos de la economía costarricense, al igual que la construcción de vías férreas. (Villasuso, 2009)

Por un lado, la teoría del comercio internacional de Smith revela las ventajas comparativas de cada país, ya sea en la industria, la agricultura, la ganadería y la minería. Desde que se sumó al modelo agroexportador, Costa Rica se ha beneficiado de algunas de sus exportaciones más importantes, como el café, banano y productos no perecederos. Empresas como COMEX y PROCOMER han hecho todo lo posible para atraer inversión extranjera y poder diversificarnos en tecnologías exportables.

Según Parada Gómez (2011), en la revista de la Universidad Nacional, titulada: Economía y Sociedad, cuyo tema es el siguiente: “EL COMERCIO INTERNACIONAL UN INSTRUMENTO PARA ALCANZAR EL DESARROLLO DE COSTA RICA”. El autor explica que el país ha avanzado mucho gracias a la alianza con México, Chile, Estados Unidos y otros países; el número de tratados comerciales va en aumento, pero el desarrollo en Costa Rica todavía no ha llegado.

El país y las organizaciones antes mencionadas, como COMEX y PROCOMER, han hecho lo posible por cambiar un poco a Costa Rica, en cuanto a su pensamiento de modelo agroexportador obsoleto; pero, no han podido diversificarlo con la industria; sin embargo, hoy el país está creciendo porque exporta servicios y equipos médicos, además de talento humano. Es importante que el gobierno preste más atención para que el déficit comercial no sea negativo al final y apoyar e impulsar a las Pymes a participar en la exportación de sus productos.

### **Características de las exportaciones en Costa Rica.**

Costa Rica presenta un déficit comercial donde se explica que las exportaciones tienden a ser menores que las importaciones, en un periodo determinado; este déficit comercial se va a visualizar más a fondo, con el aporte de datos relevantes para enriquecer el tema.

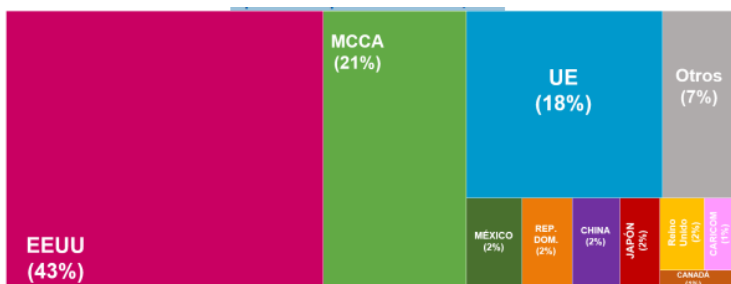
Desde los años 2000-2012 empezó a visualizarse una tasa más baja del crecimiento de las exportaciones versus la tasa de crecimiento de las importaciones. Por ejemplo, se llegó a una tasa del 5,5% anual para la salida de mercancías y para la entrada se mantuvo en una tasa del 10% anual; el saldo de la cuenta del país ya era negativo y esto provoca déficit comercial del país, sea financiado por Inversión Extranjera Directa (IED); se dice que más del 98% es costeado por este medio. (Ruiz, 2012)

Sin embargo, según cifras del INEC (2023), en el 2022 las exportaciones costarricenses crecieron un 14,08% con respecto al 2021; el valor total exportado fue de 17,902 millones de dólares, pasando la cifra del 2021. Las importaciones se incrementaron un 11,19% respecto a las del 2021, por lo que, aún representa déficit en la balanza comercial, aunque se haya exportado más que el año anterior.

El principal medio de exportación fue el marítimo, adicionando el 64% del valor total importado; de igual manera, fue el más utilizado para las exportaciones, con un 48% de valor total exportado. Por otro lado, según cifras del Ministerio de Comercio Exterior (2022) entre los principales socios comerciales de Costa Rica predominaron, en 2021, Estados Unidos, con una participación del 43,4% en las exportaciones totales, un aumento considerado que no se presentaba desde el 2014 y esto se explica a el crecimiento de las exportaciones de dispositivos médicos; pero, parte de estos dispositivos de las exportaciones, fueron de piña fresca, banano, café, llantas, piña congelada y yuca.

El Mercado Común Centroamericano (MCCA), es el segundo mayor comprador de productos costarricenses, con una participación del 19,5% en el 2021. En el 2020 aumentaron, y esto se debe al aumento de las exportaciones en todos los países que conforman este bloque y también, debido a que desde la pandemia las fronteras terrestres se cerraron, lo que provocó un rezago en las exportaciones del país. Sin embargo, el aumento de las exportaciones a estos países fue en buena parte al levantamiento de estas restricciones por la pandemia de la Covid-19.

### **Figura 1. Exportaciones por socio comercial, 2021**



Nota: COMEX con base a cifras de PROCOMER

### Productos con más agilidad de exportación en Costa Rica.

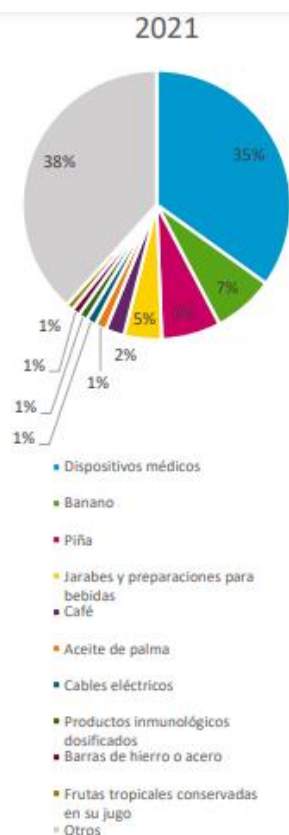
Durante muchos años, las principales exportaciones de Costa Rica fueron productos agrícolas como café, piña, caña de azúcar y también carnes; sin embargo, con la llegada de los Tratados de Libre Comercio (TLC), regímenes como las zonas francas y la Inversión Extranjera Directa (IED), añadieron la capacidad del país para diversificarse y permitió formar, capacitar personas calificadas para ensamblar y fabricar dispositivos, que hoy en día tienen una gran demanda a nivel internacional.

Según cifras del Ministerio de Comercio Exterior (2022), los dispositivos médicos se mantienen como líderes en las exportaciones, con un 35% del total del valor exportado y este sector en el país se ha posicionado como el segundo mayor exportador en toda América Latina. Costa Rica se ha vuelto un país que recibe IED de empresas que manufacturan estos dispositivos y cada vez su fabricación es más sofisticada, gracias a la investigación y al desarrollo, lo que ha hecho que en los últimos años, este sector haya crecido exponencialmente.

Por otro lado, Costa Rica ha mantenido su lugar en el comercio de frutas tropicales; el banano ocupa el segundo lugar con importancia en las exportaciones. En el 2021 ascendieron a \$1066 millones con respecto al 2020; por otro lado, la piña; también, es relevante indicar que en el 2021, las exportaciones aumentaron ingresos por \$114 millones con respecto al 2020, alcanzando los \$1032 millones y recuperando sus niveles antes de la pandemia. Estos dos productos representaron el 14,5% de las exportaciones totales de bienes en el país.

También, entre los productos que se destacaron, están los jarabes y preparaciones para bebidas, café, aceite de palma, cables eléctricos, productos inmunológicos dosificados, barras de hierro o acero, frutas tropicales conservadas en su jugo; en conjunto, estos productos representaron un 38% del total del valor exportado.

**Figura 2. Principales productos exportados, 2021**



Nota: COMEX con base en cifras de PROCOMER.

### **Limitaciones de las exportaciones.**

En temas de comercio internacional, cada país se encuentra con limitaciones que afectan las importaciones o las exportaciones, desde temas logísticos, políticos, económicos y sociales; si empezamos desde la microeconomía de un país que, en este caso serían las pequeñas empresas, pues para las empresas grandes y posicionadas se hace más fácil el tema; pero, no hay burocracia

en temas públicos como con empresas medianas y pequeñas, el nivel de documentación que estas tienen que hacer para poder comercializar sus productos y crear sus productos, es gigante.

Los países latinoamericanos para poder competir con grandes potencias mundiales tienen que maximizar el surgimiento de oportunidades a través de empresas, en este caso, costarricenses para tener presencia en otros países; pero esta traba o requisito que viene por parte del Gobierno para que las PYMES puedan surgir y salir adelante, hace que se crean encadenamientos productivos, donde solo unos pocos y conocidos puedan surgir en el país.

Según Govaere (2012), durante años Costa Rica ha ido acumulando mucha tramitología que estanca la competitividad del país y que nadie se atreve a hacer un movimiento por esto. Govaere que es coordinadora de OCEX-UNED comenta que donde se necesita una respuesta urgente es en la vida de las empresas. El costo, tiempo y trámites que sufren las pequeñas empresas para iniciar su negocio, es gigante; los grandes tienen el apoyo estatal o tienen el capital para afrontar todo este proceso; pero, para las Pymes representa un camino estrecho y significa navegar entre la mortalidad y la informalidad.

Las Pymes exportadoras representan una tasa de mortalidad del 90%, mucho antes de los cinco años de empezar el negocio y mueren con tanto por recorrer y resolver. Costa Rica está dentro de los 18 países más lentos del mundo para dar permisos en iniciar un negocio, mientras que Panamá está entre los 34 países con menor número de procedimientos para el trámite de un negocio; esto se resume en 6 días contra 60. (p.3)

Costa Rica tiene una ubicación sobresaliente en el sistema logístico mundial; esto se debe a que se encuentra en el centro del Continente Americano, muy cerca del Canal de Panamá, y posee costas en los océanos Atlántico y Pacífico. Teniendo presente esto, es necesario tomar en cuenta los componentes de la logística de transporte para ver el posicionamiento del país. Esos componentes son cinco: a) las carreteras para el transporte de carga, b) los puertos marítimos, c) los aeropuertos internacionales, d) los pasos de frontera terrestres, y e) las terminales logísticas.

Por otra parte, la infraestructura del país hace que en cierta parte las exportaciones se vuelvan complicadas; el tráfico del país hace que el transporte que va determinado al comercio internacional tenga debilidades en temas de tiempo; todas las calles de Costa Rica tienen "un punto de encuentro" y este es San José; por lo que se imposibilita el tráfico de camiones que van hacia Guanacaste, Limón y Puntarenas, pues las calles del país son estrechas y en "hora pico" el tema de tiempo se queda corto.

Los altos costos de transporte repercuten en las exportaciones, pues esto significa hasta un 35% del valor del producto y, para abonar al problema, los contenedores deben ingresar al casco de la ciudad de San José, por falta de rutas alternas. La red vial de Costa Rica no es la más apropiada para comunicar fronteras y costas, ya sea para satisfacer necesidades de logística internacional, o para mejorar la calidad de vida de la población en procesos de tiempo de traslado, pavimento, costos por deterioros, y riesgo de accidentes.

El país no se planificó a un plazo de tiempo más largo que solo un par de años, lo que ocasionó que todo se concentra en un solo punto como es la GAM; por lo mismo los sistemas de transporte no pueden funcionar de una manera satisfactoria para sus usuarios. Esto causa que el tiempo en tránsito sea mucho más extenso y las poblaciones noten deficiencia del transporte.

### **Cúrcuma**

La cúrcuma es una planta herbácea perenne, con raíces palmeados, arrugados en el exterior, marrones por fuera y de un color naranja en el interior; la cúrcuma es originaria del sudeste asiático, mayormente se concentra en la India y Vietnam; se puede encontrar en otras partes, ya que ha sido naturalizada, porque es una planta tropical, que crece en zonas cálido-húmedas, necesita temperaturas de 20 y 30° C; además, necesita altos niveles de luz para crecer, entonces, se encuentra en campos abiertos y crece mejor en suelos fértiles y bien drenados. (Saiz, 2015)

En el caso de su cosecha, las hojas de la cúrcuma empiezan a aparecer a los 30 días y el cultivo es cosechado cuando las hojas se empiezan a marchitar; la cúrcuma se cosecha entre 8 a 9 meses después de la siembra, en la época seca y cuando sus hojas tienen un color amarillo; se

puede recolectar de forma manual y después se debe limpiar, lavar, cortar y secar, ya sea secado al sol o con otras fuentes de energía.

**Figura 3. A. Imagen de la planta de la cúrcuma. B. Detalle de la flor. C. Detalle del rizoma anaranjado**



Nota: (Saiz, 2015)

El color anaranjado es lo que sobresale en cuanto a su uso en el mercado, ya que se utiliza para la industria alimentaria, en medicina y cosmética natural, en la alimentación su resina se utiliza para saborizar los alimentos y como colorante por el color anaranjado, cuyo responsable es la curcumina; sirve para dar color a la mantequilla, queso, mostaza, palomitas de colores, cereales, sopas, entre otros.

La cúrcuma fue adoptada como un producto medicinal y ha sido utilizada como medicina tradicional en países como China y la India; sirve para aliviar problemas digestivos, es antiinflamatorio y también cicatrizante; además, sirve para la prevención en casos de artritis, arteriosclerosis, desórdenes respiratorios y gastrointestinales. Además, puede funcionar como protectora para problemas en el hígado y con efectos anticancerígenos. Por otro lado, como cualquier medicamento su uso tiene contraindicaciones y se debe de evitar durante el embarazo y la lactancia y no abusar de la dosis recomendada diaria, que es de 300 a 600 mg/día.

Se usa en la cosmética. Mujeres en la India realizan una pasta para eliminar el bello en el cuerpo; también, por sus atributos cicatrizantes y antioxidantes, se utiliza para curar quemaduras solares. La cúrcuma se puede encontrar en cremas por sus características astringentes, como aceite

esencial aromatizante, para el tratamiento de la caspa, como tinte para el cabello y estimulante del crecimiento capilar.

### **Comportamiento global en el comercio de cúrcuma.**

Según Encalada, Peñaherrera, y González (2021), en la revista titulada INNOVA Research Journal de la Universidad Internacional del Ecuador, quienes escriben en su investigación sobre las bondades de la cúrcuma: “Los superalimentos como tendencia del mercado: Un análisis de las oportunidades para las empresas exportadoras”, comentan que existe un segmento del mercado que es influenciado por la necesidad de cambiar su estilo de vida; por lo que buscan alimentos más saludables y que le ofrezcan una mejor calidad de vida, por lo que, es una oportunidad para las empresas exportadoras ya que la oferta estará vinculada con la salud, prevención de enfermedades y el respeto por el medio ambiente. La siguiente tabla destaca a los mayores países exportadores de cúrcuma a nivel mundial.

**Tabla 1. Exportadores de cúrcuma a nivel mundial**

<b>Exportadores</b>	<b>Valor exportado en 2022 (miles de USD)</b>	<b>Participación en las exportaciones mundiales (%)</b>
India	\$142,056	56,90%
Myanmar	\$17,265	6,90%
Países Bajos	\$12,899	5,20%
Fiji	\$9,947	4%
Indonesia	\$9,244	3,70%
Alemania	\$6,376	2,60%
Estados Unidos de América	\$4,693	1,90%
Perú	\$3,813	1,50%
Japón	\$3,748	1,50%
España	\$3,397	1,40%

Nota: Elaboración propia, adaptado de International Trade Center (ITC, 2022), Trade Map.

Según la tabla anterior se puede notar que la India es el mayor exportador de cúrcuma en el mundo; representa el 56,90% del valor total globalmente exportado de este producto, sin embargo, la tendencia que representa la cúrcuma en otros mercados es una oportunidad para los demás países productores que también cultivan la cúrcuma, aparte de países asiáticos, como en el Caribe, en Jamaica, Haití, Costa Rica, Perú y Brasil.

### **Países con más importaciones de cúrcuma.**

Hace unos años atrás, los productos naturales han estado en tendencia, debido a que las personas buscan productos con pocos ingredientes artificiales, que tengan una producción con práctica sostenible, con propiedades nutricionales para ayudar al tratamiento de enfermedades y mejorar la salud y, en el caso de la cúrcuma, que en el 2019 generó importaciones por \$296 millones y se colocó en 1208 nuevos productos que destacó en snacks, salsas, condimentos, productos de cuidado personal y belleza (COMEX, 2020).

La Tabla 2 visibiliza a los países que más importan cúrcuma a nivel mundial.

**Tabla 2. Importadores de cúrcuma a nivel mundial**

<b>Importadores</b>	<b>Valor importado en 2022 (miles de USD)</b>	<b>Participación en las importaciones mundiales (%)</b>
<b>Estados Unidos de América</b>	\$49,821	20,10%
<b>India</b>	\$16,610	6,70%
<b>China</b>	\$16,163	6,50%
<b>Marruecos</b>	\$15,941	6,30%
<b>Alemania</b>	\$14,521	5,90%
<b>Países Bajos</b>	\$13,930	5,60%
<b>Malasia</b>	\$12,011	4,80%
<b>Reino Unido</b>	\$10,945	4,40%
<b>Japón</b>	\$9,489	3,80%
<b>Canadá</b>	\$8,417	3,40%

<b>Francia</b>	\$6,417	2,60%
<b>Sudáfrica</b>	\$6,064	2,40%
<b>España</b>	\$5,636	2,30%

Nota: Elaboración propia, adaptado de International Trade Center (ITC, 2022), Trade Map.

Según la tabla anterior, el principal mercado importador de cúrcuma es Estados Unidos, con un 20,10% del valor globalmente importado. Estados Unidos es un mercado atractivo y con menos impedimentos para el ingreso de productos alimenticios provenientes de América Latina. Por otro lado, como se presenta en la tabla anterior, hay otros países que tienen una demanda creciente del producto; evidentemente, representan mercados oportunos para este sector exportador.

### **Producción y comercialización de cúrcuma en Costa Rica.**

En Costa Rica, la producción de la agricultura ha bajado a raíz de la llegada de los dispositivos médicos; sin embargo, el sector agrícola cuenta con una base sólida, y el éxito se debe a que el país cuenta con una estabilidad política, con un crecimiento económico y tiene altos niveles de salud y educación, por lo que, el sector agropecuario ha alcanzado éxito en las exportaciones de cultivos nuevos; según el Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica (MAG), la balanza comercial de este sector siempre ha sido positiva. (Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica, 2021)

Además, según cifras de PROCOMER, entre el 16 y 17% del total de las exportaciones del país son agropecuarias, y el 30% del empleo exportador lo genera empresas de este sector. Costa Rica se ha posicionado en el comercio de frutas tropicales, exportando 327 productos alimentarios con valor añadido a 98 países y 341 productos agrícolas a 110 destinos diversos. Esto demuestra que los productos agrícolas del país están muy bien posicionados en el mundo y que la cúrcuma es un superalimento que puede ser ubicado en nuevos mercados.

En el caso de la cúrcuma la demanda en los últimos años en todos los países ha aumentado y esto se debe a factores como la indagación de las personas por encontrar productos más naturales,

con menos ingredientes artificiales, practicas sostenibles de producción y utilizar las propiedades nutricionales para ayudar con las enfermedades y mejorar su salud; todos estos puntos reflejan en este aumento de la demanda a nivel mundial. (Ulloa, 2020)

Según Ulloa (2020), la cúrcuma sobresalió en la parte de alimentos como snacks. Golosinas, salsas y condimentos; luego los productos para el cuidado personal y belleza, para las dos categorías sobresale la curcumina como el colorante natural de estos productos y el cuidado personal y el aprovechamiento de su propiedad antiinflamatoria. Por otro lado, el autor indica que en el 2019 se hizo un estudio que se llama DESCUBRE 150; en este reconocieron 10 cadenas de valor que cuentan con potencial comercial y entre los tres mejores indicadores, sobresalió la cúrcuma.

Según la página del proyecto DESCUBRE (2019) se define como un programa interinstitucional, a través de una alianza público-privada coordinada por COMEX, MAG y PROCOMER, con el objetivo de revalorizar la agricultura como una actividad sostenible hacia una economía inclusiva y dinámica; además, busca promover la atracción de inversión en las zonas rurales e identificar oportunidades en el mercado para los productos agrícolas, con el fin de diversificar la oferta exportable.

Este programa lanzó su primera edición en el año 2021 y su segunda edición en el año 2022, beneficiando a 51 empresas y productos, entre ellos a empresas y productores de cúrcuma. Este programa realizó una ficha técnica sobre la cúrcuma y los puntos a destacar serían sus principales zonas productoras, uso principal, sus destinos de exportación, temperaturas y su época de siembra.

**Figura 4. Información sobre el cultivo de cúrcuma en Costa Rica.**

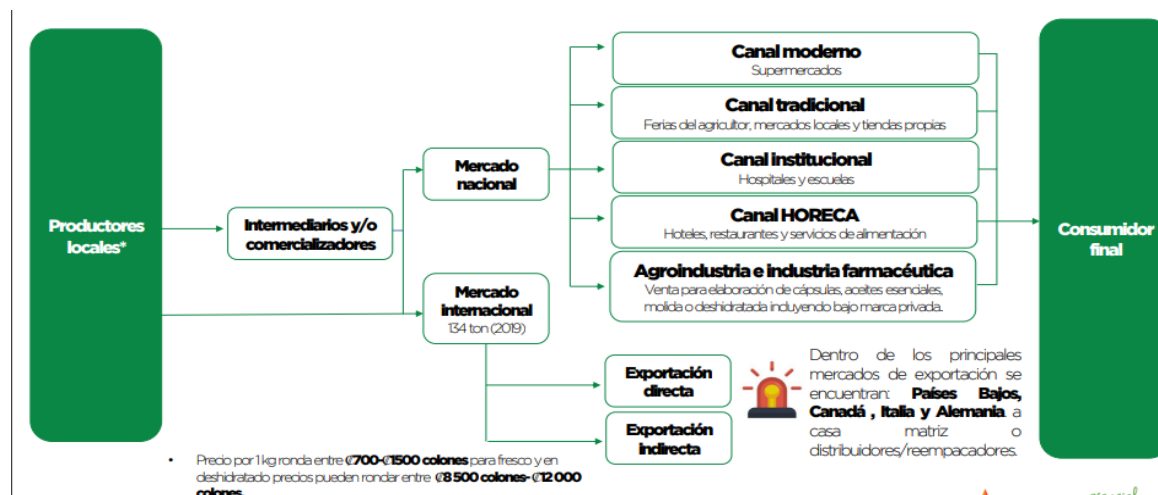
<b>Principales zonas productoras</b>	El cultivo de cúrcuma se adapta a las condiciones presentes de la zona sur del país.
<b>Uso principal</b>	Producto fresco o deshidratados

	En la Industria alimenticia se procesa para obtener harinas, jugos, bebidas, té, suplementos, entre otros.
<b>Principal destino de exportación</b>	Europa/América del Norte y Centroamérica
<b>Época de siembra</b>	En Costa Rica este cultivo se puede sembrar en cualquier época del año, si se tiene la opción del riego, principalmente durante la estación seca (enero a mayo). Sin embargo, la mayoría de las siembras se realizan entre mayo y junio, con el inicio de la estación lluviosa y se cosecha durante la estación seca.
<b>Temperatura</b>	20°C – 30°C
<b>Precipitación</b>	1500 a 2000 mm por ciclo

Nota: Elaboración propia con base en información de DESCUBRE, PROCOMER (2019)

Como se puede observar en la Figura 4, el cultivo de cúrcuma se realiza entre mayo y junio por la estación lluviosa para ser cosechada en la época seca; otro punto a considerar es que su curva de crecimiento, va de los 0-60 días cuando se desarrollan sus hojas, raíces y pseudotallos, de los 61 a 75 días de crecimiento vegetativo y formación del rizoma y de los 76 días a la cosecha se da el llenado del rizoma, en cuanto al tiempo que pasa para llegar a cosechar, sería entre los 9 y 11 meses posterior a la siembra; esto sucede porque es mayor el porcentaje de curcumina y es el más importante a nivel comercial para ser utilizada como colorantes y fines medicinales; el rendimiento reportado en el país varía entre 19 y 23 t/ha.

**Figura 5. Cadena de comercialización de la cúrcuma en Costa Rica**



Nota: (Ulloa, 2020) con base a entrevistas a empresas.

Por otro lado, según cifras de PROCOMER en 2019 las exportaciones de cúrcuma alcanzaron \$258 mil lo que correspondería a un CAGR de +13% respecto a el 2015 y el 91% de esas exportaciones fueron a Países Bajos. Además, las exportaciones han sido diferentes en el periodo entre 2015 y 2019 en donde se ha reducido en mercados centroamericanos y estadounidense y ha aumentado mayormente en Europa. En temas de exportaciones mundiales de cúrcuma, Costa Rica se encuentra en la posición 33 como exportador a nivel mundial.

**Figura 6. Promedio de exportaciones de cúrcuma desde Costa Rica entre 2015-2019 en miles de USD**



Nota: (Ulloa, 2020)

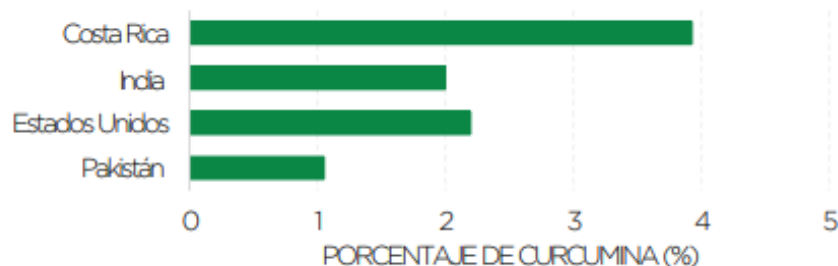
Los productores agrícolas de la Zona Huetar Norte exportan cúrcuma orgánica a Alemania y Holanda y estos participaron en el 2018, en un programa de acción social por parte de la escuela química de la Universidad de Costa Rica; el objetivo del proyecto era diseñar una metodología participativa para identificar las necesidades con los productores, además, identificar el potencial del producto en el mercado internacional y lograr la calidad que se requiere para exportar.

Según Roma (2022), la diversificación agrícola es importante, ya que asegura la sostenibilidad productiva, no solo para la parte económica de un país, sino, también, en la parte alimenticia y de conservación de suelos y aguas. Costa Rica debe diversificar su oferta exportable y tener en cuenta artículos que en los últimos años han tenido mucha demanda y, sobre todo porque las personas están en busca de alimentos saludables como la mora, la yuca y la cúrcuma; en el caso de la cúrcuma, esta tiene varias ventajas que el país puede sacarle provecho para posicionar este producto en mejor lugar en el mercado internacional.

Por otro lado, existe una búsqueda de las personas por los alimentos saludables y medicinas naturales, ya que se ha presentado un interés por parte de los países en educar a los consumidores para que busquen el mejor estilo de vida e intenten buscar productos de origen natural, en los últimos años, productos incluían en sus empaques afirmaciones como “natural” o “calidad organica” e incluso “ausencia de aditivos y conservantes” y la cúrcuma posee propiedades para el uso medicinal y cosmético e incluso, investigaciones demuestran que la curcumina reduce el colesterol en la sangre.

Según varios proyectos realizados en BioDESS en la escuela de Química de la Universidad de Costa Rica, la curcumina es el elemento más importante de la cúrcuma, porque es el que le da el color, por lo que el estudio que se hizo en BioDESS evidencia que la cúrcuma que se cultiva en Costa Rica tiene un alto contenido de curcuminoides en comparación con otras partes del mundo.

**Figura 7. Porcentaje de curcumina promedio de muestras de Costa Rica y de otros países.**



Nota: (Ulloa, 2020) con base a resultados de BioDESS, Escuela de Química, UCR.

Además, se han obtenido resultados en el incremento de la bioactividad de la curcumina a una mejora en la solubilidad y biodisponibilidad debido a que se ha aplicado nanotecnología, gracias a la colaboración de LANOTEC, UTN, TEC y UCR.

Por otro lado, la cúrcuma orgánica de Costa Rica tiene cada vez más demanda, especialmente porque se conserva bien. El producto se envasa en cajas IFCO para una mejor ventilación, con el objetivo de mantener la calidad del producto y reforzar el concepto ecológico. Además, la oferta de cúrcuma es muy limitada, por lo que estamos en una posición en términos de calidad, que es realmente buena. (Suler, 2022)

### **Impedimentos en la exportación de cúrcuma costarricense.**

Según Núñez (2018), hay retos para el emprendimiento costarricense y entre ellos están la baja participación en las actividades económicas, aumenta la informalidad de empleos y crece la desigualdad social; también, la infraestructura nacional es inestable y conlleva a que las cadenas productivas y de valor sean ineficientes; además, la estructura productiva del país necesita mayor diversificación y mayor capacidad de acción para integrar el mercado hacia la investigación científica y el desarrollo en las actividades productivas. El financiamiento del Estado para la producción nacional, son ineficientes desde lo administrativo, financiero y riesgo.

También, existen riesgos para los productores nacionales, ya que sus decisiones de siembra y producción no están alineadas con la investigación de mercado y la demanda; por otro lado, la

falta de confianza entre los participantes de la cadena de producción, hace que desconozcan las tendencias del sector agroalimentario.

En el caso de la cúrcuma, es un producto considerado como un “commodity”; los precios de referencia corresponden a la originaria de la India, en el 2019; el precio promedio de USD/kg100 tuvo su mayor pico en mayo con 97,4 y a finalizar el año, este descendió hasta los 85,3 USD/kg100. Según PROCOMER (2019), en el año 2019, las inundaciones pronosticadas esperarían que afectaran el suministro de cúrcuma de la India, y el rendimiento iba a ser 20% más bajo y, por consiguiente, iba a afectar los precios, un aumento en los precios significa una oportunidad para los productores costarricenses; sin embargo, los temores por los compradores aumentan, ya que pueden estar comprando cúrcuma adulterada.

### **Oportunidades del sector exportador de cúrcuma.**

Según Ulloa (2020), la demanda de suplementos alimenticios se está consolidando y, a pesar de que el comercio de la cúrcuma orgánica es pequeño, la demanda ha ido creciendo y el consumo de medicina natural se ha estado implementando a nivel mundial y, Asia es uno de sus consumidores masivos. Por otro lado, las personas están optando por un estilo de vida más saludable; buscan productos que puedan beneficiar la salud y la cúrcuma es uno de ellos, más que todo por sus propiedades antiinflamatorias.

También, está en tendencia el uso de ingredientes que coordinen sabor y color, ya que en algunos mercados hay alimentos y bebidas coloridas de moda; por otro lado, la cúrcuma tiene algunas propiedades que muchas personas las consideran un superalimento; entonces, el incremento en el consumo de alimentos para fortalecer el sistema inmunológico o mejorar el estrés mediante ingredientes *adaptogenos* (propiedades de ciertos alimentos que ayudan a controlar el estrés y la ansiedad), puede ser una oportunidad para que la cúrcuma orgánica del país entre a nuevos mercados.

Una oportunidad que tiene el sector exportador de cúrcuma es fortalecer su oferta exportable, por medio de certificados; en Pérez Zeledón hay una asociación: “Asociación de

Mujeres Activas del Corredor Biológico Alexander Skutch (AMACOBAS)”. Estas mujeres son parte de la asociación; realizan trabajos en fincas que producen diversas raíces y tubérculos como la yuca, ñampí, jengibre y cúrcuma, por lo que, varias organizaciones entregan herramientas y capacitan a estas mujeres como en el uso y manejo adecuado de moto azadas con el objetivo de preparar los suelos, con el fin de reducir los tiempos y minimizar las labores de campo. (ACICAFOC, 2023)

También, según PROCOMER (2019), la cooperativa COOPEASSA, una de las productoras de cúrcuma en Pérez Zeledón, realiza esfuerzos por asegurar la equidad de género entre sus trabajadores; por esta razón, un grupo de mujeres participan de manera activa en la producción agrícola y hasta asumen la responsabilidad de exportar sus productos.

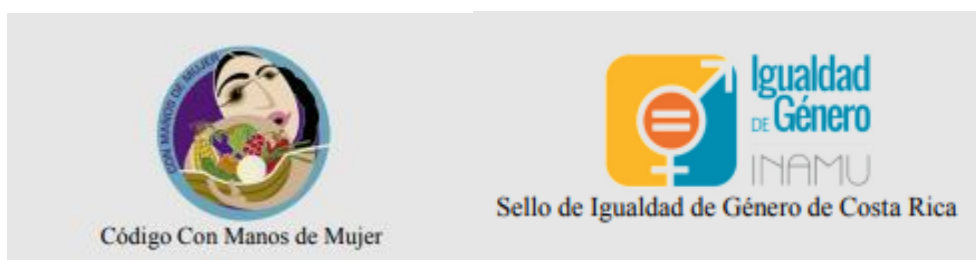
Entonces, la equidad de género es una gran herramienta para generar valor agregado, ya que la lucha constante por eliminar las desigualdades en las mujeres, ha llegado al medio de las certificaciones. En varios países existen experiencias sobre certificaciones de la igualdad de género para incentivar estos ejemplos de producción, con lo que logran el empoderamiento de las mujeres. Estas certificaciones hacen hincapié en la cualidad de los productos, denominándolos como “Hechos por mujeres”, un ejemplo de ello es el Café Femenino una marca de café orgánico. (Salido, Herrera, Garry, García, y Vélez, 2018)

Existe una empresa de multicertificación centroamericana, llamada MAYACERT S.A. que creó la certificación llamada “Con Manos de Mujer”, diseñado para reconocer procesos productivos que garanticen la igualdad entre hombres y mujeres y para brindar alternativas a las mujeres productoras, cuya finalidad es mejorar las condiciones sociales, ambientales y productivas en diversos cultivos y productos agrícolas. Otro ejemplo de este tipo de certificados es el Sello de Igualdad de Género, desarrollado conjuntamente por el Ministerio de la Mujer y otros organismos internacionales como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), en 13 países de América Latina.

Costa Rica también cuenta con su propio Sello de Igualdad de Género desde 2016, desarrollado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), el Programa de las Naciones

Unidas para el Desarrollo y la Unidad Costarricense de Acreditación, que son el resultado del esfuerzo constante del Instituto desde 2002. La adopción de este sello tiene como objetivo crear un modelo de igualdad, cerrar la brecha de género y aumentar la participación y las oportunidades de empleo a nivel público y privado de hombres y mujeres, por igual. También, crea un mecanismo de comunicación con los consumidores para que sepan que el producto que está comprando se produce en condiciones de igualdad.

**Figura 8. Sellos de certificaciones**



Fuente: (Salido, Herrera, Garry, García, y Vélez, 2018)

Según opinión de algunos productores de cúrcuma, están implementando la mano de la mujer en su proceso de producción y recolección; estos certificados harían una gran oportunidad para añadirle valor agregado a su comercialización y, por consiguiente, aumentar la productividad a través de la innovación; además, el objetivo es añadir a sus empresas prácticas socialmente responsables que permitan a los consumidores del país y del mundo, ser más responsables en sus decisiones de consumo.

Por otro lado, los programas que realizan para promover el desarrollo del cultivo, representan una oportunidad y el programa DESCUBRE de PROCOMER, COMEX y MAG ayudó a productores de cúrcuma en recibir fondos no reembolsables, otorgándoles hasta 6.750.000 colones de capital semilla; además, se les dio asistencia técnica para el mejoramiento productivo y la oportunidad de encadenamientos productivos, todo esto con alianzas de PROCOMER, con el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD) y con el INA

. Gracias a esta iniciativa se ha logrado oportunidades de empleo y desarrollo, innovando sus productos y añadiéndoles más calidad y de esta manera, se ha abierto a más mercados internacionales. (PROCOMER, 2022)

Una de las empresas que apoya a los productores de cúrcuma, es Bio Tropic. En el año 2020, se llevó a cabo un proyecto impulsado por la Sociedad Alemana de Inversión y Desarrollo y gracias a este se ha podido implementar herramientas útiles para los productores como la instalación de sistemas modernos de clasificación, lavado y secado; además, se ha instalado cámaras frigoríficas para almacenar los productos frescos. Otros aspectos para considerar el proyecto, son los programas de formación en agricultura ecológica y Global G.A.P y el apoyo en fertilizantes, semillas y productos fitosanitarios ecológicos. (Malesic, 2021)

### **Valor agregado**

El valor agregado es aquella característica extra que un producto ofrece, con el objetivo de generar un mayor valor comercial para que el consumidor final lo compre y este se encarga de diferenciarlo de la competencia; por ello, hay que estudiar bien cómo este impactará al producto para que sea bien recibido en el mercado y lograr éxito a nivel empresarial. Por otro lado, el valor agregado no solo es diferenciar el producto en sí, sino que, la empresa de esa milla extra, por ejemplo, debe brindar buen servicio al cliente, proporcionar diversos sistemas de entrega y de pago, el producto debe tener un buen empaque y se puede hacer promociones y regalías.

Dar este valor, es super importante, ya que cuando las empresas superan las expectativas de los consumidores, son quienes llevan las mentes, corazones y la compra de estos. Por lo que, para López (2021), “el valor agregado es esa utilidad adicional que tiene un bien como consecuencia de haber sufrido un proceso de transformación”. (parr.1) Por otro lado, según la página Hotmart (2022), se puede identificar el valor agregado de los productos con base en varias variables, según sea el valor percibido por los clientes, porque añadir valor a un producto genera mayores ganancias y mayor compromiso con la satisfacción de los clientes.

Por otro lado, las ventajas de esto es que se diferencia la marca, ya que puede tener competencia; pero si se logra diferenciar sobre el resto, se puede atraer más clientes. Y la técnica de boca en boca, puede que atraiga clientes, lo cual se genera mejores ganancias, clientes confiables, seguros, y a muchas personas les gusta la calidad y pueden pagar mejor por el producto.

### **Valor agregado en la cúrcuma.**

La curcumina de la cúrcuma, es utilizado en la industria alimentaria y cosmético conocido como E100 en alimentos y en colorante cosmético conocido como CI 75300 o amarillo natural y es un ingrediente Generalmente Reconocido como Seguro (GRAS) por la FDA, este puede ser natural o artificial, sin embargo, hay una oportunidad potencial para el desarrollo de este ingrediente de origen natural para reducir su uso artificial, alrededor de 45 426 productos lanzados entre un periodo de 2015-2019 incluyen la curcumina en sus ingredientes entre ellos: salsas y condimentos, platos principales, snacks, dulces, panadería, productos de pescado, carne y huevos, sopas, postres, entre otros.

También, existe un potencial sobre otros productos que utilizaron la cúrcuma como ingrediente; los alimentos tuvieron una gran participación en el periodo de 2015-2019, con un 62% y luego el cuidado personal y belleza con un 33%. Por otro lado, los tallos de la cúrcuma llamados rizomas se secan y luego los convierten en capsulas, tabletas, tes o extractos; también, convierten la cúrcuma en polvo y hacen pasta para afecciones de la piel; por eso, todo lo anterior representa un valor agregado que se le puede agregar a la cúrcuma orgánica producida en el país.

Por otro lado, el interés de las personas por la cúrcuma ha aumentado a nivel mundial y por ello muchas empresas han estado apostando por este producto y no solo el rizoma, sino incluyéndolo como ingrediente en otros productos como bebidas y en áreas de cosmética e higiene; por este motivo, los productores deben estudiar las nuevas tendencias relacionadas con la cúrcuma para poder adaptarse a la demanda de los consumidores y satisfacer sus necesidades, de manera tal, que se abran oportunidades y crear nuevos productos con valor agregado que les permita colocar el producto a un mejor precio. (PROCOMER, 2017)

Una de las alternativas que agregan más valor a la producción de cúrcuma, es la producción de harina de la que se obtiene la cúrcuma y la curcumina; en este caso, la materia prima utilizada para este proceso son los rizomas que no reúnen la calidad del producto fresco según las

condiciones del mercado; entonces, el producto fresco se puede convertir en harina para evitar su pérdida y para facilitar su conservación.

El proceso para la extracción de harinas, primero es el lavado de los rizomas; luego, se corta en secciones pequeñas, se desinfectan, se secan, hay que molerlas y, por último, empacarlas. Según PROCOMER (2018), la transformación de la cúrcuma en harina, es una buena alternativa para comercializarla; pero, esta entidad recomienda estimular más esta producción que podría ser utilizada en diferentes industrias con una muy buena demanda.

También, para generar valor agregado a base de cúrcuma, está la leche dorada conocida como “golden milk” en inglés o “haldi doodh” en hindi, una bebida que su ingrediente principal es la cúrcuma, considerada como un superalimento, según Betancourth (2023). Esta bebida ayuda a combatir problemas como la artritis y dolores musculares; también, puede actuar como analgésico para disminuir dolores de cabeza, fortalece el sistema inmunológico, ayuda a regular el metabolismo y los niveles de colesterol, ayuda a la salud cerebral y controla los trastornos neurológicos.

## **Canadá**

Canadá posee 10 millones de kilómetros de superficie; es el segundo país más extenso del mundo, después de Rusia, está ubicado en América del Norte y su capital es Ottawa. Es un país con mucha diversidad natural y cultural, además, cuenta con bastantes avances tecnológicos. Los canadienses hablan dos idiomas oficiales: el francés y el inglés; y donde más predomina el francés es en Quebec y Nuevo Brunswick. Por otro lado, en Canadá viven alrededor de 35 millones de personas y las ciudades más grandes de Canadá, son Toronto, Montreal, Vancouver y Ottawa, entre sus principales puertos, se destacan el de Vancouver, Montreal, Prince Rupert, Halifax y el de Sanint John.

La mayoría de los canadienses tienen ascendencia europea; sin embargo, la constitución canadiense reconoce tres pueblos aborígenes que son los indios, los mestizos y los inuit, que brindan al país prácticas culturales y creencias espirituales. Un censo realizado en 2006 indica que

más de un millón de personas en este país se identifican como aborígenes. En cuanto a su estructura política, se encuentra fundamentada en una monarquía constitucional y con un estado federal de democracia; se practican diferentes religiones; sin embargo, éstas no desempeñan un papel importante en la vida política o económica de Canadá. (Dream Canadá, 2017)

También, Canadá es conocido por ser un país moderno y progresista con una mentalidad abierta; tiene una sociedad multicultural y se practican diversos deportes como el hockey, el beisbol y el esquí es considerado pasión nacional; en el 2014, Canadá fue considerado como uno de los 10 países más pacíficos del mundo.

### **Mercado canadiense**

Se conoce a Canadá como un mercado competitivo; por ello, se debe de investigar bien el país y la demanda de sus ciudadanos antes de comercializar en él; se debe de tomar en cuenta que existe un mercado local muy diverso en Canadá y, por ello, las grandes ciudades son el punto clave como Toronto, Montreal, Vancouver y Alberta, ya que son ciudades en donde están las ferias especializadas nacionales e internacionales. Según Mondragón (2016), los canales de distribución en Canadá varían según el producto y, existen tres tipos de comercialización, ya sea por distribución propia, distribución a través de centros mayoristas y/o distribución directa.

Es importante mencionar que Canadá es un país con tendencia a consumir productos saludables y que contribuyan a una vida sana; por lo que, la agricultura ecológica como frutas y verduras son los que tienen mejores perspectivas de venta, según un estudio hecho por la Subdirección General de Relaciones Internacionales y Asuntos Comunitarios de España (2019). Este estudio indica que el 60% de las importaciones de Canadá corresponden a productos agroalimentarios; con este espectro comercial, se supone que Canadá es un buen destino para la cúrcuma orgánica costarricense y sus subproductos con grandes valores agregados.

Por un lado, están los consumidores canadienses de clase media y baja que consumen productos con un precio bajo y, por otro, los consumidos de clase alta que buscan productos que se distingan por su calidad y estos se venden a un precio triple. Además, con respecto a los

productos orgánicos y naturales, se observa una demanda creciente en la población canadiense y se pueden encontrar en supermercados y de forma virtual y, a manera de entrada de productos extranjeros al país, Canadá cuenta con el acceso sin aranceles a la mayoría de los productos. Sin embargo, presenta desafíos como la competencia, ya que hay muchos productos de buena calidad en el país; además, existen requisitos de etiquetado, ya que se debe de etiquetar en inglés y francés.

### **Comercio entre Costa Rica y Canadá.**

Costa Rica y Canadá tienen una buena relación, tanto comercial como con vínculos interpersonales, por cuanto ambos comparten puntos de vistas en temas como derechos humanos, medio ambiente, democracia y libre comercio; además, este país ayuda a Costa Rica en la lucha contra el crimen, con diferentes programas y están evaluando ayudar en temas de paz y de la mujer. Por otro lado, Costa Rica tiene apoyo de Canadá en temas de desarrollo; pues este le brindó apoyo en asistencia técnica al adherirse a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (Gobierno de Canadá, 2022)

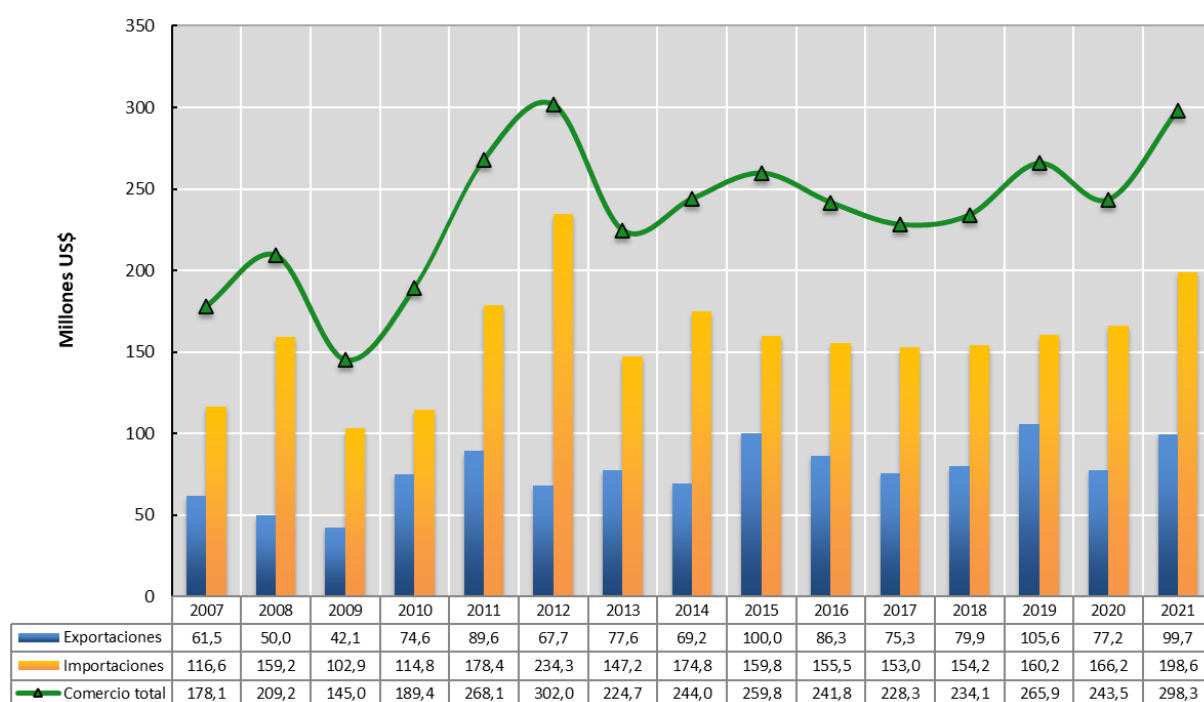
Costa Rica y Canadá tienen un tratado de libre comercio que entró en vigor el 1° de noviembre del 2022, lo que permitió ampliar sus relaciones comerciales y según el Ministerio de Comercio Exterior (2019), este acuerdo fue el primero que Costa Rica hizo con un país desarrollado. En el 2019 el comercio entre estos dos países fue de 266 millones de dólares y ha experimentado un crecimiento en los últimos años, alrededor del 3,8% anual, según cifras del Ministerio de Comercio Exterior. Sus principales exportaciones son azúcar, piñas congeladas, café, preparaciones alimenticias, plantas ornamentales, entre otros; la exportación de productos costarricenses a Canadá, representó 106 millones de dólares, en ese año.

Por otro lado, se ha visto un gran crecimiento en la industria alimentaria para las exportaciones a Canadá, según Fernández (2017), este sector representa el 98% de las exportaciones y la autora cita el estudio realizado por la Dirección de Inteligencia Comercial de PROCOMER, llamado “Alimentos diferenciados en la costa oeste de Canadá”, donde especifican tres tendencias para oportunidades de exportación a Canadá; son salud, alimentos sostenibles y productos para dietas

especiales; esto corresponde con las expectativas canadienses por el consumo de productos saludables, en las últimas décadas.

Además, el ingreso de estos productos saludables al mercado canadiense se vuelve mayor si estos están certificados como orgánicos, sostenibles y libres de gluten y, la participación de estos productos de bienes empacados, en el año 2016, fue del 8% en Canadá. Sin embargo, los costos de producción y de transporte a veces es una barrera difícil para los exportadores.

**Figura 9. Costa Rica: Flujo comercial con Canadá (2007-2021)**



Nota: COMEX (2021) con base en cifras de PROCOMER y BCCR.

### **Cúrcuma costarricense en el mercado canadiense.**

Costa Rica tiene una gran diversidad de productos naturales; sin embargo, al pasar los años, nuestros comerciantes no han sabido agregarles más valor a muchos de estos productos e incluso comercializar aquellos con un gran valor agregado y de esta manera crear más recursos para el país. Costa Rica, como parte de los exportadores de cúrcuma, compite con el más grande exportador del producto, el cual es la India; es importante mencionar que Costa Rica comercializa

este producto fresco o diversificado, razón por la cual se encuentra en ventaja y tiene la gran oportunidad de exportar a Canadá convirtiéndose en uno de los países que más provee productos al sector alimenticio canadiense.

Sin embargo, muchos de los productores de cúrcuma no han podido incrementar sus exportaciones y la India siempre se ha mantenido como el más grande exportador, según Minervini (2016); el problema de que las empresas no logren una exportación más grande y mejor posicionada se debe a que les falta información y que los exportadores no cuentan con una extraordinaria vinculación con las empresas del mercado canadiense, ya que la actitud de un empresario frente a la acción de exportar productos al extranjero, es muy importante. (pág. 7) También, se puede deber a la falta de estrategia mercadológica y recurren a intermediarios para realizar sus enlaces comerciales.

**Tabla 3. Exportaciones de cúrcuma costarricense en el año 2022**

<b>Importadores</b>	<b>Valor importado en 2022 (miles de USD)</b>	<b>Participación en las importaciones mundiales (%)</b>
<b>Países Bajos</b>	\$199,000	86,50%
<b>Canadá</b>	\$22,000	9,60%
<b>España</b>	\$6,000	2,60%

Nota: Elaboración propia, adaptado de International Trade Center (ITC, 2022), Trade Map

Según la tabla anterior, Canadá es el segundo país al que Costa Rica exporta la cúrcuma, con un 9,60% del total del valor exportado en 2022; se puede apreciar que Países Bajos lideran como el mercado al que más se exporta este producto. Sin embargo, ya en este país hay una buena posición del producto y Costa Rica busca en Canadá una buena vía para poder incursionar aún más la cúrcuma costarricense.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **Enfoque**

La investigación llevada a cabo el estudio por medio de un enfoque cualitativo, partiendo de los objetivos planteados que hacen énfasis en estudiar el valor agregado de la cúrcuma para la exportación de Costa Rica a Canadá. Se define en primer lugar el significado de la cúrcuma y el valor agregado, además del proceso de producción y comercialización, con la finalidad de determinar las oportunidades subyacentes para la exportación de cúrcuma al mercado canadiense.

Según Hernández Mendoza (2018), en la ruta cualitativa el investigador examina los hechos y revisa los estudios previos, esto con el fin de generar teoría que sea consistente con lo que se está observando (p. 46). Según los autores la acción indagatoria no siempre es la misma; esta se mueve, por lo que, en ocasiones, es necesario regresar a etapas previas y seguir validando la teoría bajo otros puntos de vista, estudiar los hechos y la interpretación que se les da.

Hernández y Mendoza (2018), explican que la ruta cualitativa resulta conveniente para comprender fenómenos desde la perspectiva de quienes los viven y cuando buscamos patrones y diferencias en estas experiencias y su significado (p.48). Por lo tanto, se va a recolectar información en el marco teórico y se apoyará con las entrevistas que se hará a empresas y personas expertas en la producción y comercialización de cúrcuma, con el propósito de dar criterios significativos que validen los objetivos de la investigación y la pregunta planteada para la solución del problema.

## **Método**

El tema de investigación permite un efectivo abordaje teórico y de operación, con el apoyo de distintos puntos de vista para poder responder y dar validez al problema y a los objetivos y, conforme a esto, se puede decir que el trabajo está fundamentado en el diseño fenomenología empírica. Según Hernández y Mendoza (2018), el diseño se refiere al abordaje general que se va a utilizar en el proceso de investigación.

Según los autores, el propósito principal del diseño fenomenología empírica es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas, respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias.

Con este diseño se pretende atacar un fenómeno, en este caso corresponde al valor agregado de la cúrcuma para la exportación a Canadá e interpretar la diversidad de las respuestas de distintas personas sobre este tema; el propósito es consultar a empresas y personas que sepan sobre la cúrcuma, con el fin de encontrar un elemento en común y recolectar los datos, analizarlos e interpretarlos, que permitan resolver la pregunta planteada, dar validez al proceso investigativo y lograr los objetivos del proyecto.

## **Fuentes de Información**

En relación con el proceso de investigación, se utilizará fuentes primarias y secundarias, respectivamente, para dar validez al planteamiento, con el fin de lograr los objetivos plasmados en el trabajo; las fuentes primarias corresponden a empresas y personas y, como fuente secundaria, se consultará documentos que permitan el mejor razonamiento sobre la producción y exportación de cúrcuma, y que corresponda al proceso de recolección de datos.

### **Fuentes primarias.**

Las fuentes primarias contienen información de primera mano, son el resultado de investigaciones, ideas y experiencias. Según Hernández y Mendoza (2018) las más utilizadas son libros, artículos de revistas científicas y ponencias presentadas; esto porque son las que profundizan más en el tema que desarrollan, son examinadas y arbitradas por investigadores o profesionales experimentados y resultan altamente especializadas.

Las fuentes primarias de esta investigación corresponden a las entrevistas, revistas científicas, ensayos y estudios de diferentes entidades, con enfoque en la cúrcuma y el valor agregado que se le puede dar para la exportación y comercialización en Canadá.

### **Fuentes secundarias.**

Las fuentes secundarias son las que ya han sido afirmadas o procesadas por información de una fuente primaria; esto puede corresponder a interpretaciones, análisis u opiniones. Estas fueron creadas para agilizar y hacer más rápido el proceso de consultas, teniendo acceso a mayor número de fuentes en poco tiempo.

Por lo tanto, estas se utilizan cuando se quiere ampliar la información obtenida o se quiere confirmar las fuentes primarias. Son fundamentales en las investigaciones y estudios científicos, ya que aportan más información y amplían las fuentes primarias ya consultadas.

### **Muestra**

La muestra es una porción del total de la población de estudio que se utiliza para el entendimiento de un fenómeno, con la finalidad de resolver varias hipótesis que se presentan a lo largo del proceso de la investigación; en este caso, se utilizará unidades de muestreo como fundamento para lograr los objetivos y la pregunta problema del proyecto.

Según Hernández y Mendoza (2018), citando a Creswell y Creswell (2018), Flick (2013), Savin-Baden y Major (2013) y Miles y Huberman (1994b), explican lo siguiente sobre la muestra:

El muestreo cualitativo está normalmente orientado por uno o varios propósitos. Las primeras acciones para elegir la muestra ocurren desde el planteamiento mismo y cuando seleccionas el contexto, en el cual esperas encontrar los casos o unidades de muestreo que te interesan. En las investigaciones cualitativas te cuestionas qué casos requieres inicialmente y dónde puedes encontrarlos. (p. 465)

De acuerdo con el argumento anterior, el muestreo cualitativo que se va a utilizar, es para resolver varias hipótesis y darle mayor firmeza al análisis del tema de la investigación. Se va a utilizar la muestra de empresas y personas que conozcan sobre la cúrcuma, con el propósito de generar respuestas y solución más precisa a la pregunta problema.

**Tabla 4. Muestra de entrevistas para la investigación**

#Entrevistado	Puesto	Razón
#1	Director de Bioextractos	Conoce sobre la producción y comercialización de productos a base de cúrcuma.
#2	Gerente General de Los Amigos de Pococí	Conoce sobre la producción y exportación de cúrcuma.
#3	Coordinador de Investigación de Mercados de PROCOMER.	Conoce sobre la exportación de cúrcuma, así como, su producción.
#4	Gestora de Proyectos DESCUBRE en la parte de la cúrcuma.	Conoce sobre la producción de y comercialización de cúrcuma.
#5	Encargada de exportaciones de VESA	Conoce sobre la exportación de cúrcuma.
#6	Operaciones de Intercontinental Kargo	Conoce sobre la exportación de cúrcuma.
#7	Innovación y Proyectos de DESCUBRE	Conoce sobre la comercialización de cúrcuma.
#8	Gerente de Proyectos de Biotropic	Conoce sobre la exportación de cúrcuma.

Nota: Elaboración propia.

### Unidad de Análisis

Hernandez y Mendoza (2018) deducen que: “Las unidades de análisis pueden ser personas, casos, significados, prácticas, episodios, encuentros, papeles desempeñados, relaciones, grupos, organizaciones, comunidades, subculturas, estilos de vida, entre otros.” (p.459). Por otro lado, las unidades de análisis son los distintos elementos en los que se clasifica la información y datos obtenidos por medio de entrevistas formalizadas, es decir, precisar a quiénes se les va a aplicar las preguntas para generar la información deseada. Las unidades mencionadas son definidas por los objetivos específicos del trabajo de investigación en curso, estas mismas guiarán las incógnitas.

**Tabla 5. Unidad de Análisis**

Objetivo	Unidad	Categorías	Definición conceptual	Instrumentalización
Describir el proceso de producción y exportación de cúrcuma al mercado canadiense.	Proceso de producción y exportación de cúrcuma.	Producción y exportación	Según (EAE Business School, 2017):  El proceso de producción son actividades orientadas a la transformación de recursos en bienes.  Según (Noatum Logistics, 2022):  El proceso de exportación es una operación internacional que	1, 2, 3, 4, 5

			contiene las etapas que una empresa o persona debe contemplar para vender sus productos a mercados internacionales.	
Identificar las oportunidades que tiene la cúrcuma para la comercialización en Canadá.	Oportunidades de la cúrcuma.	Oportunidades	Según (Jiménez, 2022):  Las oportunidades es realizar una acción para alcanzar un tipo de mejora y estos son riesgos positivos.	7, 8, 9, 10
Determinar productos de valor agregado a base de cúrcuma para la comercialización en el mercado canadiense.	Productos de valor agregado.	Valor agregado	Según (Merca2.0, 2017):  El valor agregado se refiere a la característica adicional que un producto proporciona con el objetivo de generar un mayor valor comercial según la percepción del consumidor.	11, 12, 13, 14

Nota: Elaboración propia.

## **Instrumentos**

Los instrumentos de la investigación se utilizan para contestar la hipótesis planteada y afinar los objetivos para poder sumergirse en el proceso y dar una respuesta válida a la pregunta de investigación planteada. Hernández y Mendoza (2018), consideran lo siguiente al respecto:

La recolección de datos al tratarse de seres humanos, los datos que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, prácticas, experiencias, vivencias y roles manifestados en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva. Se recolectan con la finalidad de analizarlos y comprenderlos, y así responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento.

Por lo que se puede decir que, según el enfoque y las unidades de análisis, el instrumento a utilizar es el cuestionario abierto y la entrevista.

### **Cuestionario.**

El cuestionario consiste en preguntas que se hacen a determinadas personas, con el propósito de medir o fundamentar variables y a partir de estas, hacer un análisis de las respuestas dadas; esto con el fin de alcanzar los objetivos propuestos en la investigación.

El cuestionario permite el proceso de codificación de datos para tener un análisis completo a través de las preguntas que se le hace al entrevistador y las respuestas que se da; entonces, es el instrumento que suministra información importante para el análisis de resultados.

### **Entrevista.**

La entrevista se utiliza como técnica de recolección de datos, por medio de un cuestionario abierto para las personas que se va a entrevistar, donde se le hacen preguntas y este responde según su criterio y experiencia sobre determinado tema; luego, esta información se adecua a las expectativas de la investigación, con la finalidad de analizarla y responder a los objetivos y a la pregunta de la investigación.

Hernández y Mendoza (2018), consideran que la entrevista se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado). Los autores, citando a Janesick (1998), dicen que a través de las preguntas y respuestas se logra la construcción conjunta de significados respecto de un tema.

En la presente investigación, la entrevista se va a realizar en forma presencial con algunos expertos, en forma virtual con otros y por medio de llamada o correo electrónico. Por lo tanto, se busca crear un ambiente natural donde haya una comunicación entre entrevistado y entrevistador, sin tener influencia de otras personas y que la declaración por parte del experto o la empresa, sea objetiva y responda todas las preguntas, en un ambiente abierto y seguro.

### **Proceso para la Recolección y Análisis de Datos**

Según Hernández y Mendoza (2018), lo que se busca en un estudio cualitativo, es obtener datos de personas, situaciones o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada unidad de muestreo. Al tratarse de seres humanos, los datos que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, prácticas, experiencias, vivencias y roles manifestados en el lenguaje de los participantes. Se recolectan con la finalidad de analizarlos y comprenderlos y, así, responder a las preguntas de investigación, con el propósito de generar conocimiento.

La fuente primaria que se va a utilizar en la entrevista; el cuestionario posee las preguntas que orientan el proceso de consulta, cuya finalidad es dar respuesta a las diversas hipótesis que se haga en el proceso de investigación y el instrumento a utilizar; el propio investigador recoge los datos, los analiza e interpreta. Por lo que, esta recolección de datos se llevará a cabo, una vez confirmada la fecha en que se va a entrevistar a las diferentes personas expertas sobre el tema.

Después de tener la fecha fija de la entrevista, sea presencial o virtual, se le explica al entrevistado el objetivo de la entrevista y se le solicita su consentimiento para que la conversación pueda ser grabada y se puedan hacer apuntes al respecto, esto porque es para un fin investigativo.

Hernández y Mendoza (2018), explican que los instrumentos auxiliares no son estandarizados en la indagación cualitativa, sino que se trabaja con múltiples fuentes de datos, que pueden ser entrevistas, observaciones directas, documentos, material audiovisual, anotaciones, etcétera. Además, los autores, citando a (Lichtman, 2013 y Morse, 2012), dicen que se puede recolectar datos de diferentes tipos: lenguaje escrito, verbal y averbal, conductas observables e imágenes.

La información obtenida de las entrevistas será analizada, con el fin de encontrar un razonamiento más profundo sobre el tema de investigación, no solo por medio de preguntas, sino por la forma de expresarse y actuar de los entrevistados. Además, en el análisis se espera recibir resultados no estructurados a los cuales se podrán estructurar, dar una forma y dividirlos en categorías de investigación para poder así dar una representación y, de esta manera, darle respuesta y validez a la pregunta planteada en el problema de esta investigación.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Este capítulo analiza toda la información recopilada por medio de las entrevistas hechas para el desarrollo de la investigación; se analiza el criterio de cada experto entrevistado, con el fin de hacer inferencias de las unidades y categorías presentadas y, de este modo, con el fin de comparar y estudiar los datos que ayuden a responder las unidades de análisis. Por lo tanto, se espera que la interpretación de los datos suministrados sea coherente con los objetivos y el marco teórico y que se pueda refutar consistentemente, la pregunta del problema planteado.

#### **Categoría de análisis 1: Producción y exportación.**

Según Buzón (2019), producir es transformar en valor los productos; normalmente, es a través del procesamiento de materias primas, en teoría, el proceso de producción se refiere a los diferentes procesos, técnicas y estrategias, con los cuales una empresa puede obtener bienes e incrementar su valor. Por otro lado, Ludeña (2021), considera que el proceso de exportación es el conjunto de etapas para poder comercializar un producto fuera del país. Se debe tener claro el proceso de producción y exportación de cúrcuma, así como, saber claramente cuáles son los requisitos de la cúrcuma y sus principales impedimentos o limitaciones para exportarla.

De la categoría de análisis: “producción y exportación”, se desprenden las siguientes subcategorías:

- Producción
- Desafíos del sector
- Comercialización
- Exportación
- Marco Normativo

- Tratado de Libre Comercio
- Competitividad

### **Subcategoría 1: Producción.**

#### **Descripción.**

La producción es el proceso más importante en la producción primaria. El productor visualizará las buenas prácticas agrícolas cuando vea que fue una buena cosecha y el producto es de muy buena calidad. Según Parra, Inzunza, Solano, Guadarrama, y Zizumbo (1986), en su artículo llamado: “El proceso de producción agrícola”, comentan que el proceso de producción agrícola conduce, principalmente, a la creación de valores de uso, que sería un producto vegetal o animal que satisfaga una necesidad.

Partiendo de que los autores indican que “el producto agrícola se crea en un proceso de trabajo, el cual es la transformación de un objeto natural en un producto definido y que esta se da porque hubo una actividad humana o fuerza de trabajo”; los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“Lo primero que ocurre es la siembra; son nueve meses; la misma planta se seca; la hoja, la parte aérea de la planta se seca y te indica cuándo hay que cosecharla. Esa cosecha, la relación más o menos es que si cosechaste un kilo, puedes tener 20 kilos si te va muy mal, pero pueden ser hasta 40 kilos de rendimiento en fresco. Este producto tiene 85% de humedad, entonces lo que se va a llevar para estabilizarlo es lavarlo y molerlo en fresco para deshidratarlo y secarlo. Una vez seco, ya lo puedes manipular y después los extractos derivados de este”.*  
(Entrevistado 1)
- *“La cosecha normalmente es después del año y todo se hace muy mecánico, muy manual; todo se cosecha a mano, y todos los trozos de cúrcuma se van echando en cajas plásticas, entonces, imagine un lomillo normalmente para sacar la cúrcuma, le meten un pico en el centro del lomillo, que lo que hace es extraer la cúrcuma y*

*en ese momento se cosecha a pura mano y se echa en cajas plásticas y lo transportamos en camiones hacia la planta y lo metemos a un tipo de hidrolavadora, que son como pistones de agua que lo que hace es quitarlo todo lo que es tierra pero no lo quita todo lo que es raíces, así se lava, que lo que hace es que se lava como presión y cuando la cúrcuma ya está limpia, lo que se hace es una selección, donde usted limpia todos los fragmentos como raíces o cascara, todo lo que no haya quitado el agua, lo termina uno manualmente”. (Entrevistado 2)*

- *“Su cosecha se da en época seca, entre enero-mayo y a los 9 meses se cultiva esto porque a mayor tiempo, mayor porcentaje de curcumina tiene, sin embargo, esto dependerá de la zona donde se cultive, por ejemplo, en la zona de Guatuso, Alajuela fue entre 180 a 120 días y estas variables son por las condiciones secas de cada región, la cosecha se hace manualmente y se hace la extracción de los rizomas del suelo con ayuda de un pico y se ponen bajo la sombra. Por otro lado, sus rendimientos van desde los 15 mil a 20 mil kg de rizoma fresco por hectárea”. (Entrevistado 3)*
- *“La cúrcuma se puede sembrar en cualquier época del año, si se tiene la opción del riego, principalmente durante la estación seca (enero a mayo). La madurez de la cosecha se da a partir de los nueve meses. La cosecha manual se inicia con la corta a ras del suelo de los tallos y hojas, luego se realiza la extracción de los rizomas del suelo con la ayuda de un palín. Una vez que los rizomas son cosechados, éstos son sacudidos para eliminar la tierra, se les elimina las raíces y se les colocado en sestras o cajas plásticas, no se recomienda en sacos debido a que se pueden generar daños mecánicos”. (Entrevistado 4)*
- *“La cúrcuma se siembra en época seca y se debe de esperar nueve meses para poder cosecharla, normalmente en la época lluviosa, esta se cosecha de manera manual y hay que tener cuidado con su extracción y una vez cosechados se lavan y se pone al sol”. (Entrevistado 5)*

- *“Muchos productores tienen distintos tiempos de cosecha, algunos lo hacen a los 9 meses, otros a los 11 meses dependen del lugar donde se haya sembrado, ya que, gran parte de todo este tiempo es para una mayor concentración de la curcumina y el sol apoya en esto y el rendimiento que nosotros tenemos reportado es entre 19 y 23 toneladas por hectárea al año”.* (Entrevistado 7)
- *“La cúrcuma es una raíz, se siembra en lomillos y su tiempo mínimo para poder cosechar es de 10 meses”.* (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

El proceso de producción agrícola exige ubicar un punto estratégicamente importante para que el producto sea de buena calidad; según los entrevistados la siembra de cúrcuma se da en la época lluviosa y su cosecha se da después de 9 meses, en la época seca. Los entrevistados comentan que este periodo tan extenso se da para que su principio activo que es la curcumina se concentre más, ya que es el que más se comercializa; esto puede variar de acuerdo con la zona, por cuanto los rayos de sol también benefician la concentración de curcumina; por tal razón, el periodo de tiempo podría variar de acuerdo con la zona en que se siembre.

En el caso de la cúrcuma, los entrevistados hacen énfasis en este periodo por el tema del principio activo; sin embargo, el proceso de postcosecha es de suma importancia para los productores, pues se recoge manualmente y, ahí es donde se hace una selección lo suficientemente buena para su comercialización. Algo importante es que, cuando se siembra la cúrcuma y al pasar este periodo, lo que se ve en el exterior es una planta, que incluso puede florecer; ante esta característica de la cúrcuma, PROCOMER (2018), junto con Esencial Costa Rica y el Banco Interamericano de Desarrollo, realizaron tres manuales, uno de siembra, cosecha y postcosecha.

En el caso del manual de cosecha indican que la cosecha se da cuando el follaje de la planta se torna de color amarillo y se seca y como indican los entrevistados, se realiza de manera manual. En zona de cultivo, aparece un lomillo en donde se introduce un pico y se extraen los rizomas de

la cúrcuma y se debe mantener mucho cuidado para que no sufran golpes. Por otro lado, DESCUBRE (2023), indica en su ficha técnica sobre la cúrcuma que en el caso del control de malezas el periodo crítico son los primeros 75 días y lo mejor es preparar el terreno 20 días antes de la siembra para incitar la germinación de las malezas.

## **Subcategoría 2: Desafíos del sector.**

### **Descripción.**

El sector agrícola nacional, en general, tiene muchos desafíos en torno a producción, comercialización y exportación y, estos desafíos impactan a los pequeños agricultores locales como a los que ya tienen mayores operaciones agrícolas. François Le Coq, Sáenz, y Faure, (2014), explican que el cambio de esquema de sustitución de las importaciones a una economía más diversificada y expandida a los mercados internacionales, trajo consigo oportunidades y amenazas para los agricultores, debido a una descoordinación entre el gobierno y las empresas privadas; sin embargo, muchos productores le sacaron provecho y otros no lo lograron.

Los productores que lograron adaptarse al nuevo cambio, pudieron acceder a nuevas tecnologías, acumulando capital y moviéndose hacia un esquema vertical; por otro lado, los que no, permanecieron con las ventas al mercado doméstico y siguieron utilizando un bajo nivel tecnológico, además de un nivel pobre de organización con otros agentes en el mercado. La población entrevistada comenta lo siguiente, en torno a los desafíos de los productores:

- *“El reto no es en la cúrcuma, es de la agroindustria nacional; porque no hay valor agregado, porque no se diversifica la oportunidad de usar todo; hay limitaciones mentales de diseño y tecnocráticas, pero no es con la cúrcuma; el reto final es el país como tal. También, sacar un permiso de un producto es todo un tema y no es que no pueda darle claim pero para validar que mi producto es medicinal tengo que irme a otro país porque acá sale como un suplemento alimenticio que no tiene opción a decir que hay un claim”.* (Entrevistado 1)

- *“El reto más complicado es el clima a la hora de la cosechar el producto; el tema climático nos ha afectado todo lo que es el sistema de agricultura. A nivel de exportador, el reto más serio son las cargas sociales y los impuestos de muchos países o tratados con otros países; entonces los costos hacen que uno sea menos competitivo”. (Entrevistado 2)*
- *“Lo que nos comentan es que los productores más pequeños mencionan que les cuesta pasar de solo la producción y decir yo tengo tantos kilos de cúrcuma a poder vender esa cúrcuma y darle aún más valor agregado. Para la producción local, los productores nos mencionan los altos costos asociados, ya sea el pago de cargas sociales, dificultades para el acceso al financiamiento porque no todos los productores son sujetos de crédito y sobre todo el sector agro es bastante complejo que las personas puedan acceder hacia un crédito por parte de los bancos, entonces la gente a veces se queda sin efecto y el flujo para poder generar la producción, por ejemplo que alguien tenga una hectárea de cúrcuma y llega y por A o B no tiene donde venderla y ahora que estamos sembrando cúrcuma, sembramos cúrcuma pero no se aseguró de tener el cliente, entonces en algunos casos cuando llega una necesidad posterior y dice ya no me voy a dedicar más a cúrcuma porque no logré colocarlo, entonces cuando ya quieren volver a hacerlo, no tienen forma de respaldar el negocio para poder solicitar un crédito, eso afecta y es un círculo vicioso porque no te prestan plata, no puedes producir y no puedes comercializar. También, el tema de las tramitologías para la obtención de registros sanitarios y estos registros se ocupan para productos procesados. Otra de las cosas también, es las dificultades siempre para la obtención de fondos que se manejan a nivel de las instituciones, la gente dice es que yo quiero empezar a sembrar, poner mi propia plantita de producción, según nos indicaron los productores ha habido dificultades para ellos poder acceder a este tipo de fondos no reembolsables, esto porque es un producto que no es tan conocido y al no ser tan conocido entonces la gente en el momento que presentan un proyecto de este tipo le dicen no es que usted no tiene registro de ventas, ni récord de ventas, ni registro de que el producto se comercializa a gran escala a nivel internacional. También, hay varios retos o*

*barreras como la dificultad para la obtención de clientes y la cúrcuma es considerada como un “commodity”, por lo que su precio dependerá de la India”. (Entrevistado 3)*

- “En Costa Rica, los productores que nosotros conocemos, nos indican que en el momento de sacar la cúrcuma y cuando le pega el sol, entonces los productores en la fase primaria cosechan a la hora que quieran y lo que hacen es que dejan la cúrcuma en el sol, entonces los rayos de sol al momento de pegarle a la cúrcuma les va dañando la calidad y al productor se le ha dicho muchas veces que coseche en horas tempranas cuando no esté pegando tanto el sol, para que no se dañe tanto el tema de la calidad. También, el tema de sacar el volumen adecuado, como estandarizar y tener un volumen constante porque hay periodos en el año donde hay mucha producción o por lo menos pueden abastecer el mercado que le están pidiendo, pero hay otras épocas del año donde realmente no se saca la cantidad necesaria. También, por ejemplo acá en Costa Rica, hay muchas empresas que lo que hacen es importar la materia prima para procesarla y luego otra vez enviarla al exterior, que no tiene mucha lógica porque aquí en Costa Rica hay productores y se les podría comprar a estos productores y de esta manera, beneficiando la cadena productiva desde la fase primaria y también beneficiando a las empresas que se dedican a agregar valor en temas de costos, el problema es que estas empresas que exportan requieren que el producto que ellos le vayan a comprar a los productores sea un producto certificado como orgánico porque reciben un mejor precio, entonces muy pocos productores y muy pocas empresas tienen la certificación orgánica y las empresas que tienen estas certificaciones ya están topados, entonces las empresas que necesitan la cúrcuma como materia prima en fresco, se les dificulta demasiado poder contactar a otros productores que le compran con el requisito de la certificación”. (Entrevistado 4)*
- “Lo que más me han contado los productores es que el clima les afecta mucho, si bien, se siembra en época seca, para que la cúrcuma tenga mayor nivel de curcumina por ello se deja tanto tiempo y necesita del sol, por lo que, si hay*

*muchísima lluvia afecta el cultivo y también si hay mucha sequía. También, el tema de volumen y búsqueda de clientes, las productoras de cúrcuma muchas veces ya tienen su cosecha comprometida o hay otros productores más pequeños que no llegan a venderla por completo por lo que optan por el mercado local que a veces no es muy conocida ni consumida a nivel local”. (Entrevistado 5)*

- *“Los productores indican que el clima afecta en muchas ocasiones su cultivo y también el hecho de que el proceso sea manual, ya que, tienen que gastar mucho tiempo en poder hacer todo el proceso de postcosecha y que también no tienen el suficiente apoyo financiero para poder producir lo que quisieran ni poder comercializar”. (Entrevistado 7)*
- *“Los suelos drenados y el manejo de enfermedades es el principal reto de producción y a nivel de exportación lo que pasa es que es un producto poco consumido como producto fresco”. (Entrevistado 8)*

### **Análisis.**

El sector agrícola nacional enfrenta muchos desafíos, algunos a nivel micro y otros a nivel macro; por eso es importante considerarlos para reconocer tanto a nivel del sector como a nivel país, junto con sus instituciones cómo se puede mejorar para disminuir estas limitantes a nivel de producción, comercialización y exportación; los entrevistados consideran que el clima es un factor desafiante a la hora de la siembra y cosecha de la cúrcuma; otra de las cosas que los entrevistados comentan es el poco acceso al financiamiento, el cual es el origen de los demás desafíos.

El problema radica en que Costa Rica no es conocido como productor de cúrcuma y hay dos tipos de productores de cúrcuma a nivel nacional: los productores que ya se especializan en la producción, comercialización y exportación de cúrcuma y reconocen sus ventas y los que deben de cosechar para enviar y los otros que cosechan, pero su mercado es muy pequeño y se concentran en la producción nacional. Sin embargo, estos dos tipos de productores reconocen que el tema del financiamiento es muy difícil; entonces para el productor pequeño el cosechar y que su cosecha

sea mayor a su porcentaje de ventas, es una gran limitante y acá es cuando no tienen cómo poder respaldar su negocio con ventas y, por consiguiente, reciben un rechazo a cualquier crédito.

Cambronero (2023), considera que la mayoría de los productores enfrentan desafíos al intentar asegurar el financiamiento necesario para mejorar sus cultivos y aumentar su eficiencia productiva. Según datos de la Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA) de 2019 en Costa Rica, el 40% de los agricultores tienen problemas para conseguir respaldo financiero de sus operaciones y el 31% de ellos menciona que las tasas de interés elevadas representan un obstáculo significativo para acceder a créditos. Por lo que, también podemos ver un Estado costarricense muy ineficiente que no permite que esta actividad económica surja y solo se concentre en unos pocos.

También, los entrevistados comentan que otros de los desafíos es las tramitologías, e indican que sacar un permiso es un proceso muy extenso, al igual que poder certificarse y que esto es un tema importante para poder comercializar. Según Suárez (2010), en las oficinas de instituciones públicas de Costa Rica ocurren situaciones absurdas; todo por las leyes, reglamentos y actitudes de los burócratas. No se puede seguir por ese camino en este país; la tramitología mata a cualquier negocio o inversión antes de que nazca. Artavia (2020), indica que las intervenciones del gobierno solo son más capas de burocracia y cada una de estas implican más trámites, gastos y pérdida de eficiencia; asimismo, el aumento en la carga pública que dificulta la inversión privada, la actividad empresarial y la generación de empleos.

Otro de los desafíos que comentan los entrevistados, es el tema del volumen, la estandarización de la cúrcuma y poder darle valor agregado; todo esto implica impedimentos para poder acceder a fondos no reembolsables o bien créditos y no tener una institución que pueda brindarle su apoyo en investigación y desarrollo. Según Umaña (2020), la dificultad para adoptar nuevas tecnologías se encuentra interrelacionada con este otro desafío: la falta de financiamiento para el sector agrícola. El Ministro de Agricultura aseguró que están implementando diversas iniciativas para facilitar la transferencia tecnológica y mejorar la calidad de las semillas, lo que conduciría a cosechas más productivas.

Es fundamental hacer un esfuerzo considerable para que los agricultores puedan acceder al crédito, recibir asesoría técnica, adoptar nuevas tecnologías y beneficiarse de la investigación científica. Incluso, también la población entrevistada comenta que las cargas sociales, los costos de los insumos hacen que no se sea muy rentable competir a nivel internacional; el productor costarricense se siente en desventaja en comparación con otros países con mejores precios.

Añadido a todo esto, Murillo (2019), comenta que una combinación de factores vinculados al sector agrícola, al mercado y a la economía, tanto a nivel local como internacional, ha llevado al sector agrícola a una recesión; esto significa que se está reduciendo en tamaño e importancia. El enfriamiento de la economía local, el envejecimiento de los agricultores y sus métodos tradicionales, junto con los bajos precios internacionales de ciertos productos clave, se suman a los desafíos provocados por el cambio climático y el consiguiente aumento del riesgo crediticio en el sector. También, existe obstáculos de índole ambiental. Para algunos agricultores, la tentación de abandonar esta actividad y utilizar sus tierras para otros fines, especialmente la urbanización, es cada vez más fuerte.

### **Subcategoría 3: Comercialización.**

#### **Descripción.**

La comercialización es super importante para los productores o empresarios y, es un tema de cuidado, que se debe estudiar si los agricultores desean expandirse y mantenerse competitivos en el mercado, deben planificar y promocionar la venta de los productos que van a comercializar, así como, conocer las necesidades de los clientes y el desarrollo y diseño de productos. Westreicher (2020), indica que los elementos claves para la comercialización de un producto, corresponden a los siguientes aspectos: tener en cuenta el producto, el precio, la distribución y la promoción. Al respecto, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“Primero que todo, yo no vendo, yo he tenido que educar a la población, yo estoy desarrollando el mercado. Gente como yo, que yo he sido pionera en esto en Costa Rica, porque me convertí en ingeniero de alimentos, que tuve las delicias de la agroindustria,*

*embudidoras, tengo 25 años en industria alimentaria porque el reto que hay para comercializar el producto es que el mercado es muy incipiente, ya que, existen macrobióticas que no tienen ninguna información sobre la cúrcuma y no saben lo que están vendiendo y promoviendo. Durante la pandemia mi empresa creció, ya que el país se queda sin vitamina C y yo crecí dos veces, pero porque la cúrcuma tenía todo el potencial ya que es antiinflamatorio, respiratorio, pro-respuesta inmune por eso hay una oportunidad, pero a la gente hay que educarla”. (Entrevistado 1)*

- *“Ya cuando usted hizo una selección bien buena de cúrcuma, la extiende en el sol como 20 minutos y se ponen en tipo bandejas, esto para que seque y se recoge nuevamente y se pone en cajas plásticas y ya luego se empaqueta, ya ahí depende del cliente en cuantos kilos quiere el empaque”. (Entrevistado 2)*
- *“Primero, las principales características para comercializar cúrcuma serían mercados internacionales que consuman productos naturales y que sepan el valor que hay en este”. (Entrevistado 3)*
- *“Algo importante es que del rizoma madre salen rizomas secundarios y de estos rizomas terciarios, por lo que, los rizomas comerciables son las manos que conforman los secundarios y terciarios, desechándose los rizomas madres y aquellos dedos de menos de 2.5 cm de largo, ya que la norma de calidad para la comercialización de producto fresco de cúrcuma son rizomas secundarios o dedos con un tamaño mínimo de 2.5 cm de largo y 1 cm de grueso”. (Entrevistado 4)*
- *“La cúrcuma se ofrece principalmente sueltos en cajas de 2 kg”. (Entrevistado 7)*

### **Análisis.**

La comercialización de un producto es importante, ya que de esta dependerá toda la preparación de un producto para llegar al consumidor final. Los entrevistados opinan que cuando se realiza una selección buena de la cúrcuma, esta se tira al sol y se coloca en cajas plásticas para

proceder con el empaque y ya dependerá del cliente cuántos kilos quiere por empaque. Algo importante que indica un entrevistado es que del rizoma madre, salen rizomas secundarios y terciarios, pero la norma de calidad para comercializar la cúrcuma fresca corresponde a rizomas secundarios de un tamaño mínimo de 2.5 cm de largo y 1 cm de grosor. Por lo que, es necesario tener en cuenta las normas de comercialización del producto para que sea bien recibido por el consumidor final.

Según Blanco, Ganduglia, y Rodríguez (2018), comprender el "mercado" es esencial para guiar las estrategias empleadas en la comercialización de los productos de una organización. La comercialización implica una serie de actividades desde que el producto sale del lugar de producción, hasta que llega al consumidor, todo ello dentro de un mercado específico. Actúa como un sistema coordinado facilitando las transferencias e intercambios entre los diversos participantes en la cadena productiva.

Por otro lado, PROCOMER (2020), explica la cadena de comercialización de la cúrcuma en Costa Rica y, primeramente, están los productores locales que pueden vender directamente al mercado internacional o bien vender a intermediarios o comercializadores; estos últimos pueden vender al mercado nacional y/o mercado internacional; en el mercado nacional se puede distribuir en canal moderno que sería supermercados, en el canal tradicional que sería ferias del agricultor, mercados locales y tiendas propias. También, en el canal institucional que son hospitales y escuelas, canal HORECA que son hoteles, restaurantes y servicios de alimentación y, por último, para la agroindustria e industria farmacéutica.

Además, para el mercado internacional se comercializa vía exportación directa y/o exportación indirecta y, dentro de los principales mercados de exportación, están Países Bajos, Canadá, Italia y Alemania que van a distribuidores y/o reempacadores. También, PROCOMER indica que el precio por kilo ronda entre los setecientos y mil quinientos colones para fresco y el producto deshidratado, los precios rondan entre ocho mil quinientos o doce mil colones.

Al conocer todos estos canales y precios de venta, es importante tener en cuenta que como indican los entrevistados, los principales mercados a los que se puede distribuir la cúrcuma son

mercados que consumen productos naturales y orgánicos; es importante añadir que son mercados educados y que pueden realmente ver en la cúrcuma un producto beneficioso para su salud.

#### **Subcategoría 4: Exportación.**

##### **Descripción.**

El proceso de exportación es importante para cualquier producto, ya que se puede conocer las oportunidades que existen en torno a ello y cómo se puede mejorar la trazabilidad de exportación y que el producto llegue al cliente de la mejor manera. Además, el comercio internacional cumple una parte fundamental en las economías de muchos países; por ello, Montes (2020), explica que una exportación es todo bien o servicio que se envíe como mercancía a un tercero, que en este caso sería el importador.

La importancia de las exportaciones en la economía de un país es innegable. Aunque una nación pueda producir bienes y servicios para el consumo interno, también tiene la capacidad de expandir su mercado más allá de sus fronteras, buscando compradores internacionales para sus productos. Ante esto, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“Aún no hemos dado el salto a el comercio internacional, sin embargo, a mi me han comprado estadounidenses y yo le mando mis productos. Inclusive me fui a sacar el número de exportador en PROCOMER pero no lo he usado”.* (Entrevistado 1)
- *“Nosotros mandamos cúrcuma fresca hacia el lado del Caribe, hacia Estados Unidos no; pero, exportamos a las Islas del Caribe y nosotros lo exportamos directo; lo empacamos en cajas de cartón, dependiendo de lo que necesita el cliente, ya sea, de 15 o 20 kilos, ya en cajas de cartón; lo empacamos en paletas de 60 cajas o 54 cajas y ya ahí lo metemos dentro del contenedor y ahí va directo hacia el destino, vía marítima con naviera”.* (Entrevistado 2)

- *“Si quiere exportar a Europa debe tener Global Gap; si quiere exportar a Estados Unidos, tiene que cumplir en este caso que sea un producto procesado; entonces, el tema de buenas prácticas agrícolas también es algo de lo que se tiene que tomar en cuenta y si nosotros queremos pensar en mercado internacional, tenemos que garantizarnos que el cliente va a tener la seguridad de que el producto es de calidad.”* (Entrevistado 3)
- *“Lo de la nota técnica se hace directamente en el sistema de PROCOMER Vuce 2.0, llenando los datos de la exportación con los datos básicos: nombre de exportador, nombre de consignatario, país y puerto de destino, cajas, pesos, nombre de vapor y contenedor en que va a ser exportado y, luego, se espera a que el funcionario apruebe la nota técnica para proceder a hacer el DUA”.* (Entrevistado 5)
- *“El medio de transporte que más se utiliza es el marítimo y se van en un contenedor de 20 o 40 dependiendo de lo negociado con el cliente”.* (Entrevistado 6)
- *“Exportamos a la Unión Europea, entrando por los Países Bajos o por Alemania, a partir de ahí se distribuye por el resto de Europa”.* (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

Exportar un producto involucra una serie de etapas y tareas que una compañía debe realizar para vender sus productos a países extranjeros. Es crucial ajustar el proceso de acuerdo con los requisitos particulares del producto y del mercado al que se dirige. Según los entrevistados, en el caso de la cúrcuma se pide la Nota Técnica 265 y se hace en el sistema de PROCOMER Vuce 2.0, se llena los datos básicos de exportación, se espera a que el funcionario apruebe la Nota Técnica y se procede a hacer el DUA de exportación.

Por otro lado, los entrevistados comentan que es crucial cumplir con buenas prácticas agrícolas, ya que también se debe de asegurar que el cliente final tenga un producto de calidad;

además, se empaican en cajas de cartón o cajas IFCO y, dependiendo de la necesidad del cliente, se empaican en paletas de 60 cajas o 54 cajas y se ingresa al contenedor. Dependiendo del cliente, la cúrcuma se trabaja en contenedores normales y la principal vía es la marítima.

PROCOMER (2016), considera que hay documentos que son necesarios durante el proceso de exportación, como la factura comercial, que establece los términos de venta para el comprador; también, el manifiesto de carga que es un acuerdo con la compañía de transporte, el cual garantiza el transporte de la mercancía ante las autoridades, así como el conocimiento de embarque, que es el comprobante que el transportista entrega por las mercancías embarcadas, variando su nombre según el medio de transporte utilizado. También, hay certificados adicionales como aquellos de calidad para validar atributos específicos del producto, como su origen orgánico; la lista de empaques, que proporciona detalles físicos de la carga, como descripción, cantidad de productos, cajas, peso y tamaño,

Por otro lado, también se debe de proporcionar la factura comercial y el certificado de origen, que es un requisito para exportaciones bajo acuerdos comerciales para confirmar la procedencia costarricense del producto, según las reglas acordadas entre los países firmantes. En el caso de productos agrícolas, el exportador debe estar registrado en el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y contar con un certificado fitosanitario; además, debe registrar el producto en el Ministerio de Salud.

### **Subcategoría 5: Marco Normativo.**

#### **Descripción.**

Un marco normativo, también se le conoce como un marco regulador y este es super importante para cualquier economía, ya que como su nombre lo indica, establece reglas que crean un ambiente de orden; además, en este caso facilita el comercio. Martínón (2020), indica que los marcos normativos o normas internacionales son reglas jurídicas que junto con los principios, forman todo el ordenamiento jurídico de las economías abiertas. En torno al marco jurídico tanto nacional como internacional, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“De acuerdo con la investigación que hicimos acá en PROCOMER, para el caso de Canadá los impuestos internos son GST (Goods and Services Tax) que es el 5% y se calcula sobre el valor de los productos, incluidos los impuestos esenciales. También, dependiendo de la provincia los productos deben de pagar un impuesto provincial de ventas, por ejemplo, en Ontario es del 8% y hay algunos requisitos no arancelarios como que la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA) regula los alimentos importados de Canadá y verifica las etiquetas, los empaques y su inocuidad, también, se deben de cumplir normas de etiquetado y el Cumplimiento de Ley de Alimentos Seguros para Canadienses (SFCA) y el Reglamento de Alimentos Seguros para Canadienses (SFCR). También, hay un mercado muy interesante en los Estados Unidos pero a la fecha no tenemos acceso para producto fresco, aquí hay un acceso fitosanitario que no tenemos y esto se llama análisis de riesgo de plagas, no existe a nivel nacional en este momento para poder exportar a Estados Unidos el producto fresco, entonces esto también nos limita mucho porque Estados Unidos es el principal consumidor mundial de cúrcuma, entonces el que no se cuente con esto hace que el mercado para Costa Rica se reduzca.” (Entrevistado 3)*
- *“Para Europa se pide Global Gap y EURI, a Estados Unidos solo se puede exportar cúrcuma procesada con los lineamientos de la FDA”. (Entrevistado 4)*
- *“La partida arancelaria que se utiliza para exportar la cúrcuma es la: 091099900090 y TICA nos indica que debemos de hacer la nota técnica 265”. (Entrevistado 5)*
- *“Canadá últimamente se ha vuelto un destino importante para la cúrcuma costarricense, además, Costa Rica cuenta con el acceso sanitario y fitosanitario para la comercialización de la cúrcuma en Canadá”. (Entrevistado 6)*

## **Análisis.**

Un marco normativo en las exportaciones es de suma importancia para salvaguardar la seguridad de la ciudadanía y de esta manera, también brindan orden y garantizan la calidad. Primeramente, para exportar se debe contar con una licencia de exportación y el país importador debe contar con un número de registro de importación; en relación con este tema, los entrevistados indican que para exportar cúrcuma solicitan la Nota Técnica 265.

Esquivel, Ricardo, y Sibaja (2022), citando a PROCOMER, indican que las notas técnicas son autorizaciones requeridas en entidades gubernamentales específicas, esenciales para facilitar la exportación o importación de productos. Estas autorizaciones están vinculadas a organismos como el Ministerio de Salud, el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Ministerio de Seguridad Pública y el Ministerio de Ambiente y Energía. La entidad responsable de cada nota técnica varía según el tipo de mercancía que se vaya a importar o exportar. En el caso de la Nota Técnica 265 sería la “verificación y aprobación fitosanitaria por parte del Servicio Fitosanitario del Estado en el punto de salida, para la exportación de productos vegetales y otros productos reglamentados”.

Por otro lado, para el caso de Canadá, según nos indican los entrevistados la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA), regula los alimentos importados de Canadá y según el Gobierno de Canadá (2021) para la importación de cúrcuma a territorio canadiense, se necesita que el importador cuente con una licencia de alimentos seguros para los canadienses, según la Ley de Alimentos Seguros para los Canadienses (SFCA) y el Reglamento de Alimentos Seguros para los Canadienses (SFCR), básicamente; en esta licencia los importadores son responsables de garantizar que los alimentos que importan para su venta en Canadá, cumplan con los requisitos de toda la legislación canadiense.

Inclusive, otro de los requisitos es que el producto debe estar limpio y libre de plagas y de suelo y está sujeto a inspección; y, también, debe de cumplir con el buen etiquetado de alimentos, ya que el producto se etiqueta en los dos idiomas, tanto en inglés como en francés; debe de especificar la cantidad, las unidades de medida, ya sean peso o volumen, si es cúrcuma fresca no

requerirá de la lista de ingredientes; pero para un subproducto, sí es necesaria, así como su etiquetado nutricional e indicar el país de origen.

Los entrevistados comentan que los aranceles o impuestos internos son GST (Goods and Services Tax), que corresponde al 5%; se calcula sobre el valor de los productos y dependiendo de la provincia, los productos van a pagar un impuesto provincial de ventas.

### **Subcategoría 6: Tratado de Libre Comercio.**

#### **Descripción.**

Los acuerdos de libre comercio son pactos internacionales entre dos o más naciones, con el fin de establecer condiciones comerciales beneficiosas entre ambas. Estos acuerdos implican la eliminación o reducción de barreras arancelarias y no arancelarias al comercio, lo que simplifica la circulación de bienes y servicios entre los países involucrados. Los países que participan en un tratado de libre comercio se comprometen a disminuir o suprimir los aranceles a las importaciones sobre ciertos productos, facilitando así la comercialización de mercancías, entre ellos.

La página DESCARTES (2021), indica que un tratado de libre comercio se define como un acuerdo entre dos o más naciones que tienen como objetivo disminuir las restricciones a las importaciones y exportaciones mutuas. En un contexto de libre comercio, los bienes y servicios pueden ser intercambiados a través de las fronteras internacionales con escasos o nulos aranceles, cuotas, subsidios o prohibiciones impuestas por el gobierno. Ante esto, los entrevistados comentan:

- *“Acá hay un tema del productor en el aprovechamiento de la plataforma comercial existente, Costa Rica tiene acceso a más de 50 mercados a nivel internacional a través de Tratados de Libre Comercio y esa plataforma comercial la podemos aprovechar siempre y cuando el productor cumpla con sus requisitos de calidad, garantizar a nuestro cliente internacional que nuestro producto es de calidad y que tengan buenas practica agrícolas, de que tengan buen seguimiento a nivel de clientes internacionales asociado al*

*compromiso que tenga la empresa para poder enforzarse en el mercado internacional”.*  
(Entrevistado 3)

- *“Se puede aplicar el TLC Costa Rica-Canadá y para su aplicación se debe aportar el certificado de origen”.* (Entrevistado 4)
- *“La cúrcuma cuenta con arancel 0% en su entrada a Canadá y para ello, se debe de aportar el certificado de origen”.* (Entrevistado 6)

### **Análisis.**

Según PROCOMER (2020), en Costa Rica se ha establecido una sólida plataforma de comercio internacional que ha fortalecido la competitividad del país, durante más de dos décadas. Esta plataforma incluye catorce Tratados de Libre Comercio (TLC), además de los acuerdos de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Integración Centroamericana, que abarcan aproximadamente el 80% del comercio internacional costarricense. Gracias a estos acuerdos, las naciones con las que Costa Rica tiene relaciones comerciales y preferencias arancelarias para nuestras exportaciones, representan el 66.6% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial y el 35.5% de la población global.

Según los entrevistados el sector productor, se debe aprovechar esta plataforma comercial, pero para ello, el agricultor debe garantizar la calidad y sus buenas prácticas agrícolas. En el caso de Canadá se puede aplicar TLC presentando el certificado de origen y según el Gobierno de Canadá (2023), la cúrcuma ingresa sin ningún arancel y posee dos beneficios: el de nación más favorecida (NMF) y el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP).

También, después de la aplicación del TLC entre Costa Rica y Canadá, la oferta exportada incrementó exponencialmente, y este incremento se ve reflejado en una mayor diversificación de la oferta a este mercado; por eso, Canadá es un buen mercado para el sector productor de cúrcuma.

## Subcategoría 7: Competitividad.

### Descripción.

El tema de la competitividad a nivel internacional y a nivel local, es lo primero que se debe de tomar en cuenta para poder comercializar un producto, un estudio de competencia y conocer las oportunidades y amenazas, hará que se tenga un enfoque para identificar en donde está el producto o bien sacar otra línea de provecho para que se pueda seguir comercializando. Por ello, Rojas y Sepulveda (1999) indican que la competitividad fue explicada en las teorías económicas clásicas, con términos más que todo economicistas, pero con el pasar de los años y las tendencias internacionales y, en este concepto, el término competitividad ha evolucionado y agrega elementos como cambios tecnológicos, productivos y organizacionales.

Los entrevistados comentan lo siguiente ante la competitividad:

- *“El tema de cargas sociales y otros costos hace que uno sea menos competitivo a nivel internacional”.* (Entrevistado 2)
- *“Hay alta competencia de países con precios bajos como la India y Perú, a nivel latinoamericano y mayores volúmenes de producción. A nivel de la comercialización internacional, hay diferentes factores que se consideran como barreras. Costa Rica como sabes no es tan conocido a nivel internacional como productor de cúrcuma; entonces, es un país que está empezando, entonces hay dificultades para competir con países que ya tienen muchos años”.* (Entrevistado 3)
- *“El tema de la ARP en los Estados Unidos, es un tema que nos debilita a nivel competitivo; entonces qué hace la gente, exporta a Europa o a Centroamérica, ya ahí se van cerrando un poco las puertas; sin embargo, ahí es donde el producto con valor agregado toma importancia, ya que, de esta manera, va a facilitar el acceso a los Estados Unidos, igual tiene que cumplir todo el tema de FDA y demás; pero, a nivel de ARP, ya no se necesita para cuando es un producto procesado”.* (Entrevistado 4)

- *“Al mercado en realidad le da igual si viene de Costa Rica o Perú o la India, para poder competir se busca que sea orgánico y con buena presentación, además del precio”*  
(Entrevistado 8)

### **Análisis.**

Cada país, sector productivo y producto final tienen sus ventajas competitivas y todo esto establece la diferencia con las demás; temas como la tecnología y la capacidad de innovar son importantes para poder competir en un mercado de constante cambio y muy fuerte competitivamente. Según los entrevistados, todos estos costos y falta de tecnología hacen que el sector productor de cúrcuma sea menos competitivo ante países con mayor producción y volumen a nivel mundial, como la India en Asia y Perú, a nivel latinoamericano.

También, Costa Rica está empezando a producir y a comercializar cúrcuma; por lo que, no es tan conocido a nivel mundial como un productor de cúrcuma; entonces, es muy difícil competir con países que ya llevan muchos años especializándose en el mercado de la cúrcuma. Sobre ello, Rojas y Sepulveda (1999), indican que la apertura comercial ha revelado ciertas debilidades y amenazas que enfrentan las unidades económicas que no están preparadas para adaptarse a las nuevas demandas, reglas y condiciones internacionales, en el sector agrícola. También, se enfrentan a desequilibrios preexistentes entre países, como diferencias en tamaños y escalas de producción.

Algo importante que comenta un entrevistado, es que la cúrcuma fresca no puede ingresar al mercado estadounidense por un tema de análisis de riesgo de plagas y que, esto les debilita a nivel competitivo y PROCOMER (2020), indica que uno de los retos de exportación de la es el no contar con requisitos fitosanitarios del producto fresco a los Estados Unidos; sin embargo, diversificar la cúrcuma supone una oportunidad, ya que estos productos de valor agregado, sí pueden ingresar al mercado estadounidense y el sector exportador de cúrcuma podría encontrar una manera de ser más competitivo y conocido.

Sin embargo, la falta de competitividad del sector internacional y la falta de innovación para el ingreso a mercados importantes, también, son desafíos para ellos y lastimosamente, como indica Kjöllérström (2004), la persistencia de altas tasas de pobreza en las zonas rurales de América Latina, que apenas han mostrado reducciones significativas en la última década, refuerza la necesidad de enfocar los programas de desarrollo rural en áreas específicas. Esta idea es ampliamente considerada estratégica por las agencias internacionales de desarrollo y ha empezado a formar parte del discurso político en la mayoría de los países latinoamericanos, pero hasta hace poco, esta no se ve en acciones concretas.

### **Categoría de análisis 2: Oportunidades.**

Según Pursell (2021), las empresas deben aprovechar las oportunidades que tienen sus productos, ya sea para mejorar la posición dentro del mercado, crecer y renovarse; estas oportunidades pueden ser cambios en el consumo de las personas que se adaptan y hacen más competitivo el producto, hasta una nueva tecnología que pueda favorecer a la empresa; en teoría, las oportunidades son factores externos que representen positivamente para que se tome acción sobre ello y se pueda impulsar el producto. Las oportunidades de la cúrcuma van desde la calidad del producto, posibles certificaciones y el apoyo de organizaciones e instituciones gubernamentales.

Las siguientes subcategorías son componentes de la próxima categoría de análisis:

- Apoyo de organizaciones e instituciones
- Certificaciones
- Calidad
- Posicionamiento del país
- Responsabilidad ambiental
- Principio activo: curcumina
- Tendencias del sector

## Subcategoría 1: Apoyo de organizaciones e instituciones.

### Descripción.

El apoyo de organizaciones e instituciones nacionales es circunstancial para que los productores puedan surgir y posicionarse más allá de un mercado local o ferias del agricultor; estos deben de recibir apoyo en temas de posicionamiento, producción y exportación. Por ello, Chiriboga (1997), comenta que cuando llegó la globalización al mundo fue necesario que se diera un cambio en el papel y en la visión de las organizaciones e instituciones que apoyan a los productores agropecuarios, y para ello se requiere personal más formados en distintos campos y no exclusivamente en producción agropecuaria; además, es necesario el rol de estas organizaciones para asegurar una inserción competitiva de los productores agrícolas en los mercados. Ante esto, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“Si, las instituciones son útiles, yo lastimosamente no he obtenido ni un cinco, he aplicado a PROPYME y algo que se llama PINN del MEIC, es que es tan complejo y tienden a apoyar la inversión y la asesoría, pero para que la plata se la lleve otra persona y no la empresa, entonces como vas a crecer si no hay fondos que nos ayude a crecer, entonces están mal concebidos. Que alguien nos ayude en como conectar esta empresa en otros comercios electrónicos como vender en Amazon, como se certificaría mi producto bajo la FDA de Estados Unidos. Y por supuesto hay una oferta para capacitaciones por parte de las organizaciones del país y deben de ser excelentes pero el verdadero emprendedor no tiene tiempo para ese tipo de cosas, ni la plata para ir desde San Carlos ha recibir una capacitación, por ejemplo”.* (Entrevistado 1)
- *“Yo creo que el agricultor nacional en Costa Rica está solo, no hay ningún apoyo de ninguna institución nacional realmente, ellos no apoyan ni saben apoyar, todavía no saben cómo manejar la situación, aquí el agricultor siembra uno a lo loco, a lo que Dios quiera y a ver si sale y si se logra vender. No hay ninguna guía*

*que diga siempre esto o siempre lo otro, no hay una ayuda de esto”. (Entrevistado 2)*

- *“Yo creo que hace falta extender los servicios de estas instituciones a las regionales, fuera de las zonas de Gran Área Metropolitana, PROCOMER ahorita ha tratado de involucrarse más sobre todo que tenemos oficinas fuera de la GAM, entonces está apostando por la capacitación virtual, por un lado, que sabemos que el sector agrícola ha sido un sector que tradicionalmente ha buscado la capacitación presencial, ante los cambios tecnológicos se ha intentado hacer como un híbrido”. (Entrevistado 3)*
- *“Siento que estas organizaciones e instituciones tienen muchas limitantes y también hay que entender que hay poco profesional capacitado y hay muchos productores que deben de atenderse, entonces claro una persona de estos lugares debe de atender 200 productores un mes, entonces claramente hacen su mayor esfuerzo pero definitivamente no tienen el apoyo y otro factor así, otro factor clave es que los productores no han entendido que realmente ellos lo que tienen es una empresa pero una empresa que se dedica al agro, entonces siguen siendo productores y no trabajan el tema de la gestión o no le ven la importancia del tema de trabajar en el fortalecimiento de la gestión empresarial, entonces es importante también hacer ese cambio de chip y este tipo de cosas deben hacer este tipo de empresas que tienen este llamado de que usted no es productor, es un empresario y su empresa es su finca, pero todavía les hace falta bastante acompañamiento”. (Entrevistado 4)*
- *“A mi parecer, las empresas ya posicionadas, que en el caso de la cúrcuma son muy pocas, tienen un poco más de ayuda, pero las que no están tan posicionadas no tienen el suficiente apoyo de instituciones que tienen como fin apoyar este tipo de empresas agro. Por supuesto que no tienen el montón de personal capacitado para atender a tantas empresas, pero les falta, deberían de hacer planes para poder ayudar mucho más a empresas que necesitan ser ayudadas”. (Entrevistado 5)*

- *“En nuestro programa DESCUBRE de PROCOMER, en la última edición hemos ayudado a productores de cúrcuma donde recibieron capital semilla y asistencia técnica para que puedan mejorar su productividad. También, hay programas como crecimiento verde que fomentan procesos de transformación, el apoyo si está, sin embargo, los productores deben buscarlo y aún falta apoyo por parte de otras instituciones, más que todo para temas de financiamiento”.* (Entrevistado 7)
- *“PROCOMER ha puesto en marcha muchas ayudas sobre siembra de cúrcuma y comercialización”.* (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

El apoyo de organizaciones e instituciones nacionales que tienen el propósito de apoyar a los agricultores en temas como exportación, producción y estrategias de posicionamiento comercial, es fundamental para que el sector agroexportador nacional pueda seguir creciendo y beneficiando a sus familias y a la alimentación del país. En cuanto al tema del apoyo de organizaciones e instituciones del gobierno, los entrevistados comentan que estas instituciones son muy útiles para el sector agricultor; sin embargo, se ha quedado en manos de unos pocos; hay productores que piensan que realmente están solos; consideran que debe haber capacitaciones muy buenas de esas instituciones, sin embargo, les falta tiempo para poder movilizarse o capacitarse.

También, los entrevistados indican que comprenden que estas organizaciones e instituciones no tienen mucho personal capacitado para atender a todos los agricultores del país; lo cual es una limitante para estas instituciones, a las cuales les hace falta este acompañamiento y ayuda por parte de estas empresas para poder posicionarse aún más en un mercado tan cambiante y retador como es la agricultura. Según León (2023), muchos agricultores ocupan ayuda en asistencia técnica que, consideran, podría transformar sus trayectorias como agricultores y fortalecer la industria agrícola en el país.

La agricultura representa una actividad de gran importancia, tanto para aquellos que la practican como para los consumidores que disfrutan de sus productos a diario; reforzar al sector agrícola es una responsabilidad compartida por diversos actores en el país. A pesar de que los agricultores han intentado investigar por sí mismos, no han recibido orientación sobre cómo llevar a cabo esas investigaciones o contar con una guía que les indique cómo hacerlo. También, Chiriboga (1997), indica que es crucial resaltar el papel de las organizaciones como requisito para que los agricultores se integren de manera competitiva en los mercados. Estas organizaciones deben facilitar la reducción de los costos asociados a la compra y venta de productos, insumos, créditos, tecnología e información.

Se debe hacer hincapié en las organizaciones que mejoren la inserción de bienes y servicios en el mercado, más que en el ámbito de la producción en sí. Además, es importante establecer alianzas locales entre entidades gubernamentales y no gubernamentales, universidades y empresas privadas para respaldar a las organizaciones de los agricultores. Estas alianzas pueden desempeñar un papel crucial en el desarrollo de tecnologías adaptadas a las necesidades de los pequeños productores, así como por medio de programas de formación y en la promoción de centros de servicios e información para las pequeñas empresas rurales, para que estos ya no se sientan solos.

Ante todo, hay que fortalecer lo local, resguardando sus valores culturales y recordando que como indica Carlos Fuentes, escritor mexicano: “no hay globalidad que valga si no hay localidad que sirva”.

## **Subcategoría 2: Certificaciones.**

### **Descripción.**

Las certificaciones a nivel de producto agrícola es un factor importante para poder demostrarle al consumidor que está comprando un producto de calidad y orgánico, además de, conocer su trazabilidad y garantizar sus buenas prácticas agrícolas. Salido, Herrera, Garry, García, y Vélez (2018), indican lo siguiente sobre este tema:

Los consumidores están más conscientes de la importancia de la sostenibilidad y otras consideraciones sociales como el impacto ambiental, el comercio justo, las condiciones laborales y bienestar de los productores, cada vez es más importante que los productores agrícolas y agroalimentarios se incorporen a esquemas de certificación o trazabilidad que permitan ofrecer un valor diferenciado, respecto a sus competidores. (pág. 96).

Ante el panorama que se vive en torno a la producción, comercialización y exportación de la cúrcuma, los entrevistados de vasta experiencia, comentan lo siguiente:

- *“Hay sellos más allá de lo orgánico; hay una certificación que se llama Demeter que es agricultura biodinámica. La producción primaria es un gran diferenciador; el origen de la cúrcuma debe ser el camino, en permacultura se utiliza la cúrcuma para limpiar, porque, así como puede limpiar un organismo puede limpiar un suelo, esas etapas donde se siembra, después de dos años toda esa área queda limpia. Entonces hay canadienses y alemanes que pagan muchísimo dinero por un producto que tenga esta certificación porque sabe lo que representa”.* (Entrevistado 1)
- *“Toda la mayoría de los productos de Costa Rica se puede certificar como orgánico; esto es importante a nivel comercial, nosotros tenemos una certificación que se llama Global GAP y tenemos certificación de EUR1 para exportar a Europa, pero es un proceso”.* (Entrevistado 2)
- *“Las certificaciones son importantes porque si Costa Rica no es muy conocida como productor y exportador de cúrcuma; necesitamos que nos reconozcan por la calidad, entonces al cliente internacional, uno llega a una feria en Holanda o Estados Unidos y uno dice tengo cúrcuma de Costa Rica y que es 100% natural y orgánico, pero como usted garantiza como es orgánico o que su cúrcuma fue producida bajo estándares de buenas prácticas agrícolas de responsabilidad social. Las principales certificaciones con las que cuenta el sector es la de responsabilidad social y orgánico, así como, garantizar el cumplimiento de las normativas del Ministerio de Salud. También, algunos productos cuentan con*

*Global Gap, Esencial Costa Rica, ISO 22000 y Rainforest Alliance*". (Entrevistado 3)

- *"Este tipo de certificaciones como orgánico y responsabilidad social son importantes por un tema de trazabilidad, un tema de que el comprador se pueda asegurar de que el producto que está comprando cumpla con los estándares mínimos de calidad en cuanto al tema de seguridad de que el producto que están comprando no venga contaminado"*. (Entrevistado 4)
- *"Son muy importantes a nivel internacional por esa transparencia para el comprador, básicamente para poder exportar la cúrcuma internacionalmente por lo menos, debe de tener certificado como orgánico y si se le agregan otros certificados, será mejor recibida a nivel internacional"*. (Entrevistado 5)
- *"Las certificaciones son importantes para brindarle al cliente final un producto de calidad y que tiene responsabilidad ambiental y libre de pesticidas, la cúrcuma debe de estar certificada como orgánica"*. (Entrevistado 7)
- *"Las certificaciones aseguran a los clientes que el producto venga con un buen manejo, ya sea de inocuidad o orgánico, además de que las certificaciones sociales son muy importantes"*. (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

Las certificaciones en el ámbito agrícola no solamente aseguran la calidad y la seguridad de los productos, sino que, también, posibilitan la entrada a mercados globales, respaldan la sostenibilidad, generan incrementos en los precios de venta, estimulan la innovación y contribuyen a mejorar las condiciones sociales en el sector agrícola. Los entrevistados comentan que es importante certificar el producto a nivel comercial, como productor de alimento orgánico. Esto es importante porque si Costa Rica no es conocida mundialmente como un productor de cúrcuma, que sea reconocido por la calidad de cúrcuma que produce y acá es donde entran las certificaciones.

También, los entrevistados indican que las principales certificaciones con las que cuenta el sector es la de orgánico, responsabilidad social, Global Gap, Esencial Costa Rica e ISO 22000 y que tal vez a nivel nacional este tema de trazabilidad por medio de las certificaciones no sea tan considerado, pero a nivel internacional un producto de calidad sí es bien recibido y representa una enorme oportunidad para el sector.

Díaz, Delgado, y Páez (2016), comentan que debido a las estrategias implementadas, hay una amplia variedad de certificaciones disponibles que los productores pueden elegir voluntariamente, si desean ingresar a los mercados que se autodenominan social y ambientalmente responsables, tanto a nivel nacional como internacional. Estos esquemas se presentan como oportunidades para los pequeños productores, permitiéndoles acceder a mercados específicos y aumentar el valor de sus recursos. Sin embargo, dado que esta estrategia está dirigida hacia mercados especializados, surge la pregunta sobre si esta inversión de los pequeños productores realmente garantiza a largo plazo, una presencia más estable en el mercado.

La población consultada comenta que el tema de las certificaciones también suponen una limitante, ya que son costos asociados a la inversión general para poder ser certificados y, también, hay un tema burocrático del proceso en el que es un periodo largo para salir certificado y esto no mejora aspectos de costos, porque se debe costear todo el proceso productivo como en la compra de insumos que, a nivel nacional son muy costosos; sin embargo, a nivel competitivo sí es importante porque un producto certificado está por encima de otro producto no certificado.

### **Subcategoría 3: Calidad.**

#### **Descripción.**

La calidad en un producto es fundamental para asegurar la satisfacción del cliente y construir una sólida reputación de marca. Las empresas que hacen de la calidad una prioridad tienen mayores posibilidades de atraer y conservar clientes, además, pueden mantener una ventaja competitiva en el mercado. Según Vilar, Stahnke, y Núñez (2004), los modelos alimentarios de

todos los países experimentaron un cambio con su desarrollo económico, social y cultural; esto se debió, en gran medida, a la globalización, internacionalización y aumento de la competencia en los mercados. Es por ello que, la calidad se presenta como un requisito indispensable para el éxito en un mercado agroalimentario, cada vez más volátil y ante esto, los entrevistados comentan:

- *“Acá en PROCOMER, nosotros con los productores le decimos, es un producto nuevo del sector agro, es un producto en el cual Costa Rica está incorporándose, se está generando experiencia, está generando volumen, está generando reconocimiento internacional, necesita que el producto sea certificado con calidad o que su calidad sea certificada, que quiere decir esto, quiere decir que un productor pequeñito de cúrcuma, yo no le voy a decir vaya y exporte de una vez, si no, que este productor tiene que tener buenas prácticas agrícolas, tiene que certificar sus productos, ya sea en orgánico, para que pueda ser competitivo”*. (Entrevistado 3)
- *“El tema de la estandarización es bastante complicado sacar un producto estándar, por ejemplo, si lo que van es a sacarlo como materia fresca que no le hacen ningún proceso vienen los deditos de la cúrcuma con diferentes tamaños y diferentes calibres, entonces es muy complicado que es uno de los principales retos que ellos están enfrentando actualmente, el tema del cumplimiento de la calidad siempre es uno de los principales cuellos de botella a la hora de comercializar”*. (Entrevistado 4)
- *“En la India si bien se produce mucho está perdiendo su calidad y han optado por cúrcuma artificial, entonces la de acá podría diferenciarse al ser más natural y orgánica”*. (Entrevistado 5)
- *“Hay una potencial oportunidad para el desarrollo de curcumina de origen natural y de esta manera poder reducir el uso de la artificial”*. (Entrevistado 6)

- *“La razón viable es que los productos que se realizan a nivel nacional son de muy buena calidad, la cúrcuma es de muy buena calidad y las personas de algunos países valoran más la calidad antes que el precio y que sea natural y orgánico”.*  
(Entrevistado 7)

### **Análisis.**

La calidad del producto agrícola es fundamental para su comercialización, ya que no solo garantiza la seguridad y la satisfacción de los consumidores, sino que también desempeña un papel fundamental en la sostenibilidad, la competitividad del mercado y el progreso económico de las comunidades agrícolas. El tema del cumplimiento de la calidad es difícil para los agricultores, pues también necesitan estar certificados y cumplir con buenas prácticas agrícolas, según opinan los entrevistados.

Sin embargo, en todo esto representa una oportunidad para ingresar a mercados más competitivos y que, con el tiempo, un productor pequeño, primero se vaya certificando para conseguir una buena calidad de su producto, con el fin de entrar a mercados internacionales. Algo importante que indica un entrevistado, es que el mayor exportador de cúrcuma que es la India, ha empezado a perder calidad de su producto y han optado por hacer cúrcuma artificial. Según PROCOMER (2019), el clima en los últimos años ha afectado las cosechas de cúrcuma en la India y, por consiguiente, el suministro; y cuando el suministro de cúrcuma es bajo, tiende a ser alterada y la curcuminoides sintética está disponible a un tercio del costo.

Ante esto, Martínez (2008), explica que la agricultura moderna, se basa principalmente en la artificialización, lo que implica alteraciones en las estructuras y el funcionamiento del ecosistema. Un aspecto crucial de esta artificialización es la especialización productiva, que implica la reducción en el uso de la diversidad natural, enfocándose en unas pocas variedades y, principalmente, en el monocultivo. Esta especialización y homogeneización de cultivos tiende a eliminar especies y perturbar la estructura del suelo, con lo cual modifica los flujos de nutrientes, energía y ciclos biogeoquímicos.

Además, las prácticas de cosecha indiscriminada y selectiva, también, disminuyen la diversidad del ecosistema; esto, eventualmente, conduce a la destrucción de sus mecanismos de funcionamiento y autoorganización. La pérdida de diversidad no solo afecta la estructura y el funcionamiento del ecosistema, sino que también aumenta los riesgos. Cuanto más homogéneo sea un sistema, mayor es su vulnerabilidad frente a plagas, enfermedades y variaciones climáticas, entre otros factores.

Por lo que, seguir optando por buenas prácticas agrícolas y certificaciones que respaldan la calidad del producto, será una considerable oportunidad para el sector, cuya finalidad es que pueda posicionarse en el mercado como un sector con responsabilidad ambiental y con un producto de calidad, respaldado.

#### **Subcategoría 4: Posicionamiento del país.**

##### **Descripción.**

El posicionamiento de Costa Rica es una oportunidad invaluable, ya que el país tiene una imagen positiva internacionalmente, en varios aspectos, como su compromiso con la conservación del medio ambiente, desarrollo humano, la paz, innovación, tecnología y la marca país. Se ha demostrado que, en varios foros a nivel mundial, delegaciones costarricenses ponen en fe el posicionamiento del país. Mora, Molina, Corrales y Garro (2023), informan que en el Foro Económico Mundial (FEM), proyectaron la marca país posicionando a Costa Rica como un país democrático, políticamente estable, verde y líder en materia ambiental, y que todo esto ofrece ventajas al comercio y, al final, le da valor agregado a lo que se produce en el país. En torno a este panorama, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“Lo procedente de Costa Rica ya por sí solo es bueno y el país es muy importante en el mundo y estoy hablando, también, de sellos internacionales como Costa Rica esencial”.* (Entrevistado 1)

- *“Algo importante y una oportunidad para el sector agro del país es que Costa Rica está posicionado como un país verde”. (Entrevistado 3)*
- *“El tema de vender lo verde que es el país, realmente si bien el costarricense no lo paga, pero en mercados de alto valor donde se está colocando la cúrcuma ellos eso si lo valoran bastante, entonces yo me orientaría por ahí, en exponer que somos un país sostenible, que la cúrcuma se produce bajo estos estándares”. (Entrevistado 4)*
- *“Un gran factor diferenciador para considerar podría ser el posicionamiento de Costa Rica como país verde”. (Entrevistado 5)*
- *“En algo tenemos ventaja y es que Costa Rica tiene un posicionamiento como verde y eso nos beneficia y muchos países se van más por la calidad y nombre que por costos”. (Entrevistado 6)*
- *“Las razones principales para que la cúrcuma costarricense sea más comercializada serían lo natural y la tierra tan fértil que tiene el país. Costa Rica es conocido como un país muy verde, lastimosamente no es conocido por ser productor de cúrcuma, pero se deberían de hacer estudios y certificar más este producto para poder ir más allá”. (Entrevistado 7)*

### **Análisis.**

El posicionamiento del país es una gran oportunidad para el sector, ya que, Costa Rica ha ganado reconocimiento a nivel internacional gracias a su compromiso con la sostenibilidad, su alto nivel de vida, su estabilidad política y su popularidad como destino turístico, todos estos factores han contribuido a su favorable reputación a nivel mundial. Todos los entrevistados comentan que internacionalmente el país está posicionado como verde y supone una oportunidad de vender esto y que la producción se hace bajo estos estándares de sostenibilidad ambiental.

Según Pinter (2010) Costa Rica se convirtió en el primer país en desarrollo en fijar el ambicioso objetivo de lograr la neutralidad de carbono para el año 2021, siendo pionero mundial en esta meta y este logro se ha buscado, en parte, a través de la plantación masiva de árboles. A diferencia de muchos otros gobiernos, el país ha hecho del cuidado del entorno una prioridad. Tanto la comunidad empresarial como las iglesias, diplomáticos y agricultores siguen políticas ecológicas, ya sea de forma voluntaria o debido a regulaciones establecidas por la ley.

Añadido a lo anterior, según BBC News (2020) en una región centroamericana marcada por problemas graves de violencia, Costa Rica se destaca como un país relativamente seguro, a pesar de no estar completamente libre de las amenazas del narcotráfico. Esta seguridad es evidente en el turismo, que atrae a millones de visitantes cada año interesados en experimentar la famosa actitud relajada de "pura vida" del país y descubrir por qué es líder mundial en políticas y logros ambientales.

Paralelamente a este crecimiento económico, Costa Rica ha mantenido un enfoque en la inversión social, proporcionando acceso casi universal a educación, pensiones y servicios de salud para su población. Aunque el Banco Mundial considera a Costa Rica como una "historia de éxito" en desarrollo, también señala desafíos pendientes, como asegurar la sostenibilidad de la financiación pública a largo plazo.

### **Subcategoría 5: Responsabilidad ambiental.**

#### **Descripción.**

Costa Rica está posicionado, internacionalmente, como un país verde; por lo tanto, tiene una gran responsabilidad ambiental e intenta que los productores agrícolas también tengan buenas prácticas agrícolas; esto también supone un reto para el país y ante esto Morera (2000), explica que sin los recursos naturales no hay agricultura y sin esta no hay seguridad alimentaria. El proceso de agricultura sostenible en Costa Rica produce un aumento en tierras y recursos naturales, y esto da a conflictos sociales, económicos y ecológicos. Costa Rica debe tener en cuenta el desarrollo sostenible que contemple la seguridad alimentaria, la protección del ambiente, el desarrollo de

tecnologías amigables con el ambiente y la formación de capital humano. Ante este compromiso social y ecológico, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“Basado en mi experiencia el mercado natural de la cúrcuma tiene muchos claims verdes, como la cooperativa en Puriscal de señoras que cosechan cúrcuma y por ello protegen un río porque un transnacional no le interesa proteger el ambiente y esta es la gran diferenciación del sector productor de cúrcuma de Costa Rica”.* (Entrevistado 1)
- *“Algo muy importante, es que el sector productor de cúrcuma tiene una responsabilidad social y ambiental en la producción”.* (Entrevistado 3)
- *“Ahora como se le está dando tanto énfasis a los temas de desarrollo sostenible, entonces, también, muchas de estas certificaciones, aunque tal vez no están enfocadas tanto en temas del cuidado del medio ambiente, sí tienen como algunos capítulos en el cual, si se hacen algunas preguntas como el manejo de desechos, de agua, entonces me parece que por ahí va”.* (Entrevistado 4)
- *“El productor costarricense tiene muy buenas prácticas agrícolas, me parece que Costa Rica siempre se ha preocupado por su agricultura y tiene buenos agricultores; entonces, la gran oportunidad es posicionar a la cúrcuma de Costa Rica como una cúrcuma con responsabilidad ambiental y de buena calidad, gracias a las buenas prácticas agrícolas”.* (Entrevistado 5)
- *“Lo primero que tiene que hacer el productor es el de garantizar la responsabilidad social y ambiental de la producción”.* (Entrevistado 6)

### **Análisis.**

Costa Rica ha recibido reconocimiento global por su decidido compromiso con la responsabilidad ambiental. El país ha mostrado un enfoque sólido hacia la protección del medio

ambiente y en cuanto al desarrollo sostenible, implementando políticas y acciones concretas que han tenido un impacto significativo en la conservación del entorno natural. Los entrevistados comentan que los productores de cúrcuma tienen muy presente la responsabilidad social y ambiental y que, si muchas de las certificaciones no están enfocadas en temas de desarrollo sostenible, sí tienen capítulo donde se promueve el manejo de desechos y de agua.

También, muchos de los productores de cúrcuma se encuentran en Pérez Zeledón o Guápiles y son productores que se preocupan mucho por el medio ambiente, ya que, a pesar de cosechar la cúrcuma, protegen ríos cerca de la zona y tienen pasión por sus tierras y por su gente y, por ende, tienen más responsabilidad ambiental; también, muchos de ellos realizan incursiones por la zona y motivan el turismo de estas zonas.

Recientemente, el concepto de desarrollo sostenible en el ámbito empresarial ha ganado relevancia a nivel mundial (Campos y Bermúdez, 2020). En la actualidad, numerosos países siguen pautas comerciales vinculadas a la sostenibilidad y prácticas respetuosas con el medio ambiente. Esto significa que aquellos que promueven y aplican dichas prácticas, pueden recibir un trato preferencial y diferenciado y el objetivo de la sostenibilidad radica en garantizar el éxito de las empresas a largo plazo, mediante un enfoque integral de desarrollo económico, social y ambiental.

En relación con la cuestión medioambiental, se han desplegado esfuerzos globales para instar a los países y a sus empresas a adoptar medidas que protejan el entorno y fomenten prácticas respetuosas con el medio ambiente. Entre estos esfuerzos, se destaca el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, el cual establece tres principios clave, relacionados con la conducta empresarial: fomentar la preservación del medio ambiente, impulsar iniciativas que fomenten una mayor responsabilidad ambiental, y promover el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el entorno.

Por otro lado, Chacón (2019), indica que tanto a nivel nacional como internacional, los países han implementado una serie de herramientas con el objetivo de establecer regulaciones "mínimas, en relacionadas con varios aspectos vinculados al uso de agroquímicos. Por ejemplo, en 1995, entró en vigor el "Acuerdo sobre medidas sanitarias y fitosanitarias del Acta Final de la

Ronda Uruguay", que se enfoca en la implementación de normativas relacionadas con la seguridad alimentaria y el control sanitario de animales y plantas.

Incluso, tres años después, se estableció el Convenio de Rotterdam sobre el procedimiento de consentimiento fundamentado previo, aplicado a ciertos plaguicidas y productos químicos peligrosos, objeto de comercio internacional. Este convenio tiene como objetivo principal fomentar la responsabilidad compartida y la colaboración conjunta entre las partes involucradas en el comercio internacional de ciertos productos químicos peligrosos y esto se hace con el fin de proteger, tanto la salud humana como al medio ambiente.

### **Subcategoría 5: Principio activo: curcumina.**

#### **Descripción.**

La curcuminoides es el compuesto químico de la cúrcuma y el principal componente activo que pertenece a esta familia. La curcumina es el compuesto responsable de darle el color amarillo a la cúrcuma y esta es conocida por sus propiedades antiinflamatorias y antioxidantes. En torno al cultivo de cúrcuma, el Manual Técnico de Siembra de Cúrcuma de PROCOMER (2020), indica que la siembra de cúrcuma se realiza al inicio de la época lluviosa y se cosecha durante la época seca; esto, porque las altas temperaturas cooperan a una mayor acumulación de materia seca en los rizomas y, por consiguiente, una mayor concentración de curcumina. Ante esta mayor concentración de curcumina por los procesos de cosecha y los lugares donde se siembra, los entrevistados hacen los siguientes comentarios:

- *“Algo muy importante es que la cúrcuma costarricense tiene un alto porcentaje de principio activo de curcumina respecto a los competidores, según el estudio que hicimos con la escuela química de la UCR, es 4% CR versus 2% de la India y también el clima y la condición geográfica beneficia todo esto”.* (Entrevistado 3)
- *“Hay varios estudios que revelan que ha hecho NANOTEC, ellos han hecho algunos estudios para saber cuál es la cantidad de curcumina que presenta la*

*cúrcuma y no han logrado identificar por qué exactamente pero se ha logrado identificar que la cúrcuma costarricense tiene más componente de curcumina que la de otros países, entonces como ingrediente activo o como ingrediente esencial, al tener un mayor porcentaje de curcumina es bastante apetecida, que quiere decir, que se requiere menos materia prima para sacar o para obtener un mayor porcentaje de beneficio que la misma cantidad de cúrcuma que en comparación con otros países. Entonces, se ha dicho que esto puede ser, por la cantidad de sol que recibe y que las áreas donde está o donde se siembra principalmente que es en la zona sur, recibe mucho sol y que, al recibir tanto sol, entonces esto hace que la curcumina se produzca en mayor cantidad, entonces, es bastante apetecida”.*  
(Entrevistado 4)

- *“He escuchado que la cúrcuma de Costa Rica tiene un mayor porcentaje de curcumina, entonces estaría bueno explotar este tema y que se conozca más”.*  
(Entrevistado 6)

### **Análisis.**

La curcumina es un componente natural presente en la cúrcuma y es el responsable del tono amarillo de la cúrcuma, además, posee propiedades antioxidantes y antiinflamatorias. La comunidad científica ha investigado, ampliamente, la curcumina debido a sus posibles beneficios para la salud. Es importante tener en cuenta que la curcumina presenta una baja biodisponibilidad; esto significa que el cuerpo tiene dificultades para absorberla en su forma natural. Por esta razón, se hace investigaciones para mejorar su absorción y efectividad y, en muchas cápsulas, lo mezclan con pimienta o jengibre, lo cual hace que el cuerpo pueda absorber mejor este componente.

Los entrevistados comentan que hay estudios donde indican que la cúrcuma costarricense tiene un porcentaje alto de curcumina; la Escuela de Química de la UCR junto con PROCOMER realizaron estos estudios, donde compararon la cúrcuma de Costa Rica con la de la India; hallaron que la cúrcuma de Costa Rica posee un 4% versus un 2% de la cúrcuma de la India y, esto quiere decir que, para obtener el mismo beneficio del principio activo, se necesita menos materia prima

para la cúrcuma de Costa Rica. Además, con todo esto, hay una gran oportunidad de reducir la curcumina artificial que es por el canal que muchos comerciantes de la India han optado.

Según Pérez y Farah (2022), hay diferentes formas farmacéuticas que contienen este principio activo, la cual ha sido objeto de estudio científico por investigadores de diversas áreas. Por ejemplo, se emplea un gel de curcumina en el campo de la odontología para tratar llagas bucales y enfermedades periodontales. Un dato científico relevante es que la curcumina colabora con fármacos reconocidos, como el fluconazol y la anfotericina, los cuales sirven para reducir el crecimiento de hongos que provocan infecciones en los seres humanos. Esto es particularmente significativo en las especies que han desarrollado resistencia a los medicamentos antimicóticos.

Explotar estas investigaciones y que el sector se pueda posicionar por tener una cúrcuma que presenta más curcumina frente a las otras, representa una oportunidad del sector para poder posicionarse en mercados internacionales, ya que este componente activo es muy apetecido y se necesitaría menos para obtener más.

### **Subcategoría 7: Tendencias del sector.**

#### **Descripción.**

Conocer las tendencias que hay en torno a un producto, esto, con el fin de conocer las distintas oportunidades que hay para ingresar a un mercado o poder posicionarse en un nicho de mercado; de esta manera, se puede innovar, conocer mejor a la competencia y saber cómo se va a comunicar el producto. Por ello, Valderrama, Verján, y Ramírez (2011), indican que es importante y estratégico, el conocer las tendencias mundiales de los mercados para poder identificar un área de mejora en el producto que se requiere comercializar, cuya finalidad es desarrollar la actividad económica que se comprende. Ante las tendencias del sector para poder comercializar la cúrcuma, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“Un mercado potencial debe de conocer lo que está consumiendo, no vas a vender a la India cúrcuma costarricense porque es un super productor y exportador y ya*

*su población está educada en este producto, pero un mercado como Canadá u otros países de Europa como Países Bajos que sus tendencias es el consumo de alimentos orgánicos, puedan que si se interesen en la cúrcuma fresca o bien en un producto derivado de ella”. (Entrevistado 1)*

- *“A nivel nacional no valoran mucho los productos naturales u orgánicos, la cúrcuma fresca como tal en Costa Rica no es muy consumida. Pero hay otros países que, si lo hace, como las islas de caribe que es donde exportamos, también, los canadienses consumen muchos productos saludables, por lo que ahí tenemos una oportunidad”. (Entrevistado 2)*
- *“Las principales características es que sepan de la cúrcuma, que estén educados y comprendan los beneficios de esto o la utilidad de estos productos. A nivel internacional los países valoran mucho lo orgánico y hay una tendencia en el consumo de productos naturales, entonces en estos países donde la demanda sean estos productos es donde se podría comercializar la cúrcuma”. (Entrevistado 4)*
- *“Será más fácil posicionarla en un mercado donde ya sea consumida, como los Países Bajos o Canadá, que son consumidores de productos naturales y tengan demanda de estos productos”. (Entrevistado 6)*

### **Análisis.**

En los últimos años, se ha dado una tendencia al consumo de productos orgánicos y la forma en que las personas compran productos orgánicos está siendo moldeada por la conciencia ambiental, el interés por la salud, la necesidad de transparencia en la cadena de suministro, el auge del comercio electrónico, la innovación en productos, el enfoque en los productores locales y la preocupación por prácticas agrícolas sostenibles. Estos factores seguirán influyendo en el mercado de productos orgánicos en el futuro; la población consultada comenta que muchos mercados internacionales tienen por tendencia el consumo de estos productos, como Países Bajos o Canadá.

Ante lo anterior, tenemos una gran oportunidad de posicionar la cúrcuma en mercados internacionales, donde esté en tendencia este tipo de productos. Según Molina (2018), la preferencia por productos orgánicos surge del cambio de mentalidad hacia un estilo de vida saludable y un medio ambiente libre de químicos, promoviendo una agricultura sin sustancias químicas. Estas tendencias no solo impactan en los mercados, sino que también impulsan avances tecnológicos y cambios; provocan reformas regulatorias y políticas, tanto a nivel nacional como internacional y establecen oportunidades comerciales para crear nuevos productos y servicios.

Por otro lado, en el mercado canadiense, hay una oportunidad para la entrada de la cúrcuma, ya sea fresca o con su valor agregado, porque es un producto orgánico y saludable. Canadá es un país con una tendencia a consumir estos productos y García (2022), indica que la demanda en Canadá se caracteriza por su diversidad multicultural, lo que ha creado un público abierto hacia una amplia variedad de productos y a fusiones gastronómicas. En el ámbito alimentario, las principales tendencias incluyen un enfoque creciente en la salud y el bienestar, donde los canadienses vinculan la buena alimentación con mejoras en su salud general. Además, hay un aumento en la preferencia por productos orgánicos y sostenibles, junto con una reducción en los envases y una inclinación hacia el consumo local.

### **Categoría de análisis 3: Valor agregado.**

El valor agregado es una característica extra que se le da a un producto para que sea competitivo y con un mayor valor a nivel comercial (Rojas, 2013); este valor agregado genera ventajas, ya que un producto puede durar más, soporta más la demanda, aumenta la rentabilidad y el rendimiento del este valor añadido. Es bueno que las empresas investiguen este valor agregado para que lo incluyan al producto y, de esta manera, adecuarlo a los requerimientos de los compradores, con el propósito de que su producto le pueda generar ganancias y exclusividad. En este caso, a la cúrcuma se le puede dar valor agregado y convertirlo en productos que generen valor comercial, y puedan mejorar la competitividad del sector, así como reconocer áreas de mejora y darle comunicación local e internacional.

De la siguiente categoría de análisis se desprenden las siguientes subcategorías:

- Propiedades de la cúrcuma.
- Potencial comercializador.
- Transferencia tecnológica.
- Agroindustria.
- Innovación.
- Productos de valor agregado.
- Mercadeo y comunicación.

### **Subcategoría 1: Propiedades de la cúrcuma.**

#### **Descripción.**

La cúrcuma, además de ser tan popular en la gastronomía, tiene propiedades medicinales muy importantes; hay estudios que indican que es antiinflamatoria, antioxidante, es digestiva, por lo que puede ayudar a la evitar hinchazón y estimular la digestión. Pérez y Farah (2022), explican que durante miles de años, la cúrcuma ha sido empleada en la medicina tradicional para mejorar la digestión, e incluso, para tratar la inflamación en condiciones como la artritis y diversas enfermedades infecciosas. Esta especia posee un gran potencial terapéutico y actualmente, por ello, es objeto de investigación científica, con el fin de determinar si posee propiedades contra el cáncer, la inflamación, el Alzheimer y otros trastornos médicos.

La población consultada experta en el tema, opina lo siguiente al respecto:

- *“La cúrcuma tiene nuevas facetas, la curcumina no es la única molécula que tiene la cúrcuma a nivel medicinal; hay otra molécula que se llama AR-TURMERONA AROMATICA y que sirve para despertar células madres que produce más neuronas y que tanto en el cerebro como en el colon, es muy funcional y que podemos usar la cúrcuma a nuestro favor y esto tiene mucho potencial, fractalizar la cúrcuma y llevarla internacionalmente con todo este gran valor agregado por parte de la cúrcuma”.* (Entrevistado 1)

- *“Las razones viables para la comercialización de cúrcuma es que son naturales, orgánicas y son buenos para el organismo, ya la cúrcuma por sí sola es buena; los productos de valor agregado que he visto son increíbles y lo mejor es que es completamente natural y que no vas a encontrar este tipo de cosas a nivel internacional”.* (Entrevistado 2)
- *“Hay un gran aumento en la demanda de suplementos alimenticios orgánicos, por lo que, las personas buscan más de estos productos saludables. Hay oportunidades para el desarrollo de productos de valor agregado, mediante alianzas público-privadas que puedan fortalecer el sistema inmunológico, el camino de la cúrcuma es explotar sus beneficios y apostar por estos productos con valor agregado”.* (Entrevistado 3)
- *“Lo bueno de la cúrcuma es ese montón de ventajas a nivel medicinal que tiene, que es antiinflamatorio y aparte de esto se puede diversificar, si juntas la cúrcuma con el jengibre, empezás a hacer un multiverso de cosméticos y aceites esenciales o extractos y esto puede mejorar el sector productor y ser más competitivo si todos unimos fuerzas”.* (Entrevistado 5)
- *“La curcuma tiene propiedades medicinales excelentes, hay estudios que lo demuestran y por ello, es importante también apostar por valor agregado y potencializar productos medicinales y cosméticos”.* (Entrevistado 7)

### **Análisis.**

La cúrcuma tiene un gran potencial, por sus propiedades buenas que se pueden explotar para la comercialización y sacar ese valor agregado que pueda impulsar al sector productor de cúrcuma. Según los entrevistados la curcumina no es el único componente al que se le puede sacar provecho; la curcumina es el más importante, pero no el único componente. Según Sánchez, Tapia, García, y Ocaranza (2022), los compuestos *curcuminoideos* son un grupo de tres sustancias fitoquímicas (Curcumina, Demetoxicurcumina y Bisdemetoxicurcumina) que se encuentran en la

raíz de la planta. Estos compuestos tienen anillos fenólicos con grupos metoxilo e hidroxilo, lo que les otorga propiedades colorantes y antioxidantes.

Por otro lado, debido a investigaciones sobre la curcumina, su aplicación se ha expandido al ámbito de la salud como un complemento en el tratamiento de diversas enfermedades. Estudios han demostrado que los compuestos curcuminoides tienen la capacidad de inducir la apoptosis in vitro, en varias líneas de células tumorales, incluyendo aquellas relacionadas con cánceres de mama, pulmón, melanoma, leucemia y próstata. Además, se han realizado investigaciones experimentales que confirman su habilidad para inhibir la formación de metástasis intrahepáticas.

Lo bueno de la cúrcuma es que tiene un montón de ventajas a nivel medicinal y que, sin duda de estos compuestos, pueden salir un sinnúmero de productos de valor agregado. Sin embargo, indican que para ello se necesita el apoyo de organizaciones e instituciones o bien, de alianzas público-privadas, con el fin de poder sacar provecho a estas propiedades y de posicionar mucho mejor al sector agroexportador de cúrcuma.

## **Subcategoría 2: Potencial comercializador.**

### **Descripción.**

El potencial comercial de un producto dependerá de varios factores claves que hay que evaluar para conocer, realmente, si este será bien recibido en el mercado; primeramente, hay que evaluar la demanda del mercado, el valor percibido y este será importante, ya que le dará esa diferenciación con el resto; por otro lado, la calidad del producto y la sostenibilidad. Según Linares (2005) el término potencial que también puede ser fortalezas, se refiere a los atributos internos de una empresa, sector o país, que les confieren una ventaja competitiva sobre sus competidores. Ante esto, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“El potencial comercializador para mejorar la competitividad del sector es concentrarse en estos productos de valor agregado; muchos productores no lo hacen, pero si quieren mejorar su competitividad deben de saber diversificar su*

*producción y sacarle provecho a algo tan bueno como es la cúrcuma”.*  
(Entrevistado 1)

- *“El potencial comercializador es que una pelotica de cúrcuma te dura bastante rato y es muy medicinal”.* (Entrevistado 2)
- *“Pienso que hay mucho potencial, pero se debe de educar mucho de cuáles son los beneficios de la cúrcuma,. porque muchas personas creen que nada más es para cocinar como el curry y nada más y no saben de todos los beneficios que puede traer a la salud, incluso en temas de cosmética, es bastante beneficioso; entonces, sí tiene mucho potencial, pero hay que trabajar bastante el tema de educar al consumidor de cuáles son las características que tiene la cúrcuma y de cómo se puede beneficiar e incluso que sepan que en Costa Rica hay este tipo de empresas porque realmente son muy poco conocidas. También, esta Cooperativa que exporta cúrcuma y el tema que ellos trabajen con mujeres, también, es un gran potencial comercializador que les ha permitido colocarse en mercados de alto valor”.*  
(Entrevistado 4)
- *“El potencial comercializador de estos productos serán esos beneficios que podremos sacarle a la producción de cúrcuma, desde su tierra hasta que se entrega. Por ejemplo, en la zona de Perez Zeledón hay muchas mujeres que cosechan la cúrcuma y esto es un factor importante para dar a conocer a nivel internacional que todo el proceso de producción pasa por mujeres y por qué no, ayudarlas a ir más allá y que creen productos a base de cúrcuma y poder potencializarlas”.* (Entrevistado 5)
- *“La cúrcuma no es un negocio de mucho volumen, pero el potencial comercializador es que un rizoma de cúrcuma, dura bastante rato y se pueden crear bastantes productos que generen valor, gracias a sus propiedades”.*  
(Entrevistado 6)

- *“En un rizoma se puede obtener 3 kilos de cúrcuma en polvo, por lo que, es bastante y se puede aprovechar para aquellos rizomas que no cumplen con normas de calidad”.* (Entrevistado 7)

### **Análisis.**

Analizar aspectos como la demanda del mercado, la calidad del producto, la competencia, el precio, los canales de distribución, la sostenibilidad y la innovación de manera exhaustiva, puede ofrecer una comprensión completa del potencial de comercialización de un producto agrícola. Esta evaluación integral es crucial para desarrollar estrategias eficaces que permitan ingresar al mercado y tener éxito en él. Según los entrevistados, ellas están concentradas en varios elementos; el ciclo de vida de la cúrcuma es muy bueno, un rizoma dura bastante tiempo, el montón de beneficios medicinales, gastronómicos y cosméticos que tiene.

Algo importante que indican los entrevistados es que, en la zona de Pérez Zeledón, el proceso de producción lo trabajan mujeres de la comunidad, cuya fuente de ingresos es la agricultura; por lo que, este es un gran potencial comercializador y según indican, esto les ha permitido posicionarse en los mercados. Martínez (2020), afirma que el Plan Nacional de Agricultura Familiar 2020-2030, tiene como objetivo promover acciones que aseguren el desarrollo completo y equitativo de la agricultura familiar, lo cual se logrará fortaleciendo las habilidades de los productores, aumentando los ingresos y promoviendo sistemas alimentarios que sean saludables, culturalmente adecuados y sostenibles.

Además, destaca la importancia de proporcionar oportunidades para los jóvenes en áreas rurales, con el propósito de reducir las tasas de migración hacia las ciudades en busca de empleo y una mejor calidad de vida. El Plan Nacional, también, enfatiza la necesidad de garantizar la igualdad de género, el liderazgo y la participación, así como el empoderamiento económico de las mujeres rurales, considerándolas como agentes de cambio, fundamentales en este contexto.

Por otro lado, el sector productivo de cúrcuma tiene mucho potencial, ya que la demanda de suplementos alimenticios está creciendo, por lo que deben de concentrarse en productos de

valor agregado, cuyas propiedades de la cúrcuma son buenas para la salud. Sin embargo, tienen una limitante y es la educación; para poder llegar a tener buena demanda de productos diferenciadores, las personas deben de saber lo que están consumiendo.

### **Subcategoría 3: Transferencia tecnológica.**

#### **Descripción.**

La transferencia tecnológica en un país que está apostando por la diversificación de sus productos, es de suma importancia; porque esta transferencia estimula la innovación, al permitir que las tecnologías sean aplicadas en varias áreas como la medicina y la industria; además, la tecnología puede ayudar a que los agricultores descubran otras maneras u otros productos, cuyo propósito es mejorar su producción. Aguilera (2012), indica que en el contexto agrícola, la transferencia tecnológica se refiere al proceso de compartir conocimientos y técnicas con los agricultores para garantizar una producción más eficiente y competitiva, e, incluso, con el fin de mejorar el bienestar social y la sostenibilidad. Los entrevistados comentan lo siguiente al respecto:

- *“Siento que en la parte técnica y producción todavía falta”.* (Entrevistado 1)
- *“Otra de las cosas, que mencionan muchísimo los productores es el tema de la falta de asistencia técnica para la producción y en este caso, nos referimos a que alguna persona de alguna institución encargada de dar apoyo a los productores pueda dar ayuda para la producción como tal, plagas, enfermedades que pueda dar apoyo para conseguir semilla, manejo de rendimiento, todas esas cosas, hay dificultades a nivel de estas instituciones”.* (Entrevistado 3)
- *“Yo creo que todavía falta asistencia técnica al productor; eso es lo que falta muchísimo y el acceso a fondos. PROCOMER está haciendo ahorita el esfuerzo para poder coordinarse con otras instituciones y apoyar a estos productores”.* (Entrevistado 4)

- *“Que para mí por un tema de información es que la transferencia tecnológica se ha dejado de lado; entonces, muchos de los productores siguen produciendo con tecnologías o el conocimiento que obtuvieron hace mucho tiempo y no se han ido actualizando”*. (Entrevistado 5)
- *“Es importante el tema de transferencia tecnológica para poder generar valor y mejores aspectos productivos, la cúrcuma se cosecha de manera muy manual, por lo que, una forma de encontrar otras maneras para que el proceso no sea manual y más práctico es por medio de la transferencia tecnológica”*. (Entrevistado 7)

### **Análisis.**

La transferencia tecnológica es fundamental para que los agricultores no se queden rezagados en tecnologías del siglo pasado, sino que puedan, a partir de estas, mejorar su producción y mejorar su competitividad, sacando productos con mejor valor agregado; sin embargo, los entrevistados comentan que a pesar de que comprenden la importancia de la transferencia tecnológica, este traspaso de conocimiento queda en las organizaciones e instituciones nacionales, ya que, por mucho que ellos estudien, no hay nadie que les diga cómo aplicar ese conocimiento.

French, Montiel, y Palmieri (2014), indican que la transferencia tecnológica implica la implementación de conceptos novedosos, conocimientos científicos o prácticas tecnológicas, con el objetivo de crear, producir y vender productos o servicios nuevos y mejorados. También, incluye la reestructuración o mejora de procesos de producción, así como mejoras significativas en servicios. Por lo general, la innovación tecnológica se asocia con los cambios en productos o procesos de producción; pero también, puede manifestarse en áreas como el marketing o la organización, tanto por parte de las empresas y parte de las instituciones del sector público.

Como indican los entrevistados, es super importante que estas instituciones se unan y den esa transferencia de conocimiento en tecnología para que los productores agroindustriales puedan mejorar los procedimientos productivos y ser más competitivos. Quesada (2019), considera que la agricultura, a pesar de ser una práctica arraigada en tradiciones, está experimentando cambios

debido a los desafíos como el cambio climático, plagas y enfermedades, riego y nutrición. Las nuevas generaciones de agricultores buscan soluciones a estos problemas, y es en este contexto, la transferencia tecnológica y de conocimiento se vuelve crucial, por parte de instituciones como las universidades públicas.

Estas instituciones desempeñan un papel fundamental en la supervivencia de la agricultura, así como en el aumento de la productividad y la calidad de los productos agrícolas que consumimos. La incorporación de nuevos sistemas productivos no solo beneficia a los agricultores, sino también a los consumidores finales, ya que los productos contienen menos residuos de pesticidas, y esto tiene un impacto positivo en la salud. Además, la transferencia tecnológica ayuda a cambiar la mentalidad de los agricultores para que puedan hacer frente a los desafíos constantes.

#### **Subcategoría 4: Agroindustria.**

##### **Descripción.**

La agroindustria integra la agricultura y la industria para la producción y el procesamiento de productos; este sector abarca un amplio rango de actividades, desde la producción hasta la comercialización, y tiene un impacto significativo en la economía global al proveer alimentos, generar empleo y suministrar materias primas para diversas industrias. González y Blanco (2022), afirman que las operaciones agroindustriales añaden valor a los productos agrícolas y ganaderos, a través de procesos de conservación y transformación. Estos procesos pueden ser básicos, como seleccionar, lavar y clasificar; o más complejos, como moler y aplicar tratamientos térmicos o de fermentación. Los entrevistados hacen sus comentarios en relación con este tema:

- *“Desde mi punto de vista, el valor agregado es lo que está corto aquí, ya que falta mucho para industrializar a grandes cantidades la cúrcuma, porque por ejemplo se extrae el grano de café, pero de la cascara hay propiedades antioxidantes buéñsimas que nadie está usando, me temo que la industria le falta para llamarse agroindustria”.* (Entrevistado 1)

- *“El mayor valor agregado que se le podría dar a la cúrcuma sería procesarla; ese sería el mayor valor agregado que alguien le podría dar. Alguien que la produzca y que la aproveche al 100% que eso sería industrializarla”.* (Entrevistado 2)
- *“Hay pocas opciones de dar valor agregado a nivel nacional, porque a la gente le hace falta la posibilidad para acceder a equipo y tener personal capacitado para poder hacerlo”.* (Entrevistado 3)

### **Análisis.**

Monge (2022), opina que antes se consideraba que la única vía hacia el progreso era la industrialización, debido a que la manufactura se percibía como un sector con características particulares, ya que, estas incluían una alta productividad, la capacidad para generar empleo, producción exportable que permitía beneficios de escala y tareas no repetitivas que fomentaban el desarrollo de habilidades, especialmente tecnológicas, que podían replicarse en otros subsectores de la industria y estas habilidades, también, se podían utilizar para fabricar productos cada vez más avanzados y competitivos.

En la actualidad, hay sectores distintos de la manufactura, como la agricultura y la agroindustria, así como ciertos servicios, que, gracias a avances significativos, poseen las mismas características que antes se asociaban exclusivamente con la manufactura. De acuerdo con lo anterior, los entrevistados comentan que el mayor valor agregado que se le podría dar a la cúrcuma, sería industrializarla y sacarle provecho por medio de su diversificación.

González y Blanco (2022), indican que desde la perspectiva económica, el valor se define como la utilidad de un objeto para satisfacer las necesidades humanas y su capacidad para ser intercambiado por otros bienes o dinero. Por lo tanto, el valor agregado se refiere a las características adicionales que se incorporan a un bien y que aumentan su valor. En el contexto agroindustrial, el valor agregado se logra mediante procesos como la deshidratación, fermentación, congelación y envasado que se aplican a los productos para transformarlos y conservarlos.

Sin embargo, los entrevistados comentan que aún hace falta el apoyo de las instituciones para integrar ciertas tecnologías y poder aprovechar la cúrcuma por completo e industrializarla, ya que, no tienen la maquinaria suficiente ni el conocimiento para aplicarlo y poder sacar lo mejor y diversificar su producción.

### **Subcategoría 5: Innovación.**

#### **Descripción.**

Es super importante innovar en agricultura, aplicar las nuevas ideas tecnológicas y metodológicas con la idea de mejorar la producción agrícola, haciéndola más eficiente, sostenible y rentable. En este contexto, la innovación es crucial para abordar desafíos globales como el cambio climático, el crecimiento poblacional y la creciente demanda de alimentos. French, Montiel, y Palmieri (2014), indican que la innovación sucede dentro de "sistemas de innovación", como redes de organizaciones y actores, tanto públicos como privados. Estas redes se conectan de diversas formas y combinan habilidades tecnológicas, comerciales y financieras, así como los recursos necesarios para innovar. En torno a este tema, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“Algo importante es el tema del porcentaje del principio activo de curcumina; esto quiere decir que Costa Rica, respecto a otros competidores como la India, el porcentaje de curcumina es más alto y según las investigaciones que se han hecho a nivel de la universidad de Costa Rica, señala que la cúrcuma de Costa Rica tiene un alto contenido de principio activo y esa curcumina se utiliza mucho para productos naturales, suplementos alimenticios”.* (Entrevistado 3)
- *“También se debe de educar bastante al consumidor porque siento que, a raíz de pandemia, el uso de los productos naturales tuvo un alce muy importante, pero ahora ha ido disminuyendo y es que ya no nos estamos preocupando tanto por nuestra salud y esa es la línea, innovar”.* (Entrevistado 4)

- *“Su molécula que es la curcumina tiene muchos beneficios a nivel de salud; los productores podrían diversificar esto o el país investigar más a través de alianzas público-privadas”.* (Entrevistado 5)
- *“Usted no puede competir con cúrcuma en el mercado, no vas a competir con la India, elabóreme algo con cúrcuma, innovar y generar valor agregado es lo importante”* (Entrevistado 6)

### **Análisis.**

French, Montiel, y Palmieri (2014), comentan que la creciente población y la limitación de tierras agrícolas, junto con la necesidad de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero para combatir el cambio climático, subrayan la importancia de utilizar el conocimiento de manera más efectiva en la producción de alimentos. Esto implica la necesidad de innovar para aumentar la producción agrícola, mientras se minimizan las emisiones de gases de efecto invernadero. Ante esto, los entrevistados comentan la importancia de concentrarse en el principio activo de la cúrcuma, que es la curcumina.

Por ello, según los entrevistados, el hecho de que la curcumina esté mayormente concentrada en la cúrcuma costarricense frente a la cúrcuma de los demás, da pie a poder innovar más allá, ya sea en concentrarse en el alza de los suplementos alimenticios orgánicos o bien darle la posibilidad a los productores de tener mejores prácticas agrícolas para que su producto sea natural de buena calidad e ir quitando del mercado la curcumina artificial.

Salido, Herrera, Garry, García, y Vélez (2018), explican que la innovación se describe como un proceso dinámico en el que interactúan diversas entidades motivadas por incentivos del mercado, incluyendo empresas, centros de investigación públicos y entidades académicas. Estas entidades operan según estrategias y reglas influenciadas por varios mecanismos y esquemas de incentivos. Por esta razón, la innovación adquiere una dimensión sistémica, ya que requiere la colaboración y retroalimentación entre los actores, tanto del sector público como del privado.

Este proceso innovador es acumulativo y se deriva del aprendizaje y la transferencia de experiencias y conocimientos entre diferentes sectores de la sociedad. Por lo tanto, comprender las relaciones entre las esferas pública, privada y académica que afectan el desarrollo productivo, es crucial. El modelo de triple hélice, que involucra al gobierno, la industria y la academia, emerge como una herramienta fundamental para analizar estas dinámicas y para diseñar políticas públicas que fomenten la innovación y su aplicación en modelos de desarrollo económico sostenible.

### **Subcategoría 6: Productos de valor agregado.**

#### **Descripción.**

Realizar productos de valor agregado es de gran importancia en la economía y para el desarrollo de negocios, debido a que fomentan la diversificación en sectores, atraen inversiones, mejoran la competitividad y, también, promueven la innovación debido a la investigación y al desarrollo de productos. Según González y Blanco (2022), los diversos métodos utilizados para aumentar el valor de un producto agrícola, amplían las oportunidades de consumo, ya que hacen que el producto esté disponible para los consumidores en áreas donde normalmente no se produce. Además, ayudan a solucionar los problemas relacionados con la estacionalidad y el rasgo de productos perecederos, propios de la cúrcuma. Ante los productos de valor agregado procedentes de la cúrcuma, los entrevistados comentan lo siguiente:

- *“Yo tengo 16 productos a base de cúrcuma, van desde pastillas, shampoos, enjuagues bucales, aceites esenciales y se pueden realizar muchísimas cosas más y en el mercado hay otras cosas, incluso, si yo tuviera la tecnología haría medicina de precisión”.* (Entrevistado 1)
- *“Sí, hay varios productos que se derivan de la cúrcuma; están los aceites esenciales, hay unas pastillas de cúrcuma que son medicinales y la cúrcuma deshidrata o molida que se utilizan para condimentos en la comida y en las carnes”.* (Entrevistado 2)

- *“Están los snacks, golosinas, salsas y condimentos. También productos y cuidado de la salud. Cápsulas, tabletas, tés o extractos, polvo de cúrcuma que se hace una pasta para las afecciones de la piel”.* (Entrevistado 3)
- *“Conozco la harina de cúrcuma, aceites esenciales, jugos, bebidas, tes y suplementos alimenticios”.* (Entrevistado 4)
- *“Yo conozco este super alimento que es leche dorada; sé también que se hacen pastillas y tes”.* (Entrevistado 5)
- *“Se puede hacer producción de harinas por medio de la cúrcuma y es una gran manera de generar valor agregado y utilizar los rizomas que no cumplen con las normas de calidad”.* (Entrevistado 7)
- *“Hay píldoras, tes, se usa como condimento y pasta de dientes”.* (Entrevistado 8)

### **Análisis.**

La cúrcuma goza de una fuerte demanda, tanto en el mercado local como en los mercados internacionales. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el canal de exportación presenta desafíos y obstáculos, como requisitos rigurosos de calidad, salud vegetal y estándares de imagen que pueden resultar difíciles de cumplir, por la naturaleza de la agricultura y la influencia del clima. Por lo tanto, es esencial explorar alternativas al mercado de la cúrcuma que aumenten el valor de la producción nacional.

Los entrevistados consideran que existen muchas variedades de productos, con los cuales se puede aprovechar más la cúrcuma y sacar valor agregado, como pastillas, enjuagues bucales, condimentos, extractos, el super alimento la leche dorada, entre otros productos que podemos utilizar para generar valor al sector y posicionar aún más este producto. Hay que tener en cuenta que las empresas que realizan estos productos se apoyan en la tecnología recomendada por los procesos del CIPRONA, que es el Centro de Investigación de Productos Naturales de la UCR.

PROCOMER (2017), indica que la demanda actual de los consumidores se inclina hacia productos cada vez más naturales, y esta preferencia se observa, no solo en alimentos, sino también en artículos como cosméticos. Esta tendencia implica que ingredientes reconocidos por sus propiedades pueden ser utilizados de manera innovadora para crear productos más completos y sofisticados, y esto les otorgaría un mayor valor y la posibilidad de venderlos a un precio superior.

Estas tendencias ofrecen una valiosa oportunidad para los exportadores costarricenses. Si modifican la preparación de sus productos para incorporar estos ingredientes, podrían diferenciarse en el mercado internacional. Además, esta adaptación podría permitirles entrar en nuevos segmentos de mercado con productos innovadores que satisfagan las demandas de los consumidores modernos.

### **Subcategoría 7: Mercadeo y comunicación.**

#### **Descripción.**

El mercadeo y la comunicación son fundamentales para el éxito de cualquier producto en el mercado; hay varios puntos que se pueden considerar y aprovechar para poder posicionar el producto, de mejor manera, como su calidad, la innovación, el servicio al cliente; también, si tiene beneficios sociales o va dirigido directamente a un nicho de mercado, así como, si es orgánico o natural. Espinach (2018), indica que, en muchas ocasiones, la estrategia empresarial más efectiva comienza cuando los exportadores del mismo sector colaboran para definir producciones, cantidades y programas conjuntos y, esta colaboración implica asesoramiento mutuo, innovación tecnológica en la producción y planes para mejorar continuamente. La población consultada hace los siguientes comentarios al respecto:

- *“Costa Rica tiene un posicionamiento como un país verde, entonces, es un posicionamiento internacional bien establecido a nivel general, a nivel de turismo y a nivel de ciertos productos; la cúrcuma podría ser uno de los ejemplos donde podrías incorporar temas de responsabilidad social y ambiental”.* (Entrevistado 1)

- *“Para un productor nacional, lo mejor que puede hacer aparte de generar valor agregado, es acompañarse de una fuerte campaña de mercadeo; entonces, nosotros podemos tener todos estos productos con cúrcuma; pero, si vos ves siempre se va a necesitar una fuerte inversión en mercadeo, ahí PROCOMER apoya, participamos en ferias, participamos con temas marca país, pero cuando un cliente internacional quiere un producto va a decir bueno y usted cómo me va a apoyar con mi mercadeo; entonces, usted dice bueno yo tengo mi empresa esta información en inglés, tengo mi sitio web, entonces se puede apoyar en PROCOMER, asesorándose y ahí puede irse posicionando poco a poco; entonces, esa es la idea de que el productor nacional pueda ir mercadeando bien y pueda dar a conocer su producto y las características que tiene...Podemos tener buenos productos con valor agregado, pero si al cliente final no le damos una buena estrategia de mercadeo, probablemente no se va a vender”. (Entrevistado 3)*
- *“Yo pienso que le tema de posicionar y educar al consumidor; por ejemplo, como en las ferias internacionales en las cuales PROCOMER tiene sus stands. Sería bueno promover los productos y no solo los productos de las empresas que puedan ir a las ferias, si no también, hacer un tipo de activación para que la gente sepa cómo se come la cúrcuma o si hay cremas de cúrcuma la gente las pueda probar, pero también un tema transcendental es el tema de seguimiento en temas postventa, siempre estar como atentos si el comprador o nuestro cliente quedó satisfecho con el producto que entregamos y saber también que se puede mejorar y el tema de la comunicación, que sea una comunicación más expedita entre el vendedor y el comprador, creo que eso le permitiría mucho afianzarse en el mercado internacional, que haya este acercamiento y que mi cliente sepa que yo estoy aquí y que talvez no solo me está comprando un contenedor cada 6 meses, pero que se acuerde que yo estoy aquí, estar siempre en la mente de nuestro cliente y satisfacer o superar las expectativas del cliente es super importante, principalmente cuando se trabajan con mercados de tanto valor y competitivos”. (Entrevistado 4)*

- *“El mayor valor agregado que se le puede dar a la cúrcuma es posicionarla con mucha comunicación y poder ubicar un producto exitoso haciendo un estudio de mercado para poder exportarla a países donde no se puede ingresar cúrcuma fresca. El servicio al cliente que se da entre vendedor y comprador, también, es la clave”.* (Entrevistado 5)

### **Análisis.**

Espinach (2018), afirma que cuando se exporta es esencial comprender el mercado potencial del producto que se quiere enviar. El éxito en la exportación se basa en reconocer las necesidades del cliente, destacarse frente a la competencia y mantener costos liderados de manera que se pueda competir efectivamente; por lo que, es crucial identificar oportunidades para mejorar las operaciones internas de la organización, lo que aumentará su competitividad en el mercado internacional.

Los entrevistados hacen énfasis en que, también, es necesario el mercadeo y la comunicación, ya que es importante que conozcan la cúrcuma, tanto en el mercado local como internacional, sus beneficios, su principio activo y su diversidad de productos; además, muchos compradores también necesitan este tipo de comunicación e identificar que el productor conoce y desarrolla el tema. Poder posicionar los productos a nivel internacional por medio de herramientas electrónicas o ferias internacionales, es fundamental para ubicar la cúrcuma como un producto diferente y, a Costa Rica, como un gran productor con buenas prácticas agrícolas.

Por otro lado, la calidad del producto se refleja en su durabilidad, seguridad, gestión eficaz contra plagas y enfermedades, así como en el servicio al cliente e incluyendo la diferenciación en los tiempos de entrega. Controlar estos aspectos marca una gran diferencia en un mercado competitivo. La estrategia de mercadeo en este caso implica hacer todo lo necesario para destacar los productos de la competencia, permitiendo así cobrar un precio superior por ello. Por lo que, hay que recordar, también, que brindar valor agregado no es solamente diversificar mi producto, sino que es preguntarse qué diferencia hago yo como productor frente a la competencia.

## Interpretación de datos

Después de realizar el análisis respectivo de dichas categorías, con base en las respuestas brindadas por los entrevistados, se logró obtener una serie de datos importantes, los cuales se tomarán como referentes para la interpretación de los datos, con el fin de hallar solución al siguiente problema de la investigación: ¿Cuál es el valor agregado de la exportación de cúrcuma desde Costa Rica a Canadá, en el 2023?

Partiendo de esta pregunta, la investigación se divide en tres categorías. La primera, corresponde a la producción y exportación de la cúrcuma, con el fin de hacer un análisis sobre su proceso de producción y exportación; esto con la finalidad de ampliar más la perspectiva sobre el tema, con base en varias variables que engloban el proceso de producción y exportación de cúrcuma; entre estas está su proceso de producción como tal, los desafíos del sector, su comercialización, el proceso de exportación, el marco normativo, el Tratado de Libre Comercio y la competitividad.

La segunda categoría corresponde a las oportunidades del sector, desde el apoyo de organizaciones e instituciones, el tema de certificaciones, la calidad, el posicionamiento del país, la responsabilidad ambiental, el principio activo que es la curcumina y las tendencias del sector; esto con la idea de visualizar más allá de una diversificación del producto como estrategia para generar valor agregado, ver las distintas oportunidades con las que cuenta el sector productor de cúrcuma.

La tercera categoría corresponde al valor agregado, desde las propiedades de la cúrcuma, potencial comercializador, la transferencia tecnológica, la agroindustria, innovación, productos de valor agregado y el mercadeo y comunicación, todo esto como manera de representar detalladamente las áreas en donde se podría dar valor agregado al sector y verificar cómo poder consolidarlas y conseguir las para que el sector pueda crecer más y se posicione mejor dentro del mercado.

En la primera categoría de análisis, se detallan varios procesos; el principal, es conocer el proceso de producción de la cúrcuma; esto es de suma importancia, ya que, en el caso de la cúrcuma, requiere 9 meses para la cosecha; al final los entrevistados comentan lo mismo: todo este periodo beneficia la concentración del principio activo que es la curcumina, además del adecuado tratamiento que se da en la siembra, cosecha y postcosecha; este sector cuenta con ayuda de PROCOMER, con sus respectivos manuales.

Por otro lado, Costa Rica cuenta con tierras y condiciones ideales para cultivar la cúrcuma, y por ello, su principio activo se ha destacado frente a otros tipos de cúrcuma a nivel mundial. No obstante, el sector de cúrcuma enfrenta desafíos para consolidarse como una fuente de ingresos estable y sólida para los agricultores de pequeña y mediana escala, debido a cuestiones de gobernanza, estructura de mercado y riesgos inherentes a la actividad económica.

Las limitaciones en la gobernanza y el funcionamiento de los mercados, tanto locales como internacionales, así como las restricciones medioambientales y la presión sobre los recursos naturales, resaltan la necesidad de agregar más valor al producto. El modelo actual de la cadena de suministro provoca escasos niveles de producción en ciertas estaciones o un exceso de producto fresco en el mercado local o, sucede que quien la cultiva no cuenta con las suficientes certificaciones, lo que reduce los precios y perjudica a los productores en general; incluso, la falta de apoyo al acceso crédito, limita más la cosecha.

También, el hecho de que la cúrcuma sea considerada como un “commodity” es un desafío, porque depende de los precios de la India para poder comercializar en mercados internacionales. Por otro lado, para poder comercializar la cúrcuma, se necesita cumplir con ciertos estándares de calidad como que los rizomas de comercialización tengan un tamaño mínimo de 2.5 cm de largo y 1 cm de grueso y existen diversos canales de distribución en los mercados locales e internacionales.

Además, para exportar la cúrcuma en aduanas solicitan la nota técnica y cuando el funcionario lo acepta hace el DUA de exportación; los entrevistados comentan que el transporte utilizado es el marítimo y se van en paletas de 60 o 54 cajas, dependiendo de la necesidad del

cliente; también, hay documentos necesarios para la exportación de la carga como la factura comercial, certificado de origen, el conocimiento de embarque, entre otros documentos. En el caso de Canadá, el importador debe contar con una licencia para que certifique que la mercancía que va a entrar a territorio canadiense, sea segura.

Además, debe de cumplir con el etiquetado necesario, según reglamentaciones canadienses como idioma, la cantidad, lista de ingredientes en caso de que sea un subproducto, entre otros requisitos. El Tratado de Libre Comercio ofrece reducir o eliminar aranceles que en el caso de la cúrcuma, al entrar a territorio canadiense, la tasa sería cero por ciento de arancel; sin embargo, a pesar de esto, el sector productor de cúrcuma, se enfrenta a una gran competencia como la India o a nivel latinoamericano con Perú; estos son países productores que ofrecen mejor precio al mercado, además, el producto fresco no puede entrar al mercado estadounidense, porque no cuenta con los requisitos fitosanitarios necesarios para entrar a Estados Unidos; sin embargo, supone la oportunidad de diversificar el producto y, de esta manera, abarcar más mercados.

Por otro lado, la segunda categoría de análisis corresponde a las *oportunidades del sector*. En ella se denotan las distintas oportunidades que tiene el sector productor de cúrcuma, desde el apoyo de organizaciones e instituciones, con ciertas ayudas y asistencias técnicas que desarrollan programas para que estos productores puedan posicionarse aún más; certificaciones que son una gran oportunidad de posicionamiento del sector; pues, demuestran que su producto tuvo una buena trazabilidad y es sostenible; también, la calidad que el sector productivo costarricense pueda ofrecer frente a otros, ya que en los últimos años la cúrcuma de la India ha perdido calidad y se le han añadido productos artificiales. También, una gran oportunidad es el posicionamiento del país como un país verde y sostenible; la responsabilidad social y ambiental que tienen estos productores y el principio activo correspondiente a la curcumina que se destaca sobre la cúrcuma de otros países y las tendencias del sector, que lo mejor será posicionarse en mercados que sean conscientes de productos naturales, buenos para la salud; pues esta tendencia es la moda en los últimos años.

Según el análisis, se pudo concretar que hay apoyo de organizaciones e instituciones con programas como DESCUBRE de PROCOMER, los cuales han beneficiado a productores de cúrcuma; sin embargo, todavía hay ciertas deficiencias en torno a estas instituciones, como la falta

de personal capacitado para atender a los agricultores, con el propósito de desarrollar más programas que ayuden a financiar la producción. Se nota poco interés de las instituciones públicas de darles transferencia tecnológica como el acompañamiento en conocimientos para que realicen sus procesos de producción.

También, las certificaciones suponen una oportunidad para el sector agroexportador, por el tema de demostrar la trazabilidad del producto y que al cliente final se le va a entregar un producto de calidad; entre más certificados tenga el producto, más posicionamiento tendrá en mercados; sin embargo, también representa un desafío para el sector por el tema de costos y procesos burocráticos que tienen que pasar para conseguir una certificación.

Por otro lado, las certificaciones representan que el producto es de muy buena calidad, y consecuentemente, es una gran oportunidad para el sector, pues representa que si Costa Rica como productor no puede competir con países como India o Perú por temas de costos que demuestre que la calidad de su cúrcuma es mejor que la de la competencia; y por ello, ahora que India ha perdido su calidad por temas de clima y malas prácticas agrícolas, la calidad de la cúrcuma costarricense puede sobresalir entre estas.

También, el posicionamiento de Costa Rica como país verde y responsable con el medio ambiente es una oportunidad, porque el país es bien visto a nivel internacional y cualquier producto del territorio costarricense será bien recibido por su responsabilidad ambiental. Se debe indicar que, entre los sectores productores de cúrcuma se destacan los productores de la Zona de Pérez Zeledón, conocidos porque producen cúrcuma de buena calidad, cuidan el medio ambiente y los ríos de la zona; son conscientes del cambio que puede generar el cuidado de la naturaleza para el país y, por ello, son más cuidadosos de los procesos de producción.

El compuesto químico de la cúrcuma es la curcuminoides y su principal componente activo, es la curcumina. La curcumina es el componente que le da el color amarillo a la cúrcuma y es el que posee propiedades antiinflamatorias; hasta ha sido investigado por científicos debido a sus beneficios para la salud; por ello, estudios hechos por la Escuela de Química de la UCR junto con PROCOMER, han comparado la cúrcuma de Costa Rica con la cúrcuma de India y de Perú, y

han demostrado que el principio activo se concentra más en la cúrcuma de Costa Rica; por lo que representa una gran oportunidad para el país, ya que se necesita menos materia prima para tener el mismo beneficio que el consumidor tiene con otra cúrcuma.

También, las tendencias alimenticias que se han dado últimamente, por el alza en la demanda de consumir productos naturales que ayuden a controlar problemas de la salud, supone una gran oportunidad para el sector productor de cúrcuma. La población de Canadá ha tenido una gran demanda de estos productos, por lo que la cúrcuma y sus productos diversificados pueden ingresar al mercado con una buena comunicación y pueden posicionar mejor al sector.

Por otro lado, en la tercera categoría de análisis se denota el valor agregado que se podría visualizar para el sector productor de cúrcuma, desde las propiedades de la cúrcuma, ya que este tubérculo posee compuestos medicinales importantes, como que es antiinflamatoria, antioxidante y digestivo; su potencial comercializador, como que el ciclo de vida de la cúrcuma y los beneficios para la salud, gastronómicos y cosméticos; la transferencia tecnológica que representa un papel fundamental, ya que no es cambiar procesos o diversificar, sino también, saber comunicar y vender el producto; luego, es importante mejorar el valor agregado del producto e industrializar la cúrcuma en grandes volúmenes, según indican los entrevistados expertos en el tema de comercialización de cúrcuma.

También, la innovación que es fundamental para representar nuevas ideas, tecnologías y para mejorar la producción desde su siembra hasta su postcosecha; otra manera de agregar valor es diversificando la cúrcuma; hay muchos productos que tienen como ingrediente este producto, que suponen una gran ventaja para competir internacionalmente y, por último, mercadear y ensanchar los canales de comunicación con el comercio internacional, ya que el éxito de cualquier producto es saber venderlo y posicionarlo bien en un mercado competitivo.

Según el análisis, se pudo ver que el valor agregado es la mejor manera de poder posicionar al sector productor de cúrcuma, en mercados influyentes; las propiedades de la cúrcuma son excelentes para las tendencias del consumidor que tiene Canadá, por lo que, sus compuestos químicos han ido más allá del uso en la gastronomía; se han hecho investigaciones científicas que

han hallado cualidades científicas de la cúrcuma en torno a la salud y a la cosmética; para ello se necesita el apoyo de organizaciones e instituciones que le saquen provecho a estas fortalezas.

El sector productor de cúrcuma tiene un gran potencial comercializador, tiene un gran ciclo de vida y algo importante es que el proceso de producción. En Pérez Zeledón, la mayoría de agroproductores de cúrcuma, son mujeres de la zona; hay certificaciones que se podrían aprovechar internacionalmente, al demostrar que todo el proceso pasa por mujeres como Códigos con Manos de Mujer o el sello de igualdad de Género de Costa Rica, dado por el INAMU y todo esto representa una manera de darle valor agregado a la cúrcuma.

La transferencia tecnológica para generar valor es de suma importancia se pueden mejorar temas de producción, comercialización y comunicación; sin embargo, esto representa también, una limitante para el sector, ya que todavía falta esa integración entre instituciones para transmitir a los agricultores el conocimiento necesario y poder especializarlos más. Todo esto va de la mano y, algo importante, es la agroindustria; se debe generar valor por medio de tecnologías que permitan al productor pasar más allá de sembrar y cosechar la cúrcuma. Se debe integrar a procesos para producir cúrcuma en polvo o deshidratarla; sin embargo, les falta esa transferencia tecnológica por parte de las organizaciones e instituciones del país.

Por ello, es importante la innovación e ir de la mano con el proceso tecnológico, ya que innovar sería concentrarse en que el principio activo de la cúrcuma que es la curcumina, esté más concentrado y poder enfocarse en crear suplementos alimenticios o bien, mejorar las buenas prácticas agrícolas para que el producto se destaque por su calidad. Es evidente que también se necesita una integración público-privada para generar retroalimentación y buscar maneras de innovar más allá de la producción. Ante la innovación, es importante reconocer los productos derivados de cúrcuma, que se pueden diversificar; hay un sinfín de ellos desde aceites esenciales, pastillas, harina de cúrcuma, leche dorada y esta diversificación podría permitirles entrar en otros mercados.

Por último, diversificar y cambiar la producción no es la única manera de generar valor; el sector productor debe de unirse y crear estrategias de mercadeo y comunicación y dar un buen

servicio al cliente final para que puedan posicionarse y diferenciarse más allá de la competencia; se debe recordar que los agricultores también son empresarios y que la finca es su empresa; deben desarrollar gestión empresarial y saber comunicarse con su potencial comercio para posicionarse mejor en el mercado internacional; esta parte es de suma importancia, porque más allá de generar valor, es saber vender el producto y tener un gran servicio postventa; el productor debe estar ahí para los clientes actuales y darse a conocer a los clientes potenciales.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Este capítulo corresponde a las conclusiones y recomendaciones que se han obtenido con el análisis de datos y mediante la observación minuciosa de información recabada por medio de los instrumentos de consulta a la población de expertos en el tema de la cúrcuma y su valor agregado. El propósito de este V capítulo es dar respuesta a los objetivos planteados y a la pregunta problema de investigación. Consecutivamente, se formulan las recomendaciones correspondientes al análisis de datos y de acuerdo con las diferentes situaciones discutidas en el proceso de investigación; el propósito es hacer un aporte a la academia costarricense y a futuros investigadores, sobre el cultivo, exportación y comercialización de la cúrcuma, en nuestro país.

#### **Conclusiones.**

- Se debe desarrollar buenas prácticas agrícolas en toda la producción primaria y tomar en cuenta la estacionalidad de las cosechas, correspondiente a los 9 meses para que la curcumina se concentre mejor en la cúrcuma, además, los procesos agrícolas de los productores del país también aportan a que la cúrcuma sea de muy buena calidad.
- Se concluye que el clima es un factor desafiante para el sector productor de cúrcuma y que puede debilitar al principio activo de la cúrcuma.
- Se concluye que los productores de cúrcuma tienen una limitante empresarial y es la falta de acceso al financiamiento; por tal razón, en ocasiones se quedan sin cosechar o sin expandir su mercado.
- Se concluye que los productores de cúrcuma tienen desafíos a la hora de exportar. Existe mucha tramitología, estandarización de la cúrcuma, cargas sociales y costos a la hora de exportar.

- Se concluye que el país puede ser más competitivo; pero que, por falta de ayuda legal (revisión y aceleración de leyes) o de pensamiento empresarial, el agroexportador se siente cohibido, limitado.
- Se concluye que se debe conocer todo tipo de lineamientos sobre el tema de la comercialización, y en el caso de la cúrcuma, se debe tener normas de calidad y se debe reconocer la mejor manera de distribuir el producto y saber los costos asociados a este.
- Se concluye que, en relación con el proceso de exportación, es indispensable tramitar la nota técnica 265 y comprender que la cúrcuma se empaca en paletas de 60 o de 54 cajas.
- Se concluye que el medio de transporte más utilizado para transportar y exportar la cúrcuma, es vía marítima.
- Se concluye que la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA), es el ente encargado de regular los alimentos importados por Canadá y el importador debe asegurarse de contar con una licencia de alimentos seguros y verificar que el producto esté libre de plagas, así como; cumplir con el buen etiquetado según las regulaciones canadienses.
- Se concluye que Costa Rica cuenta con el beneficio de Nación más Favorecida y el Sistema Generalizado de Preferencias para muchos productos agrícolas, según el TLC Costa Rica-Canadá y la cúrcuma, es uno de ellos esto porque Canadá se ve en la necesidad de protegerlos debido a que no pueden sembrar por sus climas.
- Se concluye que el tema de la competitividad es una limitante para el sector productor de cúrcuma, ya que, el motivo no radica en que tan bueno es un producto, si no, ser competitivo en costos y en temas tecnológicos; y la India y Perú tienen ventajas competitivas en comparación con Costa Rica y esto debilita la competitividad del sector; asimismo, el hecho de que Costa Rica aún no sea muy conocido, internacionalmente, como productor de cúrcuma.

- Se concluye que las instituciones y organizaciones es una gran oportunidad para el crecimiento del sector agrícola, ya que muchas de estas organizaciones e instituciones del país, tienen programas de capacitación, ayudas financieras y exposiciones internacionales para los productores, sin embargo, sigue siendo algo que el Estado costarricense debe de reformar, trayendo más personal capacitado y hacer alianzas público-privadas para que de esta manera se logre transferencia tecnológica, más programas de formación y facilitar reducción de costos para lograr la inserción del sector productor de cúrcuma en mercados de interés.
- Se concluye que la mejor oportunidad que tiene el sector es certificarse, ya que, si Costa Rica no es como productor de cúrcuma, que sea reconocido por su calidad, y esto solo con certificaciones, para que, de esta manera garantizar que el producto que está llegando al cliente final es orgánico, responsable con el ambiente y que tuvo buenas prácticas agrícolas con la finalidad de demostrar toda su trazabilidad.
- Se concluye que en los últimos años la India ha perdido su calidad y han optado por comercializar cúrcuma artificial y no natural ni orgánica, por lo que representa una gran oportunidad para el sector del país que se preocupe más por estas normas de calidad.
- Se concluye que el posicionamiento de Costa Rica como un país verde representa una gran oportunidad para el sector productor de cúrcuma, al ser un sector que se preocupa por el medio ambiente, así como, el ser reconocido como un país verde y un sector que se preocupa por ello hace que se pueda ser competitivo a nivel internacional y resonar más la calidad del producto por medio de buenas prácticas agrícolas.
- Se concluye que el sector productor de cúrcuma tiene responsabilidad ambiental y lo han demostrado cuidando ruidos y haciendo de Pérez Zeledón, Guápiles y Guanacaste lugares donde se promueva el compromiso con el medio ambiente, personas y en su mayoría mujeres que comprenden lo que su tierra representa y la importancia de tener valores responsables con el ambiente.

- Se concluye que en los últimos años Canadá ha tenido una gran demanda en el consumo de productos saludables; esto representa una gran oportunidad para el sector, por las propiedades que tiene la cúrcuma costarricense.
- Se concluye que la cúrcuma cuenta con muchas propiedades medicinales, cosméticas y gastronómicas y que se puede explotar su comercialización, de tal manera que, se saquen productos con este valor agregado y aumentar la demanda de la cúrcuma para su internacionalización a nuevos mercados.
- Se concluye que la curcumina costarricense es una gran oportunidad de inserción en mercados internacionales, esto porque se necesitará de menos materia prima para obtener el mismo beneficio que otras cúrcumas a nivel mundial.
- Se concluye que el principal potencial comercializador del proceso de producción de cúrcuma en Pérez Zeledón es que pasa por mujeres, y esto les ha permitido posicionarse en los mercados, además que son consideradas agentes de cambio fundamentales para generar crecimiento y una agricultura que garantiza la igual de género.
- Se concluye que hace falta apoyo de organizaciones e instituciones que cuenten con la capacidad de contribuir a la investigación y dar esa transferencia tecnológica que necesitan los productores de cúrcuma para poder ser más competitivos y con la ayuda de esta transferencia mejorar el producto y que los productores crean en este y, por consiguiente, su mentalidad de no solo agricultores y si no, de empresarios.
- Se concluye que la agroindustria debe diseñar un procedimiento industrial para añadir valor agregado a productos derivados de la cúrcuma, mediante la deshidratación o pulverización de cúrcuma y, de esta manera, transformarla en nuevos productos de consumo humano.

- Se concluye que para que el sector productor de cúrcuma pueda innovar y generar valor, se necesita el apoyo de tres actores: instituciones públicas, privadas y la parte académica que serían universidades, así mismo, como desarrollar ese pensamiento de innovación y apoyo hacia quien innovar quiere.
- Se concluye que hay muchas variedades de productos derivados de la cúrcuma, que pueden generar valor agregado y que pueden posicionar mejor al sector agroexportador de cúrcuma, mucho más en Canadá, estos productos son excelentes generadores de valor y por los cuales se puede sacar provecho y mejorar al sector en demanda y competitividad.
- Se concluye que el mercadeo y la comunicación son fundamentales para posicionar mejor al sector agroexportador de cúrcuma y que, la diferencia radica en generar valor por medio del buen servicio al cliente y destacarse frente a la competencia, también.
- Se concluye que se dio respuesta a la pregunta problema de la investigación partiendo de que el valor agregado para la exportación de cúrcuma de Costa Rica a Canadá radica en los muchos productos que se pueden crear en base a esta; así como, el montón de propiedades medicinales y su destacado principio activo principal que se encuentra más presente en la cúrcuma costarricense, todo esto, hace de la cúrcuma costarricense una gran vía de exportación para el mercado canadiense por medio que el sector productor de cúrcuma genere valor y diversifique su producción para un mejor posicionamiento del sector.

### **Recomendaciones.**

- Se le recomienda al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), reformar a las organizaciones e instituciones del Estado, trayendo más personal capacitado y hacer alianzas público-privadas para que de esta manera se logre transferencia tecnológica, más programas de formación y reducción de costos para lograr insertar al sector productor de cúrcuma, en mercados de interés.

- También, se le recomienda al Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), junto con el sector público e instituciones académicas, establecer una estrategia de apoyo para la innovación y transformación de productos del sector productor de cúrcuma.
- Por otro lado, se le recomienda al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), mayor ayuda y capacitar a sus empleados en temas comerciales, para impulsar el crecimiento del sector productor de cúrcuma.
- Además, se les recomienda a todos los productores de cúrcuma unirse y de esta manera optar por mejores prácticas para la gestión de las alianzas público-privadas, así como proponer una estrategia financiera para los proyectos público-privados, cuyo propósito es fortalecer la facultad técnica del Estado y del desarrollo, en general.
- Se le recomienda al sector productor de cúrcuma que deseen exportar, informarse sobre los beneficios que les podría traer la comercialización de sus productos en otros países y asesorarse en materia de tramitología y logística de exportación; esto con el fin de que el sector exportador de cúrcuma siga creciendo a nivel país y, consecuentemente, a nivel internacional.
- Se les recomienda a los productores de cúrcuma apostar por menor volumen y mayor calidad, con el fin de obtener un producto de mayor valor en el mercado.
- Se les recomienda a los productores de cúrcuma capacitarse en gestión empresarial y considerarse agricultores empresarios, recordando que su finca es su empresa, la cual deben fortalecerla día con día.
- Se le recomienda a todo el sector productor de cúrcuma unir fuerzas y definir planes o estrategias de posicionamiento y sacar mayor provecho para potencializar el valor que tiene la cúrcuma.

- También, se le recomienda a la Promotora de Comercio Internacional (PROCOMER), que ayude a las Pymes con ganas de exportar cúrcuma y asesorarlas a nivel de comercio internacional; estimular el trabajo con el sector primario del país y, de esta manera, aumenten las exportaciones de productos agrícolas y, por consecuencia, la de cúrcuma, ya que su consumo ha aumentado en los últimos años.
- Se le recomienda a PROCOMER reforzar capacidades comerciales y de negociación de los productores de cúrcuma para acceder directamente a los mercados.
- Conviene que PROCOMER proporcione información adicional sobre los Tratados de Libre Comercio, ya que esto puede motivar tanto a empresas que exportan como a las que no lo hacen, a explorar nuevos mercados. Esta información debería simplificar el texto del tratado y ofrecer una explicación clara y comprensible para facilitar su comprensión.
- Se le recomienda a la Banca para el Desarrollo dinamizar sus recursos financieros con destino a los productores agrícolas y, de esta manera, fortalecer la transformación productiva hacia rubros de mayor valor agregado.
- Se le recomienda a la Universidad Internacional de las Américas ser parte de los actores que apoyan la innovación de productores de cúrcuma; hay Pymes que realizan productos excelentes a base de cúrcuma que tienen ganas de exportar y hay exportadores de cúrcuma que se han quedado en un solo mercado, porque carecen de información tecnológica, y la universidad podría dar un excelente acompañamiento a este sector que se siente tan huérfano en asesoría institucional.
- Por último, se les recomienda a futuros investigadores de la cúrcuma, indagar en procesos y costos logísticos de productos de valor agregado, cuyo fin es analizar los costos y el impacto que generaría incrementar el valor agregado en la cúrcuma.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

En este capítulo, se visualizará una propuesta de posicionamiento para el sector exportador de cúrcuma en Canadá; de manera tal, que se identifique el mercado canadiense al cual se desea exportar producto de Costa Rica y, de esta manera, se puede desarrollar una propuesta de valor e interés para añadir valor agregado a productos nacionales que se envían al mercado canadiense.

#### **Objetivos**

##### **Objetivo general.**

Crear una estrategia de posicionamiento para el sector exportador de cúrcuma en Canadá.

##### **Objetivos específicos:**

Identificar la oportunidad de posicionamiento de Canadá como nicho comercial para el sector exportador de cúrcuma costarricense.

Determinar la estrategia de posicionamiento en Canadá para el sector exportador de cúrcuma.

#### **Propuesta**

La propuesta va dirigida al sector exportador de cúrcuma, así como, a las empresas productoras de cúrcuma con aras y ganas de ampliar su cartera de clientes con vistas al mercado internacional y de esta manera conseguir por medio de esta propuesta un mayor valor agregado a la cúrcuma y que Costa Rica se conozca por ser un buen productor y comercializador de este producto. Por otro lado, para poder implementar dicha propuesta se necesitará el apoyo de la Gestora de Proyectos de DESCUBRE, PROCOMER en la parte de la cúrcuma, que ha ayudado a

empresas exportadoras de este producto a posicionarse en mercados internacionales, así como, del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Recordando que este sector productor de cúrcuma no pide una idea de un microondas, si no, piden una idea de lo que ellos con mucha pasión realizan: la agricultura; algo que se siembre, se cuide y crezca.

### **Oportunidad de posicionamiento en Canadá.**

Según cifras de PROCOMER (2016), las exportaciones de cúrcuma en Costa Rica ascienden a un total de 150 mil dólares; además, la gran oportunidad que tienen los exportadores de cúrcuma son las propiedades medicinales con las que cuenta y la diversificación de productos derivados de la cúrcuma; por otro lado, pueden utilizar los rizomas que no son para comercializar y poder posicionar mejor su producción por la creciente demanda de la población en consumir productos saludables y, de esta manera, se puede diversificar y ampliar el catálogo de productos a nivel internacional.

Unos años después, en 2019 PROCOMER evidenció un incremento en los productos de cúrcuma; ha crecido el consumo a nivel mundial y ha permitido la introducción de empresas ticas a mercados internacionales; uno de los destinos recomendados por PROCOMER es Canadá, ya que los canadienses están optando por consumir productos más saludables, según las cifras registradas en las importaciones de cúrcuma de este país; pasó de importar 7, 225 mil dólares en el 2020, a 8, 424 mil dólares, en el 2022.

Como se puede evidenciar, el consumo interno de cúrcuma en Canadá ha ido creciendo a través de los años y, más aún, cuando las personas canadienses están tratando de consumir productos más saludables, con el fin de cuidar su salud. Este negocio, además, permitiría a las empresas exportadoras dedicadas específicamente a la comercialización de cúrcuma, diversificar sus productos y utilizar los excedentes o sobras para obtener ganancias y no desecharlas.

Sobre esta expectativa comercial, PROMPERÚ (2005) expone en un artículo de ese año, que hay cinco tendencias en el consumidor canadiense para productos orgánicos y subraya los siguientes: la esencia, corazón, tierra, el bienestar total y ética. También, son factores decisivos en la compra de estos alimentos, aspectos como los siguientes: el sabor, nutrición y salud, facilidad de preparación, tiempo y precio. Uno de los principales motivos por los cuales los canadienses optan por comprar productos orgánicos, es porque consideran que estos alimentos son más saludables y seguros en comparación con otros tipos de alimentos.

Además, según Cooper (2019), en la revista CANADIAN GROCER, comenta que durante el año 2019, se observó que el 28% de los canadienses aumentaron sus compras de alimentos y bebidas orgánicos. Esta tendencia es comprensible, dado que los productos orgánicos constituyen el 2,6% de todas las ventas de alimentos y bebidas en supermercados; estos son datos aportados por la Asociación de Comercio Orgánico de Canadá. Además, dos tercios de los consumidores canadienses, ahora, adquieren productos orgánicos de forma semanal.

Por otro lado, la autora citando a Tara Longo, cofundadora de The Healthy Butcher y directora minorista de Fresh City Farms indica que sus mayores consumidores tienen 60 años o más debido a que tienen problemas de salud y ahora están volviendo a la buena alimentación. Entonces, aproximadamente el 60% de los canadienses que compran alimentos eligen lo que compran, teniendo en cuenta aspectos relacionados con la reducción de riesgos y el control de enfermedades. Además, alrededor del 17% de los hogares canadienses tienen un miembro de la familia que sigue dietas especiales.

La estrategia de posicionamiento en Canadá para el sector exportador de cúrcuma, se concentraría tomando en cuenta lo anterior, un mercado canadiense que quiere controlar enfermedades y sentirse más saludable.

**Establecimiento de la estrategia de posicionamiento en Canadá.**

Es importante recordar, en primera estancia, que la cúrcuma tiene propiedades medicinales increíbles, hay estudios que lo demuestran y es que la curcumina que es el principio activo más presente en la cúrcuma, tiene grandes propiedades biológicas y en la medicina asiática se utiliza mucho para la inflamación, enfermedades de la piel, dolencias digestivas y condiciones hepáticas.

Ante esto, Chapman (2020), indica que el problema de salud crónico más común en Canadá, es la artritis y esta se caracteriza por la inflamación de las articulaciones y otras partes del cuerpo, lo que provoca dolor, rigidez, enrojecimiento e hinchazón. La autora, citando a Arthritis Society, indica que actualmente seis millones de canadienses sufren de artritis, y se estima que esta cifra podría aumentar a nueve millones para el año 2040.

Por otro lado, según la página SALUS (2021), indica que la Arthritis Foundation hace referencia a varios estudios que demuestran que la cúrcuma tiene propiedades antiinflamatorias. Estas propiedades podrían ayudar a disminuir la gravedad de la inflamación en las articulaciones de las personas con artritis. La fundación recomienda tomar cápsulas de cúrcuma en dosis de 400 a 600 miligramos, hasta tres veces al día, como medida para aliviar la inflamación.

Ante la argumentación anterior, se puede evidenciar que los canadienses padecen bastante de artritis; es la principal enfermedad por la que sufren y ante esto, la cúrcuma puede ser una solución medicinal natural para aliviar la inflamación por la artritis, ya que es un excelente antiinflamatorio. En Costa Rica, existen PYMES excelentes que crean productos donde diversifican la cúrcuma y la transforman en aceites esenciales, cápsulas, crean polvo para harina y tes, donde tienen clientes que evidencian la mejoría en muchos aspectos por medio de estos productos.

En este proceso de transformación, también, los productores pueden a través de su cosecha generar valor y si exportan cúrcuma fresca, evidentemente, podrían incrementar su cartera de productos y poder aumentar también su cartera de clientes, por medio de productos que apoyen la salud de los canadienses, un mercado que está siendo cada vez más invadido por la enfermedad de la artritis.

En relación con este tema, también, se necesita el apoyo de organizaciones e instituciones del país, pues, es indispensable la transferencia tecnológica y ese pensamiento innovador que les falta a muchos productores de cúrcuma; por ello, el modelo de triple hélice viene a ser parte de la estrategia. Etzkowitz y Loet (1995), indican que el modelo de triple hélice implica diversos tipos de colaboración, comenzando con una transformación interna en las entidades involucradas en la hélice (gobierno, academia y sector privado).

Esta transformación facilita la interacción entre los actores, y esto permite explorar y desarrollar herramientas para generar nuevas ideas, tecnologías, procesos y productos. Estas iniciativas tienen el potencial de impulsar el crecimiento a nivel local, regional, nacional e internacional. También, es importante el papel del Estado, porque es necesario un compromiso político para que este modelo se dé y se aplique eficazmente.

Por otro lado, el laboratorio Gutis que es ejemplo de la marca Esencial Costa Rica, está en constante innovación de productos farmacéuticos, con el fin de mejorar la calidad y la salud de las personas; este tiene un producto que se llama Renovart Platinum con cúrcuma, el cual ayuda a atenuar el dolor en los procesos antiinflamatorios y en las enfermedades degenerativas de las articulaciones. Tomando esto en cuenta, las alianzas público-privadas, junto con las universidades pueden unirse y crear valor y poder posicionar más allá al sector productor de cúrcuma y seguir posicionando a Costa Rica en al área médica.

También, se necesita desplegar una publicidad masiva, agresiva, con el propósito de captar la atención necesaria en el mercado canadiense, que conozcan la cúrcuma y sus propiedades beneficiosas para aliviar el dolor de la enfermedad como la artritis, que están padeciendo los canadienses y que cada año va en aumento.

Por lo tanto, para que las empresas exportadoras tengan oportunidad de posicionarse en Canadá, necesitan innovar, concentrarse en productos de valor agregado, que puedan ayudar a la población canadiense; este tipo de servicio permite generar alianzas entre productores, el Estado y el Gobierno, los cuales pueden ayudar más al sector, concentrándose en alianzas público-privadas

junto con universidades para generar transferencia tecnológica e innovación y que el sector sea más competitivo a nivel internacional y traer aún más desarrollo al país.

## Referencias

- ACICAFOC. (7 de Febrero de 2023). *Asociación de Mujeres Activas del Corredor Biológico Alexander Skutch (AMACOBAS)*. Recuperado el 3 de Junio de 2023, de ACICAFOC: [https://www.facebook.com/permalink.php?story\\_fbid=pfbid02cFnxrmZ4ukji5xvDB6k5hucH9upttsR44uxbCdoikJDTytofwtJqRMozYZiuwUKjl&id=589630161078673](https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02cFnxrmZ4ukji5xvDB6k5hucH9upttsR44uxbCdoikJDTytofwtJqRMozYZiuwUKjl&id=589630161078673)
- Aguilera, D. (2012). Modelos destacados de transferencia tecnológica para la Agricultura en America. *Ministerio de Agricultura de Chile*, 6-7. Recuperado el 25 de Octubre de 2023, de <https://www.odepa.gob.cl/odepaweb/publicaciones/gobiernoabierto/modelosTransferenciaTecnologica.pdf>
- Amaya, S., y Garcia, J. (2022). Identificación de especies vegetales nativas e introducidas con valor nutricional aptas para consumo humano y su importancia en la Seguridad Alimentaria y Nutricional en El Salvador. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/29660/>
- Arias, J., y Valenciano, J. (2018). La cadena de valor de la panela y el fortalecimiento de la agricultura familiar en Costa Rica. Recuperado el 20 de Junio de 2023, de Dialnet- [LaCadenaDeValorDeLaPanelaYElFortalecimientoDeLaAgr-7005362.pdf](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6444444)
- Artavia, R. (1 de Octubre de 2020). *Burocracia: la adicción del Estado costarricense*. Recuperado el 27 de Octubre de 2023, de Delfino. cr: <https://delfino.cr/2020/10/la-adiccion-del-estado-costarricense>
- BBC News. (15 de Mayo de 2020). *Costa Rica se convierte en el primer país de Centroamérica en ser parte de la OCDE, el exclusivo club de las naciones más desarrolladas*. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de BBC News: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52684870>
- Betancourth, C. (24 de Mayo de 2023). *La leche dorada, una bebida que puede cambiar tu vida*. Recuperado el 2 de Octubre de 2023, de MejorconSalud: <https://mejorconsalud.as.com/la-leche-dorada-una-bebida-beneficiosa/>
- Blanco, M., Ganduglia, F., y Rodríguez, D. (2018). Manual 5: el mercado y la comercialización. *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*. Recuperado el 28 de

- Octubre de 2023, de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>
- Brenes, L., Gamboa, M., y Segreda, A. (2019). *Evaluación técnica de la agregación de valor a partir de variedades de cebolla (Allium cepa) cultivadas al norte de la Región Central Oriental de Costa Rica*. Recuperado el 20 de Junio de 2023, de SCIELO: [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S0379-39822019000300126&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S0379-39822019000300126&script=sci_arttext)
- Buzón , J. (2019). *Operaciones y procesos de producción*. España: EDITORIAL ELEARNING S.L. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=q3XIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=proceso+de+producci%C3%B3n&ots=2H5olvfE0T&sig=ecJhB3XVy6PNarBKgOEpAi5fX98#v=onepage&q=proceso%20de%20producci%C3%B3n&f=false>
- Cambronero, K. (28 de Marzo de 2023). *La lucha del sector agropecuario debe ser de todos*. Recuperado el 27 de Octubre de 2023, de DELFINO: <https://delfino.cr/2023/03/la-lucha-del-sector-agropecuario-debe-ser-de-todos>
- Campos, D., y Bermúdez, L. (30 de Abril de 2020). PYMES, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE. *Scielo*. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/is/v21n43/2215-2458-is-21-43-131.pdf>
- Castillo, J. (2018). Estudio y prospectiva del potencial comercial de productos con valor agregado a base de chayote para su internacionalización: El caso de la Asociación de Chayoteros del Yas de Cartago, Costa Rica. Recuperado el 12 de Junio de 2023, de <http://179.0.219.172/bitstream/handle/20.500.13077/156/Josue%20Castillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chacón , K. (2019). Agricultura y sostenibilidad ambiental en Costa Rica. *Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible 2019*, 27. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de <https://repositorio.conare.ac.cr/bitstream/handle/20.500.12337/7812/Chacon,%20K.%202019.%20Agricultura.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chapman , L. (16 de Septiembre de 2020). Recuperado el 08 de Noviembre de 2023, de RADIO CANADÁ INTERNACIONAL: <https://www.rcinet.ca/es/2020/09/16/cuidado-con-la-artritis-enfermedad-invisible-que-afecta-a-millones-en-canada/>

- Chavez, J., Cisneros, C., Tejada, J., y Mera, M. (2021). GALLETAS NUTRITIVAS A BASE DE CÚRCUMA Y CANELA. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/615d7e8e-2df3-47a2-aa82-64fb2177a871/content>
- Chiriboga, M. (1997). Desafios de la pequeña agricultura familiar frente a la globalización. *RIMISP*. Recuperado el 21 de Octubre de 2023, de [https://rimisp.org/wp-content/files\\_mf/135913903912.pdf](https://rimisp.org/wp-content/files_mf/135913903912.pdf)
- COMEX. (11 de Junio de 2020). *Mora, cúrcuma y subproductos de yuca con oportunidades para la diversificación del sector agroalimentario costarricense*. Recuperado el 28 de Mayo de 2023, de COMEX COSTA RICA: <https://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2020/junio/cp-2491-mora-c%C3%BArcuma-y-subproductos-de-yuca-con-oportunidades-para-la-diversificaci%C3%B3n-del-sector-agroalimentario-costarricense/>
- COMEX. (2021). *Canadá 2007-2021*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2023, de COMEX: <https://www.comex.go.cr/estad%C3%ADsticas-y-estudios/comercio-bienes/intercambio-comercial/>
- Cooper, C. (05 de Septiembre de 2019). *Orgánicos de próxima generación*. Recuperado el 8 de Noviembre de 2023, de CANADIAN GROCER: <https://canadiangrocer.com/next-generation-organics>
- Cortés, D. (9 de Marzo de 2022). *¿QUÉ ES EL COMERCIO INTERNACIONAL?* Recuperado el 26 de Mayo de 2023, de UNIVERSIDAD CESUMA: <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-el-comercio-internacional.html>
- DESCARTES. (04 de Agosto de 2021). *TLC : Tratado de Libre Comercio*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2023, de DESCARTES: <https://www.descartes.com/es/resources/blog/tlc-tratado-de-libre-comercio>
- DESCUBRE. (2019). *¿QUÉ ES DESCUBRE?* Recuperado el 2 de Junio de 2023, de DESCUBRE: <https://www.descubre.cr/>
- DESCUBRE. (2023). *FICHA TÉCNICA CÚRCUMA*. Recuperado el 26 de Octubre de 2023, de DESCUBRE: <https://www.descubre.cr/wp-content/uploads/2023/04/Ficha-Tecnica-Descubre-Curcuma-Mar23.pdf>

- Díaz, R., Delgado, A., y Páez, W. (Junio de 2016). Organizaciones de pequeños productores, certificaciones y competitividad: experiencia reciente en Costa Rica. *Revista Política Económica de la Universidad Nacional*. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de <http://www.revistas.una.ac.cr/>
- DREAM CANADÁ. (2017). *Población y Cultura en Canadá*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2023, de Dream Canadá: <https://www.xn--aoescolarencanada-fxb.es/estudiar-ingles-en-canada/poblacion-y-cultura-en-canada/#:~:text=La%20constituci%C3%B3n%20canadiense%20reconoce%20tres,cultura%20y%20creencias%20espirituales%20%C3%BAnicas>.
- EAE Business School. (2017). *Proceso de producción: en qué consiste y cómo se desarrolla*. Recuperado el 14 de Junio de 2023, de EAE Business School: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/proceso-de-produccion-como-desarrolla/#:~:text=Un%20proceso%20de%20producci%C3%B3n%20es%20el%20conjunto%20de%20actividades%20orientadas,la%20satisfacci%C3%B3n%20de%20la%20demanda>.
- Encalada, R., Peñaherrera, D., y Gonzalez, M. (2021). Los superalimentos como tendencia del mercado: Un análisis de las oportunidades para las empresas exportadoras. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de <file:///C:/Users/dcort/Downloads/1627-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8536-1-10-20210510.pdf>
- Espinach, M. (2018). ESTRATEGIA DE NEGOCIOS PARA EXPORTAR PRODUCTOS AGRÍCOLAS DESDE COSTA RICA. Recuperado el 22 de Mayo de 2023, de <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/2107>
- Esquivel , N., Ricardo, C., y Sibaja, K. (2022). Propuesta de un manual técnico de importación aduanera para la empresa Aeropost de la sucursal de El Roble de Puntarenas, que disminuya los inconvenientes a los usuarios con la compra de las mercancías en extranjero, para el periodo 2020-2021. *Repositorio Universidad Técnica Nacional*, 37. Recuperado el 1 de Noviembre de 2023, de Repositorio : <https://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/20.500.13077/800/PROPUESTA%20DE%20UN%20MANUAL%20TECNICO%20DE%20IMPORTACION.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Etzkowitz, H., y Loet, L. (1995). La triple hélice: relaciones universidad-industria-gobierno: un laboratorio para el desarrollo económico basado en el conocimiento. *Revisión de EASST* . Recuperado el 8 de Noviembre de 2023, de <https://ssrn.com/abstract=2480085>
- Fernandez, E. (26 de Febrero de 2017). *Canadá ofrece potencial para exportadores de Costa Rica*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2023, de EL FINANCIERO: <https://www.elfinancierocr.com/negocios/canada-ofrece-potencial-para-exportadores-de-costa-rica/KSBUWM3DX5FIJMB2KHSSZ3GDFQ/story/>
- Fernandez, L., García, L., Mejía, J., y Uscamayta, L. (2019). Estudio de la viabilidad de producción y distribución de miel con cúrcuma. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652767/Fern%c3%a1ndez\\_FL.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652767/Fern%c3%a1ndez_FL.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- François Le Coq, J., Sáenz, F., y Faure, G. (2014). *Globalización y desafíos para la pequeña agricultura en Costa Rica: experiencias de organización y generación de servicios para el acceso a mercados*. Heredia, Costa Rica: EUNA. Recuperado el 19 de Octubre de 2023, de <https://www.euna.una.ac.cr/index.php/EUNA/catalog/view/99/30/27>
- French, J., Montiel, K., y Palmieri, V. (Mayo de 2014). La innovación en la agricultura: un proceso clave para el desarrollo sostenible. *Instituto Interamerica de Cooperación para la Agricultura*. Recuperado el 25 de Octubre de 2023, de [https://www.redinnovagro.in/documentosinnov/Innovaci%C3%B3n\\_PP\\_es.pdf](https://www.redinnovagro.in/documentosinnov/Innovaci%C3%B3n_PP_es.pdf)
- García, D. (2022). El mercado de la alimentación en Canadá. *Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Toronto*. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de [https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/121/documentos/2022/12/estudio-de-mercado/RE\\_El%20mercado%20de%20la%20alimentaci%C3%B3n%20en%20Canada\\_2022.pdf](https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/121/documentos/2022/12/estudio-de-mercado/RE_El%20mercado%20de%20la%20alimentaci%C3%B3n%20en%20Canada_2022.pdf)
- Garita , L. (11 de Junio de 2018). Productores de la Zona Norte exportan cúrcuma y jengibre orgánico a Europa. Recuperado el 5 de Mayo de 2023, de <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2018/06/11/productores-de-la-zona-norte-exportan-curcuma-y-jengibre-organico-a-europa.html>
- Gobierno de Canadá. (21 de Diciembre de 2021). *Requisitos de importación*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2023, de Gobierno de Canadá: [https://airs-sari.inspection.gc.ca/airs\\_external/english/decisions-eng.aspx](https://airs-sari.inspection.gc.ca/airs_external/english/decisions-eng.aspx)

- Gobierno de Canadá. (29 de Diciembre de 2022). *Relaciones entre Canadá y Costa Rica*. Recuperado el 11 de Septiembre de 2023, de Gobierno de Canadá: [https://www.international.gc.ca/country-pays/costa\\_rica/relations.aspx?lang=spa](https://www.international.gc.ca/country-pays/costa_rica/relations.aspx?lang=spa)
- Gobierno de Canadá. (2023). *Consolidación Departamental del Arancel Aduanero 2023 de Canadá*. Gobierno de Canadá. Recuperado el 3 de Noviembre de 2023, de <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2023/01-99/01-99-2023-7-eng.pdf>
- González, M., y Blanco, M. (2022). Manual de capacitación 3: Agroindustria. *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*, 9. Recuperado el 25 de Octubre de 2023, de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/20745/BVE22088368e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Govaere, V. (2012). Desafíos del Comercio Exterior en Costa Rica. Recuperado el 30 de Mayo de 2021, de [https://www.uned.ac.cr/ocex/images/stories/academia\\_desafios\\_de\\_comercio.pdf](https://www.uned.ac.cr/ocex/images/stories/academia_desafios_de_comercio.pdf)
- Govaere, V. (2019). LA PARADOJA DE COSTA RICA (1984-2018): ÉXITO EXPORTADOR Y HETEROGENEIDAD ESTRUCTURAL. Recuperado el 22 de Mayo de 2023, de [file:///C:/Users/dcort/Downloads/rna\\_1984,+Art%C3%ADculo+05+RNA+2019.pdf](file:///C:/Users/dcort/Downloads/rna_1984,+Art%C3%ADculo+05+RNA+2019.pdf)
- Hernandez, R., y Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA. Recuperado el 9 de Junio de 2023
- Hidalgo, R. (2018). *Tendencias del comercio internacional de bienes, políticas comerciales y negociaciones multilaterales*. Recuperado el 26 de Mayo de 2023, de SCIELO: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842018000100009&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0252-85842018000100009&script=sci_arttext&tlng=en)
- Hotmart. (26 de Septiembre de 2022). *Valor agregado de un producto: definición y ejemplos de cómo generarlo*. Recuperado el 2 de Octubre de 2023, de Hotmart: <https://hotmart.com/es/blog/valor-agregado-de-un-producto>
- INEC. (23 de Marzo de 2023). *EXPORTACIONES COSTARRICENSES CRECEN 14,08% DURANTE 2022 CON RESPECTO A 2021*. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de INEC

- COSTA RICA: <https://inec.cr/noticias/exportaciones-costarricenses-crecen-1408-durante-2022-respecto-2021>
- ITC. (2022). International Trade Center. Recuperado el 28 de Mayo de 2023, de International Trade Center: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c091030%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c091030%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Jerez, J. (2011). Comercio Internacional. En J. Jerez, *Comercio Internacional* (págs. 271-272). Madrid, España: ESIC EDITORIAL. Recuperado el 26 de Mayo de 2023, de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=--j5URRcXuoC&oi=fnd&pg=PA267&dq=comercio+internacional&ots=ERhFr1v6yn&sig=\\_ywURgwWRQHT5wWy3CSP8PWZQ#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=--j5URRcXuoC&oi=fnd&pg=PA267&dq=comercio+internacional&ots=ERhFr1v6yn&sig=_ywURgwWRQHT5wWy3CSP8PWZQ#v=onepage&q=comercio%20internacional&f=false)
- Jimenez, D. (2022). *Que son las oportunidades, ejemplos y estrategias para manejarlas*. Recuperado el 14 de Junio de 2023, de Pymes y Calidad: <https://www.pymesycalidad20.com/que-son-las-oportunidades-ejemplos-y-estrategias-para-manejarlas.html>
- Jimenez, F. (2019). “Alternativas de encadenamiento productivo para fomentar el valor agregado en la producción de maíz en la Región Sur de Costa Rica”. Recuperado el 29 de Mayo de 2023, de <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/22581/Alternativas%20de%20encadenamiento%20productivo%20para%20fomentar%20el%20valor%20agregado%20en%20la%20producci%3%b3n%20de%20ma%3%adz%20en%20la%20Regi%3%b3n%20Sur%20de%20Costa%20Rica.pdf?sequenc>
- Kjöllerström , M. (Mayo de 2004). Competitividad del sector agrícola y pobreza rural: el papel del gasto público en América Latina. *CEPAL*. Recuperado el 27 de Octubre de 2023, de CEPAL: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/541a2b3f-8eb5-46da-976c-139a20737c18/content>
- Leitón. (11 de Julio de 2020). Caracterización de la comercialización Internacional de mora, cúrcuma y subproductos de yuca. 4. Recuperado el 11 de Mayo de 2023, de <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Manual-de-siembra-curcuma.pdf>

- León , E. (30 de Septiembre de 2023). *Agricultores claman por ayuda tecnica mientras instituciones carecen de personal para darla*. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de SEMANARIO UNIVERSIDAD: <https://semanariouniversidad.com/pais/agricultores-claman-por-ayuda-tecnica-mientras-instituciones-carecen-de-personal-para-darla/>
- Linares, G. (2005). Análisis del potencial exportador, selección de un mercado potencial y estrategia de penetración para comercializar miel pura. *Universidad Empresarial Siglo 21*, 14. Recuperado el 24 de Octubre de 2023, de <https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/12105/TGF%20%20Linares.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- López, J. (1 de Septiembre de 2021). *Valor añadido*. Recuperado el 22 de Agosto de 2023, de ECONOMIPEDIA: <https://economipedia.com/definiciones/valor-anadido.html>
- Ludeña, J. (1 de Mayo de 2021). *Proceso de exportación*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de ECONOMIPEDIA: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-de-exportacion.html>
- Luna, A., Muhlig, C., Paredes, A., y Vílchez, M. (2021). PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NACHOS CON CÚRCUMA Y SALSAS. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d42ac25f-9b19-4c3b-a5eb-5c4e526c5112/content>
- Malesic, V. (Abril de 2017). *Jengibre ecológico y cúrcuma ecológica de Costa Rica*. Recuperado el 16 de Mayo de 2023, de BioTropic: <https://www.biotropic.com/index.php/es/temas-actuales/291-bio-ingwer-und-bio-kurkuma-aus-costa-rica-es>
- Malesic, V. (Enero de 2021). *Inicio de la temporada del jengibre y la cúrcuma de Costa Rica*. Recuperado el 5 de Junio de 2023, de BioTropic: <https://www.biotropic.com/index.php/es/temas-actuales/764-jengibre-curcuma-costa-rica>
- Martinez, A. (26 de Octubre de 2020). *Costa Rica lanza plan para fortalecer el desarrollo de la agricultura familiar*. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de DELFINO: <https://delfino.cr/2020/10/costa-rica-lanza-plan-para-fortalecer-el-desarrollo-de-la-agricultura-familiar>
- Martínez, R. (6 de Junio de 2008). Sistemas de producción agrícola sostenible. *Tecnología en Marcha*. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de Dialnet- [SistemasDeProduccionAgricolaSostenible-4835851.pdf](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4835851)

- Martinón, R. (2020). Norma internacional. *Revista en Cultura de la Legalidad*. Recuperado el 20 de Octubre de 2023, de <https://doi.org/10.20318/eunomia.2020.5277>
- Merca2.0. (2017). *¿Qué es valor agregado y cómo lo usan las empresas?* Recuperado el 20 de Junio de 2023, de Merca2.0: <https://www.merca20.com/que-es-valor-agregado-y-como-lo-usan-las-empresas/>
- Minervini, N. (2016). *Ingeniería de la exportación*. Madrid, España: FC EDITORIAL . Recuperado el 16 de Septiembre de 2023, de [https://books.google.co.cr/books?id=77InDQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb\\_s\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=77InDQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica. (Septiembre de 2021). *SECTORES AGROALIMENTARIO Y PESQUERO: ANALISIS DEL COMERCIO EXTERIOR DE COSTA RICA*. Recuperado el 28 de Mayo de 2023, de Subdirección General de Relaciones Internacionales: [https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/ministerio-exterior/america-central-caribe/fichacomercexterior\\_cr\\_tcm30-85198.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/ministerio-exterior/america-central-caribe/fichacomercexterior_cr_tcm30-85198.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior. (2019). *TLC entre el Gobierno de la Republica de Costa Rica y el Gobierno de Canadá*. Recuperado el 9 de Septiembre de 2023, de Ministerio de Comercio Exterior: <https://www.comex.go.cr/tratados/canada/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2022). *Análisis sobre la evolución del Comercio Exterior e IED en Costa Rica: En 2021*. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de Ministerio de Comercio Exterior: <file:///C:/Users/dcort/Downloads/ana-lisis-sobre-la-evolucion-del-comercio-exterior-e-ied-en-costa-rica-2021.pdf>
- Molina, T. (2018). Tendencias del consumidor hacia productos orgánicos. *PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA*, 34. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/39805/Tatiana%20Molina%20Ospina%20tesis.pdf?sequence=3&isAllowed=y#:~:text=La%20tendencia%20de%20consumo%20hacia%20productos%20org%C3%A1nicos%20est%C3%A1%20dada%20por,una%20agricultura%20libre%20d>
- Mondragón, V. (2016). *Una mirada al mercado canadiense*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2023, de DIARIO DEL EXPORTADOR: <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/una-mirada-al-mercado-canadiense.html>

- Monge, R. (29 de Noviembre de 2022). *La agricultura y agroindustria como sectores claves para una transformación estructural vertical: Dando el salto al desarrollo*. Recuperado el 29 de Octubre de 2023, de ACADEMIA DE CENTROAMERICA: <https://www.academiaca.or.cr/opinion/la-agricultura-y-agroindustria-como-sectores-claves-para-una-transformacion-estructural-vertical-dando-el-salto-al-desarrollo/>
- Montes, J. (1 de Marzo de 2020). *Exportación*. Recuperado el 20 de Octubre de 2023, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Mora, Y., Molina, E., Corrales, S., y Garro, O. (23 de Mayo de 2023). *Comercio Exterior de Costa Rica (enero-febrero 2023)*. Recuperado el 22 de Octubre de 2023, de Observatorio de la Política Internacional de la Universidad de Costa Rica: <https://opi.ucr.ac.cr/node/1949>
- Morera, J. (2000). AGRICULTURA, RECURSOS NATURALES, MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN COSTA RICA. *AGRONOMÍA MESOAMERICANA*. Recuperado el 23 de Octubre de 2023, de Minis: [https://www.mag.go.cr/rev\\_meso/v11n01\\_179.pdf](https://www.mag.go.cr/rev_meso/v11n01_179.pdf)
- Murillo, A. (24 de Septiembre de 2019). *El agro en crisis: una tormenta que podría cambiar el terreno*. Recuperado el 27 de Octubre de 2023, de SEMANARIO UNIVERSIDAD: <https://semanariouniversidad.com/pais/el-agro-en-crisis-una-tormenta-que-podria-cambiar-el-terreno/>
- Noatum Logistics. (2022). *¿Cuáles son las etapas del proceso de exportación?* Recuperado el 14 de Junio de 2023, de Noatum Logistics: <https://www.noatumlogistics.com/es/cuales-son-las-etapas-del-proceso-de-exportacion/#:~:text=El%20proceso%20de%20exportaci%C3%B3n%20es,el%20que%20desempe%C3%B1a%20su%20actividad.>
- Núñez, J. (2019). EXPORTACIÓN DE LA CÚRCUMA EN POLVO PARA USO MEDICINAL DESDE LIMA PERÚ 2019 AL MERCADO HOLANDÉS - ROTTERDAM. Recuperado el Mayo de 5 de 2023, de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7084/n%3%ba%3%bl%3%e%3%z%3%\\_c%3%j%3%ll.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7084/n%3%ba%3%bl%3%e%3%z%3%_c%3%j%3%ll.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Núñez, S. (Febrero de 2018). *Oportunidades globales hacia emprendimiento de alto valor en Costa Rica*. Recuperado el 5 de Junio de 2023, de Universidad de Costa Rica: <https://kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/74612/Oportunidades%20globales%20hac>

ia%20emprendimiento%20de%20alto%20valor%20en%20CR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Parada Gómez, A. M. (2011). EL COMERCIO INTERNACIONAL UN INSTRUMENTO PARA ALCANZAR EL DESARROLLO EN COSTA RICA. *Economía & Sociedad*, 129-130. Recuperado el 24 de Febrero de 2021, de <http://www.revistas.una.ac.cr/economia>
- Parra, M., Inzunza, F., Solano, C., Guadarrama, C., y Zizumbo, D. (1986). EL PROCESO DE PRODUCCION AGRICOLA. *BOLETIN E.C.A.U.D.Y.*, 3. Recuperado el 19 de Octubre de 2023, de [https://cicy.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1003/1659/1/1986\\_Parra\\_Proceso.pdf](https://cicy.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1003/1659/1/1986_Parra_Proceso.pdf)
- Pérez, C., y Farah, E. (12 de Diciembre de 2022). Infecciones, curcumina y 8PP: educación y divulgación científica en laboratorios escolares. *Revista Educación de la Universidad de Costa Rica*, 4. Recuperado el 24 de Octubre de 2023, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44072432024>
- Pinter, J. (4 de Febrero de 2010). *Costa Rica, ¿verde y feliz?* Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de [BBC NEWS: https://www.bbc.com/mundo/america\\_latina/2010/02/100204\\_costa\\_rica\\_elecciones\\_felicidad](https://www.bbc.com/mundo/america_latina/2010/02/100204_costa_rica_elecciones_felicidad)
- PROCOMER. (2016). *GUÍA INFORMATIVA SOBRE TEMAS DE COMERCIO EXTERIOR*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2023, de PROCOMER: [https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia\\_informativa\\_sobre\\_temas\\_de\\_comercio\\_exterior2020-03-17\\_17-54-02.pdf](https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Materiales/guia_informativa_sobre_temas_de_comercio_exterior2020-03-17_17-54-02.pdf)
- PROCOMER. (3 de Octubre de 2017). *CRECE POPULARIDAD DE LA CÚRCUMA COMO INGREDIENTE*. Recuperado el 6 de Junio de 2023, de PROCOMER: [https://www.procomer.com/alertas\\_comerciales/crece-popularidad-de-la-curcuma-como-ingrediente/](https://www.procomer.com/alertas_comerciales/crece-popularidad-de-la-curcuma-como-ingrediente/)
- PROCOMER. (3 de Octubre de 2017). *CRECE POPULARIDAD DE LA CÚRCUMA COMO INGREDIENTE*. Recuperado el 3 de Octubre de 2023, de PROCOMER: [https://www.procomer.com/alertas\\_comerciales/crece-popularidad-de-la-curcuma-como-ingrediente/](https://www.procomer.com/alertas_comerciales/crece-popularidad-de-la-curcuma-como-ingrediente/)

- PROCOMER. (2018). *COSECHA DE CÚRCUMA*. Recuperado el 26 de Octubre de 2023, de PROCOMER: <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Manual-de-cosecha-curcuma.pdf>
- PROCOMER. (2018). *MANUAL TÉCNICO POSCOSECHA DE CÚRCUMA*. Recuperado el 6 de Junio de 2023, de PROCOMER: <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Manual-de-poscosecha-curcuma.pdf>
- PROCOMER. (1 de Noviembre de 2019). *COOPEASSA R.L.* Recuperado el 3 de Junio de 2023, de PROCOMER: <https://fb.watch/kXNvtVEsHR/>
- PROCOMER. (30 de Septiembre de 2019). *INUNDACIONES IMPACTAN LA PRODUCCIÓN DE CÚRCUMA EN INDIA*. Recuperado el 5 de Junio de 2023, de PROCOMER: [https://www.procomer.com/alertas\\_comerciales/exportador-alerta/inundaciones-impactan-la-produccion-de-curcuma-en-india/](https://www.procomer.com/alertas_comerciales/exportador-alerta/inundaciones-impactan-la-produccion-de-curcuma-en-india/)
- PROCOMER. (2020). *ACUERDOS COMERCIALES*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2023, de PROCOMER: <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Acuerdos-comerciales.pdf>
- PROCOMER. (2020). *MANUAL TÉCNICO SIEMBRA DE CÚRCUMA*. Recuperado el 23 de Octubre de 2023, de PROCOMER: <https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Manual-de-siembra-curcuma.pdf>
- PROCOMER. (11 de Junio de 2020). *MORA, CÚRCUMA Y SUBPRODUCTOS DE YUCA CON OPORTUNIDADES PARA LA DIVERSIFICACIÓN DEL SECTOR AGROALIMENTARIO COSTARRICENSE*. Recuperado el 16 de Mayo de 2023, de PROCOMER: <https://www.procomer.com/noticia/exportador-noticia/mora-curcuma-y-subproductos-de-yuca-con-oportunidades-para-la-diversificacion-del-sector-agroalimentario-costarricense/>
- PROCOMER. (3 de Octubre de 2022). *PEQUEÑOS PRODUCTORES DE PAPAYA Y CÚRCUMA RECIBIRÁN FONDOS NO REEMBOLSABLES EN LA II EDICIÓN DEL PROGRAMA DE PROVEEDORES*. Recuperado el 4 de Junio de 2023, de PROCOMER: <https://www.procomer.com/noticia/exportador-noticia/pequenos-productores-de-papaya-y-curcuma-recibiran-fondos-no-reembolsables-en-la-ii-edicion-del-programa-de-proveedores/#:~:text=%E2%86%B5ENTER-,%20Peque%C3%B1os%20productores%20de%20papaya%20y%20c%C3%BArcu>

- PROMPERÚ. (2005). *Nuevos productos y tendencias de consumo de productos orgánicos en Canadá*. Recuperado el 08 de Noviembre de 2023, de PROMPERÚ: <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/25598.pdf>
- Pursell, S. (29 de Noviembre de 2021). *Oportunidades de una empresa: qué son y cómo encontrarlas*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2023, de HUBSPOT: <https://blog.hubspot.es/marketing/oportunidades-de-una-empresa>
- Quesada, J. (27 de Junio de 2019). *¿Cómo mejorar la productividad agrícola a través de la transferencia tecnológica?* Recuperado el 29 de Octubre de 2023, de HOY EN EL TEC: <https://www.tec.ac.cr/hoyeneltec/2019/06/27/mejorar-productividad-agricola-traves-transferencia-tecnologica>
- Ramirez, N. (2021). *Estrategias de marketing y exportación de Cúrcuma en polvo de los productores de Junín al mercado Canadiense, 2018 - 2020*. Recuperado el 20 de Mayo de 2023, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81989/Ramirez\\_BNY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81989/Ramirez_BNY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rojas, J. (Febrero de 2013). *Productos de valor agregado. ready2eatconsulting*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2023, de [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24503w/oportunidades\\_de\\_mercado\\_para\\_el\\_valor\\_agregado\\_febrero\\_2013.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24503w/oportunidades_de_mercado_para_el_valor_agregado_febrero_2013.pdf)
- Rojas, P., y Sepulveda, S. (1999). *¿Qué es la competitividad?* Recuperado el 21 de Octubre de 2023, de IICA: <http://repiica.iica.int/docs/B0193e/B0193e.pdf>
- Roma, R. (22 de Enero de 2022). *LA EVOLUCIÓN DE LOS SABERES BIOCULTURALES CAMPESINOS EN LA LLANURA DE LOS GUATUSO, COSTA RICA*. Recuperado el 3 de Junio de 2023, de Asociación Etnobiologica Mexicana A.C., (AEM): <https://www.revistaetnobiologia.mx/index.php/etno/article/view/373/439>
- Ruiz, H. (2012). *Algunos datos relevantes del Comercio Exterior de Costa Rica*. Recuperado el 25 de Febrero de 2021, de <https://www.uned.ac.cr/ocex/images/stories/boletines/Comercio%20Exterior%20de%20C R%20por%20HRH.pdf>
- Saiz, P. (2015). *Cúrcuma I (Curcuma longa L.)*. Recuperado el 28 de Mayo de 2023

- Salido, J., Herrera, D., Garry, S., García, L., y Vélez, D. (2018). Incorporación de valor agregado en la cadena de valor de papaya en el Pacífico Central, Costa Rica. Recuperado el 29 de Mayo de 2023, de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42284/S1701037\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42284/S1701037_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- SALUS. (12 de Julio de 2021). *LA CÚRCUMA Y SUS BENEFICIOS PARA TU SALUD*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2023, de SALUS: <https://saluspr.com/la-curcuma-y-sus-beneficios-para-tu-salud/>
- Sánchez, J., Tapia, L., García, M., & Ocaranza, E. (2022). Compuestos Curcuminoides Una Posible Solución Natural Para Tratar El Cáncer. *Revista Frontera Biotecnologica*. Recuperado el 28 de Octubre de 2023, de <https://www.revistafronterabiotecnologica.cibatlaxcala.ipn.mx/volumen/vol22/pdf/vol-22-4.pdf>
- Saurez, J. (21 de Agosto de 2010). *La burocracia que todo lo dificulta en Costa Rica*. Recuperado el 27 de Octubre de 2023, de La Republica.net: [https://www.larepublica.net/noticia/la\\_burocracia\\_que\\_todo\\_lo\\_dificulta\\_en\\_costa\\_rica](https://www.larepublica.net/noticia/la_burocracia_que_todo_lo_dificulta_en_costa_rica)
- Solano, G. (30 de Junio de 2013). USO DE LA RESONANCIA MAGNÉTICA NUCLEAR PARA LA DETERMINACIÓN DE CURCUMINOIDES EN CÚRCUMA Y CURRY PRODUCIDOS Y VENDIDOS EN COSTA RICA. Recuperado el 05 de Mayo de 2023, de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/cienciaytecnologia/article/view/15208/14513>
- Subdireccion General de Relaciones Internacionales y Asuntos Comunitarios de España. (26 de Septiembre de 2019). El mercado canadiense de productos de consumo. *Noticias del exterior*. Recuperado el 05 de Septiembre de 2023, de [https://www.mapa.gob.es/images/es/\\_bne43319canadah-comi-e\\_tcm30-513599.pdf](https://www.mapa.gob.es/images/es/_bne43319canadah-comi-e_tcm30-513599.pdf)
- Suler, S. (12 de Mayo de 2022). *La cúrcuma ecológica de Costa Rica disfruta de una demanda creciente, sobre todo por su buena vida útil*. Recuperado el 4 de Junio de 2023, de BioTropic: <https://www.freshplaza.es/article/9426508/la-curcuma-ecologica-de-costarica-disfruta-de-una-demanda-creciente-sobre-todo-por-su-buena-vida-util/>
- Ulloa, E. (Abril de 2020). *CARACTERIZACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE MORA, CÚRCUMA Y SUB PRODUCTOS DE YUCA*. Recuperado el 16 de Mayo de 2023, de PROCOMER:

- <http://sistemas.procomer.go.cr/DocsSEM/009C1885-9099-4D2F-8AC7-1CF6845B4E87.pdf>
- Umaña, P. (16 de Mayo de 2020). *Financiamiento, tecnologías y cambio climático: parte de los retos que enfrenta a diario el sector agrícola*. Recuperado el 27 de Octubre de 2023, de EL OBSERVADOR: <https://observador.cr/financiamiento-tecnologias-y-cambio-climatico-parte-de-los-retos-que-enfrenta-a-diario-el-sector-agricola/>
- Valderrama, J., Verján, R., y Ramírez, M. (2011). LA PRODUCCION Y EL MARKETING DEL VINO: ANALISIS DE LAS TENDENCIAS MUNDIALES Y SUS POSIBILIDADES DE APLICACIÓN A CONTEXTOS LOCALES. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 956. Recuperado el 23 de Octubre de 2023, de [https://www.researchgate.net/profile/Blanca-Garcia-Rivera/publication/265551965\\_ESTUDIO\\_EXPLORATORIO\\_DEL\\_SINDROME\\_DE\\_BURNOUT\\_EN\\_UNA\\_INSTITUCION\\_DE\\_EDUCACION\\_SUPERIOR\\_MEXICANA\\_USANDO\\_LA\\_ESCALA\\_DE\\_MASLACH/links/5411de080cf2788c4b354e5c/ESTUDIO-EXPLORATORIO-](https://www.researchgate.net/profile/Blanca-Garcia-Rivera/publication/265551965_ESTUDIO_EXPLORATORIO_DEL_SINDROME_DE_BURNOUT_EN_UNA_INSTITUCION_DE_EDUCACION_SUPERIOR_MEXICANA_USANDO_LA_ESCALA_DE_MASLACH/links/5411de080cf2788c4b354e5c/ESTUDIO-EXPLORATORIO-)
- Varela, I., y Soto, B. (2019). Aislamiento de Extractos de Jengibre y Cúrcuma Orgánicos Obtenidos por los Métodos de Fluidos Supercríticos (FSC) y Arrastre con Vapor para uso Medicinal y Alimenticio, Aplicando el Concepto de Producción más Limpia. Recuperado el 22 de Mayo de 2023, de [https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/14299/PI35\\_BIB276109\\_Aislamiento\\_de\\_extractos....pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/14299/PI35_BIB276109_Aislamiento_de_extractos....pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vértiz, M. (2018). EXPORTACIÓN DE CÚRCUMA FRESCA ORGÁNICA HACIA ROTTERDAM, PAÍSES BAJOS. Recuperado el 21 de Mayo de 2023, de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5460/vertiz\\_gdm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5460/vertiz_gdm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vilar , J., Stahnke, W., y Núñez, S. (Enero de 2004). *Sistemas de gestión de la calidad en el sector agroalimentario*. Recuperado el 22 de Octubre de 2023, de SCIELO: [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1316-03542004000100007](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542004000100007)
- Villasuso, J. M. (11 de Agosto de 2009). El comercio exterior costarricense. *LA REPUBLICA*. Recuperado el 22 de Octubre de 2023, de <https://www.larepublica.net/noticia/el-comercio-exterior-costarricense->



## Apéndice

### Apéndice A: Cuestionario utilizado en la investigación

1. ¿Cuál es el proceso de producción de la cúrcuma?
2. ¿Cuáles son los principales retos a la hora de producir cúrcuma?
3. ¿Cuál es el proceso de exportación de la cúrcuma?
4. ¿Cuáles son los principales retos, a la hora de comercializar cúrcuma?
5. ¿Qué características debe tener un mercado potencial para comercializar cúrcuma?
6. ¿Cuáles son los principales factores diferenciadores, que se pueden identificar para la comercialización de cúrcuma costarricense?
7. ¿Cuál es la principal oportunidad que tiene la cúrcuma costarricense para ingresar a Canadá?
8. ¿Por qué las certificaciones de un producto son importantes a nivel internacional? ¿La cúrcuma cuenta o podría contar con algunas certificaciones?
9. ¿Cuenta el sector productor de cúrcuma con el apoyo de organizaciones e instituciones nacionales, ya sea en temas de producción, estrategias de posicionamiento o de exportación?
10. ¿Cuáles productos elaborados a base de cúrcuma conoce?
11. ¿Cuál es el potencial comercializador de los productos a base de cúrcuma para mejorar la competitividad del sector?

12. Mencione una razón viable para que el público meta, consuma los productos a base de cúrcuma, teniendo en cuenta la relación producto-costo final.

13. ¿Cuál es el mayor valor agregado que se le puede dar a la cúrcuma?