

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS
VICERECTORÍA ACADÉMICA**

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**COMERCIALIZACIÓN DE LA COPA MENSTRUAL EN EL
MERCADO COSTARRICENSE COMO MEDIDA
ECOSOSTENIBLE PERIODO II SEMESTRE 2020**

**MODALIDAD DE TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN
COMERCIO INTERNACIONAL**

Shamila Lara Hidalgo

**TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN:
PABLO JULIÁN ARIAS VARELA**

SEDE ARANJUEZ

ABRIL, 2021

III. Índice de Contenido

I.	Declaración jurada	I
II.	Carta de revisión del filólogo	II
III.	Índice de Contenido	III
IV.	Tabla de figuras	VIII
V.	Tabla de Cuadros.....	IX
VI.	Resumen Ejecutivo.....	X
VII.	Dedicatoria.....	XI
VIII.	Agradecimientos	XII
	CAPÍTULO I: PROBLEMA.....	1
	Planteamiento del Problema de la Investigación.....	1
	Objetivos de la Investigación	3
	Objetivo General	3
	Objetivos Específicos.....	3
	Justificación de la investigación.....	3
	Antecedentes de la investigación	4
	Proyecciones de la Investigación	11
	CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	12
	Alternativas Ecológicas de Comercialización.....	12
	Mercado sostenible.....	12
	Eco-innovación:	13
	Comercialización de productos ecológicos.	14
	Registro Sanitario.....	15
	Nota técnica 57 Ministerio de Salud	18
	Formulario de Autorización de Desalmacenaje	20

Tecnología de Información para el Control Aduanero.....	20
Copa menstrual.....	21
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	25
Enfoque de la Investigación	25
Diseño de la Investigación	25
Fuentes de Información.....	26
Fuentes primarias	26
Fuentes secundarias.....	27
Muestra.....	27
Unidad de Análisis	29
Importación de copa menstrual	30
Estrategia de comercialización.....	31
Instrumentos utilizados en la investigación	33
Entrevistas	33
Cuestionario	33
Proceso de recolección y análisis de datos.....	34
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS	36
Unidad de Análisis I: Importación de la Copa Menstrual.....	38
Categoría 1: Proceso de importación	38
Descripción.....	38
Análisis.....	39
Categoría 2: Apoyo de intermediarios	40
Descripción.....	40
Análisis.....	41
Categoría 3: Convenios Ambientales.....	42

Descripción.....	42
Análisis.....	43
Categoría 4: Cumplimiento de requisitos.....	45
Descripción.....	45
Análisis.....	45
Categoría 5: Mercado meta	47
Descripción.....	47
Análisis.....	48
Unidad de Análisis II: Estrategias de comercialización.....	49
Categoría 1: Alianzas estratégicas.....	50
Descripción.....	50
Análisis.....	51
Categoría 2: Potenciales puntos de venta.....	52
Descripción.....	52
Análisis.....	52
Categoría 3: Buenas prácticas	54
Descripción.....	54
Análisis.....	55
Categoría 4: Responsabilidad social	56
Descripción.....	56
Análisis.....	57
Categoría 5: Educación al consumidor.....	57
Descripción.....	57
Análisis.....	58
Categoría 6: Productos amigables con el ambiente.....	59

Descripción.....	59
Análisis.....	60
Categoría 7: Posicionamiento del producto	61
Descripción.....	61
Análisis.....	61
Categoría 8: Beneficios económicos a largo plazo	62
Descripción.....	62
Análisis.....	63
Categoría 9: Producto de interés sanitario.....	63
Descripción.....	63
Análisis.....	64
Categoría 10: Trazabilidad de residuos.....	65
Descripción.....	65
Análisis.....	66
Interpretación de Datos	67
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
Conclusiones	69
Recomendaciones.....	72
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	74
Introducción	74
Objetivos de la propuesta	75
Objetivo general	75
Objetivos específicos.....	75
REFERENCIAS	76
APÉNDICES DE LA INVESTIGACIÓN	81

Apéndice A: Cuestionario Utilizado en la Investigación81

IV. Tabla de figuras

FIGURA 1. SOLICITUD REGISTRO SANITARIO COPA MENSTRUAL ME LUNA. (LA GACETA,2020)	16
FIGURA 2. ALCANCES DEL MANUAL MHM (ONG WASH UNITED, 2018)	23

V. Tabla de Cuadros

TABLA 1. MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	28
TABLA 2. MATRIZ DE CODIFICACIÓN: INVESTIGACIONES CON ENFOQUE CUALITATIVO	29
TABLA 3. UNIDADES Y CATEGORÍAS DE ANÁLISIS.....	37

VI. Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación se planteó el tema de *Comercialización de la Copa Menstrual en el Mercado Costarricense como Medida Ecosostenible Periodo II Semestre 2020*. Dicho tema de investigación se desarrolló utilizando un enfoque cualitativo y un diseño de investigación llamado plan-acción, debido a que se plantea una alternativa ecológica como sustituto de los productos de absorción de un solo uso.

Esta investigación surge a partir de la pregunta ¿Cómo se da la comercialización de la copa menstrual en el mercado costarricense, como medida ecosostenible en el periodo II semestre 2020? Lo anterior con el propósito de responder por qué estos productos no son tan comercializados en el mercado costarricense y conocer la causa del porqué son desconocidos para una importante parte de la población. Se aplicará al personal encargado una encuesta se le aplicaría a personal encargado de importaciones definitivas de la empresa multinacional Federal Express, Agentes de la empresa de operaciones Tical, comercializadores nacionales de la copa menstrual y agentes del Ministerio de Salud.

Con el fin de que esta investigación sea importante y novedosa en el campo de los productos ecosostenibles, se plantearon los objetivos que funcionan como pilares para las unidades de análisis; gracias a la colaboración de una población de diez personas a las cuales. Se planea investigar algunas de las unidades de estudio como las importaciones de las copas menstruales, dentro del territorio aduanero costarricense, cuyo objetivo es determinar las estrategias que pueden mejorar el posicionamiento y promoción de los mismos, y, asimismo, elaborar la implementación de un manual de buenas prácticas que contribuya a disminuir la contaminación y las emisiones de carbonos.

VII. Dedicatoria

En primera instancia a Dios por ser siempre mi guía permanente y fiel; a mis familiares y amigos cercanos, quienes han sido un excelente y oportuno apoyo en mi vida académica.

También quiero agradecer a todas las personas que estuvieron conmigo y creyeron más en mí, incluso, más que yo. Gracias por acompañarme desde el día uno, hasta el final.

A todos, mil gracias.

VIII. Agradecimientos

Le agradezco en primera instancia a Dios, que a pesar de las adversidades presentadas nunca me desamparó, por darme siempre las fuerzas para continuar.

Le agradezco a los profesores que más que profesores, fueron personas que dieron un valor agregado intangible, que nadie me podrá quitar, por la paciencia, los consejos y observaciones que me brindaron.

Agradezco al profesor Julián Arias Varela, quien es un gran ser humano; a quien le tengo una gran admiración. Gracias por todo el apoyo y compromiso a mis expectativas académicas y, sobre todo, por haber aceptado ser mi tutor

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Planteamiento del Problema de la Investigación

Los productos destinados a la higiene femenina, tales como toallas femeninas, tampones, compresas, entre otros, han sido un tema de interés a través de los periodos históricos; estos productos han sufrido cambios en su anatomía, aplicación y características físicas a través del paso del tiempo; sin embargo, en el tema de la menstruación, siempre ha existido un tabú que afecta la fluida comunicación, según el proyecto de investigación e impacto social y cultural de la menstruación en Ecuador (Castillo, 2018), se explican que el condicionamiento de tipo social que ha imposibilitado la finalidad de transmitir datos informativos acerca del tema.

Con miras a satisfacer necesidades que implican el consumo de productos para un grupo determinado, en este caso “mujeres”, con el uso de artículos como toallas de tela lavables, toallas absorbentes de un solo uso o bien tampones u otros productos de higiene personal; todos estos han presentado cambios físicos como, por ejemplo: presentación, longitudes, grosores, colores entre otros. A modo de estrategia de venta comercial y de consumo que aporte a la mujer comodidad, tranquilidad y seguridad; se ignora el hecho de que estos productos fabricados de plástico, algodón, fibra de madera y productos químicos, terminan como desechos que tardarán años en descomponerse, cuando se lanzan a la tierra o vertederos de las aguas.

La copa menstrual o copa vaginal es un producto de higiene femenina, elaborado de silicón quirúrgico grado médico, reutilizable, de larga duración, resulta ser un pequeño recipiente de material flexible que almacena el fluido para vaciar su posterior contenido; el cual resulta ser muy amigable con el medio ambiente. En Costa Rica surge el problema de que la copa menstrual no es muy conocida por las mujeres, debido a este antecedente, nace la necesidad de incursionar este producto menstrual como una nueva alternativa al de las conocidas compresas, toallas femeninas; adicionalmente, el propósito es mitigar la generación de residuos sanitarios, en la medida de lo posible.

Por otra parte, se hace hincapié al daño ambiental presentado en la actualidad en la comercialización de las toallas íntimas, ya que se estima que estos productos pueden tardar hasta 500 años en descomponer por completo sus materiales; sin dejar de lado que estos productos

contienen insumos químicos que pueden causar daños en el aparato reproductivo de la mujer a la hora de utilizarse, ya que tienen contacto directo con la piel.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018), se indica que la edad reproductiva de la mujer ronda entre los 15 a los 44 años; ente este rango no se incluyó la adolescencia temprana, en la cual la menstruación se puede presentar en niñas a partir de los 10 años de edad, dependiendo de cada cuerpo, por otra parte, a cada mujer le llega una etapa en la cual deja de producir hormonas reproductivas y se suspende el periodo menstrual; esto suele suceder entre los 45 y los 55 años de edad.

Dicho lo anterior, se enfatiza el problema que existe en la comercialización de la copa menstrual en el país, debido a que no es un bien que se pueda conseguir en muchos puntos de venta en Costa Rica; por otra parte, la copa menstrual no fue hasta el 9 de diciembre del año 2019 que se logró conseguir su primer aval y registro sanitario por parte del Ministerio de Salud. También, existe la delimitación en el producto debido a que no es un muy conocido en el mercado costarricense; asimismo, en el 2020 se declaró la emergencia nacional debido a la pandemia presentada a nivel mundial que ha afectado la expansión y promoción de dicho bien.

Una vez descrito todo lo anterior, se hace necesario plantear la siguiente pregunta que orienta nuestra investigación, y dice de la siguiente forma: ¿Cómo se da la comercialización de la copa menstrual en el mercado costarricense, como medida ecosostenible en el periodo II semestre 2020?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Estudiar la comercialización de la copa menstrual en el mercado costarricense, como medida ecosostenible en el periodo II semestre 2020.

Objetivos Específicos

Determinar el proceso que conlleva la importación de la copa menstrual en Costa Rica.

Investigar y detallar las estrategias de comercialización que usan las empresas en el mercado doméstico.

Proponer un manual de buenas prácticas de comercialización en el mercado costarricense.

Justificación de la investigación

Cada vez son más las personas conscientes del consumo sostenible y de reducir la huella ecológica, ser prudente ante los temas ambientales a raíz del consumo en las sociedades modernas, permite la comprensión y el análisis de alternativas más ecológicas en aras de ofrecer información precisa y de gran utilidad para las familias, empresas, sociedad, entre otros; considerando las posibles barreras que imposibilitan la adquisición o compra de bienes que sean amigables con el medio ambiente.

La deuda ecológica en la industria debe ser mitigada; el sector comercial y los ámbitos sociales deben conocer más los daños posteriores al consumismo de algunos productos sobre la tierra, conocer las consecuencias del derroche en la globalización sin tener en cuenta el perjuicio que representan; Sustainability Supply Chain Management, SSCO, indica que los procesos de la gerencia de la cadena de abastecimiento verde, contribuyen a reducir el daño al medio ambiente y mejora los acuerdos de nivel de servicio de las organizaciones (Signori, 2015).

Con la presente investigación se pretende divulgar y extender información a los consumidores, que consideren satisfacer sus necesidades consumiendo productos con mayor conciencia ambiental, explorando el mercado ecológico. Por otra parte, se debe fomentar como de interés colectivo que la contaminación y las afectaciones causadas por la emisión de desechos en

los consumidores, son temas de gran interés, resaltando que, como resultado de la actividad humana, siempre se ha encontrado la contaminación.

Entre otras razones, en el presente trabajo investigativo se encuentra la necesidad de comunicar la repercusión ambiental de algunos de los artículos sanitarios habituales en las mujeres, donde se hace hincapié específicamente en los productos como toallas sanitarias, tampones, protectores, entre otros, mismos que pueden tardar hasta 500 años en biodegradarse por completo, y que puede ser un producto de gran demanda y de uso común en las familias costarricenses, se pretende educar acerca del uso de algunas de las nuevas tecnologías sostenibles.

El uso de la copa menstrual representa una gran ventaja al analizar su costo beneficio, ya que es un bien que no se necesitaría adquirir recurrentemente a diferencia de las toallas sanitarias; este artículo a base de silicona quirúrgica, con sus correctos cuidados podría ser reutilizado hasta por una década, sin que haya riesgo de complicación como un Síndrome de Shock Tóxico, al usarse.

Antecedentes de la investigación

La Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) busca que por medio de la plataforma de Crecimiento Verde se fomenten los procesos de producción de las empresas exportadoras, con el propósito de potencializar la sostenibilidad ambiental; mediante “capital semilla”, en otras palabras, fondos no reembolsables, se les brinda la oportunidad a las micro, pequeñas y medianas empresas pertenecientes a los sectores económicos, enfocados a la industria alimentaria o de servicios a que participen en la transformación productiva verde para que estimulen con sus potenciales proyectos, exportar en mercados con perspectivas ambientales. (PROCOMER, 2020)

En lo que respecta al programa, se busca alcanzar la eficiencia energética, reducción de emisiones, gestión integrada de residuos, entre otros, siendo esta una gran oportunidad para las PYMES en momentos de tanta incertidumbre, se busca por medio de la innovación, que logren de manera eficaz y de forma competitiva, enfrentar la crisis económica presentada, que les permita el posterior alcance de los mercados internacionales, con la plena posibilidad de alcanzar el crecimiento en las exportaciones de las empresas que participen en dicho proyecto.

En Costa Rica, según el Plan Nacional de Descarbonización 2050, dicho informe de la página oficial de la presidencia, (Gobierno de Costa Rica, 2019), en donde explican que se deben de realizar cambios y modificaciones que en la movilidad de transporte público y privado, en las formas de energía y la construcción de una industria sostenible, así también en el manejo de los

residuos de los costarricenses; este plan también incluye en su Hoja de Ruta generar nuevos empleos, estimular la economía a partir de una economía moderna y el compromiso de unirse al esfuerzo global contra el cambio atmosférico.

Con un fuerte compromiso para enfrentar el efecto invernadero, entre las estrategias que expone el plan, se encuentran metas concretas que buscan cubrir y radicar aspectos a largo plazo, desarrollando un programa que posibilite que en el 2030 la matriz eléctrica del país opere al 100% con energías renovables y en ese mismo año se estima que toda edificación comercial, residencial e institucional adopten sistemas de resiliencias en sus diseños, para ese mismo año también se tiene como expectativa que el 100% de las edificaciones comerciales cuenten con estrategias para poder mitigar y controlar el impacto de un producto desde su nacimiento hasta su descarte.

En el trabajo de investigación enfocado a las alternativas de empleo que contribuyan al desarrollo sostenible y los empleos verdes se destacan como pilares, el impulsar el desarrollo como prioridad para mejorar la vida de los pueblos y las naciones sin que las futuras generaciones resulten afectadas, ampliando las oportunidades de los mismos, tomando en cuenta la importancia de los recursos naturales en las actividades sin que estas generen un impacto negativo al medio ambiente, de manera que por medio de la economía verde implementada como estrategia, se pueda contribuir con la protección de la biodiversidad del país. (Presidencia de la República de Costa Rica, 2019)

En dicha investigación explican que los empleos verdes se pueden definir como “aquellas actividades que producen bienes y servicios capaces de medir, prevenir, limitar, minimizar o corregir daños al medio ambiente (...) y servicios que reducen el riesgo medioambiental y minimizan la contaminación y la utilización de recursos” (Herrera y Solís, 2016), mismo en el que se indica que también se incorporan al concepto de que todos los sectores económicos hagan uso de las prácticas verdes para que la sostenibilidad sea una realidad y se pueda cumplir con las metas ambientales del país, garantizar el bienestar, la seguridad humana y la competitividad del país.

En la investigación “Análisis de la efectividad de la logística inversa como herramienta de comercio sostenible”, se abarcan conceptos que tienen como fin explicar variables sobre la competitividad, logística inversa, comercio sostenible y por último impacto ambiental; donde se explica que la logística en la cadena de suministros se extiende desde los proveedores hasta los clientes y, por otra parte, la logística inversa se trata de que los clientes y los proveedores reutilicen materiales; el propósito es obtener productos buenos de los residuos que puedan ser aprovechados por segunda ocasión.

Además, se explica que, por medio de esta práctica, las empresas asumen obligaciones con el medio ambiente, planteando negocios más competitivos y generadores de fuentes de empleo; se enfocan en que los resultados alcancen la maximización de beneficios, por medio del uso de los recursos empleados, actualmente con la globalización y la industria, las firmas buscan posicionarse en el mercado para competir con productos más renovados, utilizando conceptos más ecológicos.

El trabajo consultado, expone la importancia que tiene el comercio sostenible, en el cual las tendencias y las políticas relacionadas al comercio plantean que los perfeccionamientos llevados a cabo por las firmas sostenibles, crean empleos más decentes y más eficientes, explicando el concepto de impacto ambiental como “una alteración medioambiental que afecta a la satisfacción de las necesidades humanas y a su calidad de vida” (Vargas, Rojas y Núñez, 2018) ; por otra parte, también ilustra la discrepancia que existe entre la producción y el ambiente y el comercio con el ambiente al no poder armonizar dichos procesos.

En una investigación enfocada al plan de acción para el desarrollo sostenible, se manejan escenarios que involucran el trabajo decente y el crecimiento económico para luchar contra el cambio climático ocasionado por la contaminación, asociado directa o indirectamente a la actividad humana, donde se busca utilizar nuevas tecnologías que a futuro modifiquen la forma de satisfacer las necesidades de los consumidores; donde se reconoce la importancia del valor económico en el capital natural.

Por otra parte, también es normal que las empresas oferten bienes y servicios ecológicos que brinden mayor variedad de productos amigables con el ambiente; que por medio de su función puedan sustituir los bienes ya existentes de naturaleza “no ecológicos”, y que por medio de esta estrategia se permita la promoción y la introducción de tecnologías verdes, que posibiliten una competencia justa, enfocando la admisibilidad de los nuevos mercados verdes que logren satisfacer las necesidades de las personas, que garanticen un entorno saludable y respetuoso con la naturaleza. (Cantero, 2015)

Además, tiene como misión y visión particular que todo producto o servicio tenga como resultado final del trabajo decente, una producción ambientalmente sostenible que involucra sectores como manufactura o la construcción de nuevos sectores emergentes; que incluya energías renovables, con el propósito de minimizar los residuos y la contaminación, proteger los ecosistemas y contribuir con el cambio climático.

Según información tomada del Ministerio de Salud de Costa Rica, el día 9 de diciembre se aprobó el primer registro sanitario de la copa menstrual en Costa Rica, (Ministerio de Salud República de Costa Rica, 2019); esto permite a la copa menstrual, la libre venta a lo largo y ancho del país; mismo aval donde se le otorgaba el permiso de ofrecer sus productos en cualquier establecimiento del país; sin embargo, la copa menstrual antes de su aprobación, se estuvo promocionado por medio de comercio electrónico y en redes sociales de forma ilegal; este producto al ser considerado como equipo y material biomédico, debía contar con sus respectivo permiso de salud para que las personas que lo utilizan tengan seguridad sobre la trazabilidad del producto.

Según la revista de carácter científico IDI+, en una investigación se discute la problemática en aspectos como producción y consumo responsable, salud y bienestar, comunidades sostenibles; se hace hincapié en los productos femeninos comercializados y desarrollados para el consumo de la mujer cada mes; estos artículos de higiene desechables son un foco de contaminación ambiental inevitable, en el cual el informe impartido por esta fuente informa datos preocupantes que se cuantifican entre 10.000 y 13.000 toallas femeninas utilizadas por una mujer a lo largo de periodo fértil; dicho rango se puede representar como un aproximado de 100.000 toneladas de residuos por año, donde la revista del Instituto Tecnológico de Costa Rica, enfatiza la falta de concientización de la huella ecológica, cada mes. (TEC, 2020)

En la actualidad la modalidad de producción y consumo en el mundo se caracteriza por el método lineal, que implica la obtención de la materia prima, fabricación, uso y posterior descarte, en el cual se crea la necesidad constante de requerir una nueva compra; por lo tanto, la producción de los bienes debe ser inquebrantable para que se logre cubrir la demanda; esto resulta un negocio económicamente rentable; sin embargo, en un proyecto del TEC se propuso una perspectiva muy ventajosa de la economía circular para que se logre un alcance que garantice la protección del medio ambiente.

La economía circular proponía disminuir y prevenir futuras contaminaciones, donde como objetivo se plantea crear productos y recursos que se conserven por un largo tiempo de forma que se eviten los desechos periódicos; implementando una gestión y creación de alternativas que se reflejen de forma positiva, tanto en la economía como en el sector medio ambiental del país de forma sostenible. (Alvarado, 2019)

La copa menstrual es un dispositivo que debe de ser colocado debajo del cuello uterino para que recolecte la menstruación; los primeros modelos se incursionaron en los Estados Unidos; este

producto se conocía como “sacos catameniales” en el año 1867; este producto no fue bien recibido en el mercado; sin embargo, durante la “crisis del tampón” a raíz de los choques tóxicos presentados durante la época, la utilización de la copa menstrual se impulsó como un producto alternativo.

Los primeros prototipos se fabricaron a base de látex, pero dio como resultado fuertes reacciones alérgicas en las usuarias; por lo tanto, se retiraron del mercado y, por último, en el año 1998, se comercializaron las copas menstruales a base de silicona hipoalérgica que hasta la fecha se siguen fabricando con el anterior mencionado material biomédico. No obstante, a pesar de que han pasado tantos años en el sector comercial, es un producto poco conocido por las personas, con base a un estudio estadounidense se estima que la prevalencia del uso de la copa menstrual es del 10%. (Arenas, y otros, 2020)

Como es habitual, las mujeres viven un estilo de vida muy acelerado, en el cual deben de mantenerse activas, por lo que se hace necesario que cuenten con comodidad y una constante protección en las necesidades de higiene femenina; hoy en día, existe gran cantidad de productos para este determinado mercado meta; dichos productos cuentan con diferentes presentaciones, en la investigación consultada se indica que según los estudios de la Organización Mundial de la Salud (OMS), las enfermedades relacionadas con la higiene íntima, tienen una gran relación con los componentes plásticos y químicos que poseen las toallas sanitarias; mismas que son comercializadas a lo largo del globo terráqueo de forma masiva.

Debido a lo anterior, se pretende dar a conocer una alternativa más viable y saludable con productos elaborados a base de fibras naturales de bambú, extracto de jazmín y aditivos de origen vegetal, de manera que se implementen como una alternativa biodegradable y amigable con el ambiente; sin que se expongas a las usuarias a daños provocados por los químicos en las demás toallas sanitarias comerciales. (Villacorta, Honores, Pumachagua, y Caballero, 2019)

La copa menstrual, también conocida como aparato catamenial, es un recipiente que tiene como función contener la sangre menstrual de forma higiénica y ecológica; se clasifica como un producto biomédico, debe de tener una correcta clasificación arancelaria para evitar repercusiones y fallas contra la ley. La copa menstrual debe contar con un registro sanitario para permitir su ingreso al país, como artículo biomédico; también, se le debe hacer un control riguroso y específico en materia aduanera.

Como objetivo de estudio, se fundamenta en que la industria femenina pretende ofertar grandes cantidades de productos absorbentes, descartables que afectan negativamente tanto a las

mujeres como al medio ambiente; también, es indispensable aplicar la correcta clasificación del inciso arancelario para facilitar el comercio internacional de este producto, que permita ubicar un código específico al mismo, simplificando los procesos requeridos en el tránsito de mercancías entre los países. (Lara, 2020)

En el artículo relacionado con la sexualidad, salud y sociedad, se tratan temas como el ciclo menstrual en el presente siglo XXI, involucrando el mercado, la ecología y el poder femenino; se analizan los productos “alternativos” presentes en el mercado, vinculados con el ciclo menstrual de la mujer; se destaca la gran limitación de promoción y difusión virtual que tienen las empresas comercializadoras de copas menstruales, toallas de tela, entre otros, en las mujeres como las principales compradoras de estos productos higiénicos.

Dicho informe, busca responder a la incógnita relacionada con distintas formas de liberación femenina y las tecnologías relacionadas, como lo es la copa menstrual que funciona como una herramienta de autoconocimiento y poder femenino y, sobretodo, en total armonía con el medio ambiente, por medio de nuevos modelos y mercados alternativos como, por ejemplo, las toallas femeninas de tela, esponjas marinas y copas de silicona. (Felitti, 2016)

En un trabajo llevado a cabo en España, se pretende dar una visión macro de las consecuencias actuales relacionadas al sector de productos relacionados a la higiene íntima. Este informe se encuentra enfocado en la copa menstrual; se adentra a profundizar las razones por las cuales este es un producto no muy comercializado o bien poco “conocido”, ya que no se encuentra en muchos puntos de venta como supermercados o hipermercados. En dicha investigación, se presentó un factor común que indica que las usuarias al probar la copa continúan utilizándola y se determinó que debido a que la copa no se encuentra en los supermercados, en general, da como resultado un tipo de rechazo por parte de las mujeres.

Por otra parte, se estudió minuciosamente el interés, la percepción que tienen las mujeres por este artículo; se enfoca en la importancia que refleja este mercado, pues se espera que las mujeres menstrúen al menos 40 años, por lo tanto, se puede interpretar que siempre habrá mercado para satisfacer esta necesidad, debido a que a los anteriores años, las personas han optado por productos más ecológicos y saludables; el sector higiene se ha visto impactado de forma positiva, y el mercado alcanzó triplicar las ventas en las copas menstruales. (Illa, 2018)

En el mundo cada vez se ofrecen más productos y servicios, independientemente del sector económico, sin que consideren el grado de contaminación al planeta tierra. Por esta razón, se

consideró el tema de la contaminación ecológica y el mal manejo del medio ambiente; la indiferencia que conlleva a una inevitable compleja condición de vida para las generaciones venideras. Es muy difícil no involucrar el uso de plásticos y de materiales provenientes de los fósiles; debido a esta razón se plantea promover en los consumidores una propuesta a la conciencia y al cambio de las actuales prácticas de consumo; involucrando la responsabilidad y la sostenibilidad del ecosistema descontaminado.

Asimismo, se explica cómo impactan los productos y sus empaques a las ciudades, en el cual el empresario encargado de la firma simplemente continúa con su exitosa manufactura; realmente, está en manos de los consumidores optar por un cambio y disminuir las grandes cantidades de desecho diarios, evitando el consumo desproporcionado y posterior deterioro del ambiente. Si se toma en cuenta la declaración Río, la cual incentiva a que los consumidores cambien sus prácticas y busquen adquirir productos provenientes de industrias que se preocupen por la sociedad y por el ambiente. (Prada y Ocampo, 2017)

Con el paso del tiempo y en el mercado actual, las personas se encuentran en una búsqueda constante de herramientas para facilitar las situaciones y tareas del día a día, para poder enfrentar dichas situaciones y realizar aportaciones beneficiosas a la sociedad, es necesario realizar un plan de acción; según información de la Organización de Naciones Unidas, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar problemas como la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos; es un tema propuesto como meta específica a alcanzar desde el 2015-2030; para poder lograr los objetivos relacionados con el desarrollo sostenible, se solicitó la cooperación de los gobiernos, sector privado, la sociedad civil y a todas las personas, en general. (ONU, 2015)

En el informe “El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible”, llevado a cabo por la Comisión Económica para Latino América y el Caribe (CEPAL) en el año 2017, se reconocen los aportes de los productores y de todas las organizaciones que se esfuerzan por promover el comercio justo, en América Latina y el Caribe de los próximos 15 años. En una agenda llamada Agenda 2030, en donde se plantearon 169 metas a cumplir, entre los objetivos se encuentran luchar contra la pobreza, la desigualdad y la exclusión social.

En el documento se expone la necesidad de que exista un gran compromiso por parte de los gobiernos y del sector privado para poder alcanzar las metas que conforman la agenda, en el cual, por medio de los aportes de los diferentes sectores económicos como cadenas globales de valor,

productores, colaboradores, cooperativas, empresas, exportadores, importadores, supermercados, tiendas especializadas y consumidores finales; se proyecta que el comercio justo se vea reflejado en los patrones de producción y consumo por medio de la implementación de nuevos productos alternativos que sean sostenibles y solidarios. (CEPAL, 2017)

Proyecciones de la Investigación

En el país los temas relacionados con las alternativas ecológicas en lo que respecta a temas de comercio internacional, han incrementado considerablemente, lo anterior debido a la conciencia ambiental presentada en los últimos años; por lo tanto, es importante que los consumidores y los productores de artículos femeninos absorbentes, conozcan el gran impacto que se presenta en el ambiente a raíz del descarte continuo de dichos productos; por esta , el primer objetivo de la presente investigación se encuentra vinculado con la determinación del proceso de importación de la copa menstrual en Costa Rica.

Con el propósito de que las nuevas tecnologías ecológicas se den a conocer en el mercado, permitiendo así que cada vez más personas opten por utilizarlas de manera consciente y responsable con el medio ambiente; en el segundo objetivo del proyecto, la investigación de las estrategias de comercialización que usan las empresas en el mercado doméstico para poder influir en el proceso de compras que hacen las personas, tomando en cuenta el ahorro que generarán las ventas del producto a largo plazo, porque son productos de un solo uso.

Es necesario llevar a cabo una investigación donde se pueda determinar la adquisición y rotación de estos bienes, por parte de las personas consumidoras; con este análisis, se logrará influir de cierta medida en las decisiones de las usuarias, en donde al mismo tiempo se contribuye de forma positiva en la adquisición, uso y descarte de dichos productos, con fin de evitar la contaminación masiva del medio ambiente. Precisamente, el objetivo general de la investigación pretende estudiar la comercialización de la copa menstrual en el mercado costarricense, como medida ecosostenible, en el periodo II semestre 2020.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Alternativas Ecológicas de Comercialización

En el informe llevado a cabo por la revista chilena de obstetricia y ginecología, Scielo, la cual es una publicación donde se discute el tema relacionado con la comercialización de la copa menstrual como un dispositivo para el manejo de la higiene de la mujer durante el periodo menstrual, se expone como una potencial alternativa para el cuidado íntimo femenino; una mujer puede llegar a utilizar entre 5 a 6 toallas o tampones por mes, debido a lo anterior, se exalta cómo la copa menstrual pertenece al grupo de las tecnologías sostenibles. (Scielo, 2020)

En la investigación Percepción del consumidor *millennial* y su influencia en la decisión de compra de productos *Eco-Friendly*, se analizó la percepción que tienen los consumidores en su decisión de comprar los productos y la conciencia ambiental, lo anterior debido a que ha permitido que las empresas se innoven con productos que mitiguen el daño ambiental; por esa razón, el mercado sostenible se ha consolidado cada vez más, en donde los jóvenes consumidores tienen mayor influencia en comprar y apoyar empresas eco sostenibles. (Mendoza, 2019)

La publicación de la revista Hola España, indica que tras la crisis sanitaria ha marcado un antes y un después, el consumo de productos que son respetuosos con el medio ambiente se ha duplicado en cuatro años, donde los *millennials* han tomado mayor protagonismo ya que representan el 30% de los consumidores de productos ecológicos en la sexta sostenible. (¡Hola!, 2020)

Mercado sostenible

La situación actual presenta una nueva tendencia que no solo busca satisfacer las necesidades de los consumidores sino que también, pretende respetar el medio ambiente; debido a lo anterior, se ofrece gran variedad de productos que cumplen con los gustos y las exigencias de los compradores que se preocupan por la degradación del medio ambiente; por esa razón, se ha segmentado un mercado específicamente para los consumidores que muestran su preocupación en el proceso de comprar, a este segmento se le conoce como consumidor ecológico.

Como algunas de las causas por las que el consumidor prefiere adquirir productos amigables con el medio ambiente, se destacan la importancia sobre la salud propia, ya que los productos ecológicos presentan cualidades más beneficiosas en la salud del individuo, como segundo enfoque se encuentra la preocupación por el daño en el entorno. (Ramo, 2016)

El consumo ecológico ha recibido atención especial como tendencia donde se ha relacionado la producción y el consumo, que involucra factores como las buenas prácticas en la comercialización a nivel empresarial, promoviendo patrones sostenibles tanto de producción como de consumo, por medio de un proceso participativo y sostenible.

Una población informada, educada y sensibilizada en temas ambientales conforma parte fundamental de la demanda de productos y servicios, dichas prácticas se ven reflejadas en la mejora de la calidad de vida de los consumidores trayendo consigo una mayor protección ambiental; mejorando la competitividad de los sectores económicos emergentes y disminuyendo el impacto ambiental por medio de una correcta gestión ambiental. (Gonzales, 2017)

Eco-innovación:

La eco-innovación es una estrategia que incorpora la sostenibilidad a las empresas, que se empeñan en generar un valor ambiental, pero sin dejar de lado el maximizar las utilidades de la firma; se utiliza como un modelo de gestión sostenible que mejora el manejo de los recursos utilizados; la preocupación social ha llevado tanto a los empresarios como a los consumidores a tomar conciencia y actuar de una forma más responsable; a la vez aprovechando las oportunidades de negocio que se presenten en el mercado.

Con el objetivo de contrarrestar los daños ambientales ocasionados por la industria, los cuales vienen como consecuencia del crecimiento productivo e industrial, reflejado en el consumismo presentado en actualidad, por esa razón se promueve para que las empresas se abran a nuevas oportunidades y formas de innovación, que les permita alcanzar mayores niveles de ingresos transformando los procesos de productivos de las mismas. (Cuaical, 2019)

Tecnologías ecológicas en Costa Rica

En la actualidad, Costa Rica busca ser un lugar donde se pueda apoyar y alentar a las industrias con tecnologías verdes, por medio de entidades como PROCOMER, CRUSA en alianza con la incubadora regional Pomona Impact Foundation, en el cual se plantea mejorar los rendimientos internos, como de producción y permitir alcanzar reducciones en insumos, consumo de energía y de desechos o cualquier tipo de contaminación ambiental, según información obtenida del periódico nacional La República de Costa Rica, (Diario La República, 2020).

Como principal objetivo del proyecto es cumplir con requisitos que validen criterios que pongan en evidencia la necesidad del producto ecológico en el mercado, en el campo tecnológico sostenible, tener cualidades innovadoras, capacidad de incursionar en mercados internacionales,

que logre exportar a todo el mundo y poder contribuir en el desarrollo económico del país como objetivo estratégico en la internalización de las firmas involucradas en Costa Rica, según datos tomados del programa Pomona Green Tech Costa Rica, (Pomona Green Tech Costa Rica, 2019).

La Fundación Costa Rica Estados Unidos para la cooperación (Fundación CRUSA, 2018) tiene como objetivo la fomentación y la especialización en temas que conllevan a la sostenibilidad ambiental, en empresas actuales; dichos temas se encuentran cada vez más involucrados en el ámbito del desarrollo nacional del país, por medio de la búsqueda de formas que permitan solucionar problemas nacionales vinculados a los efectos del cambio climático, todo lo anterior por medio de alianzas, colaboraciones entre pueblos, redes de cooperación, y otros.

Comercialización de productos ecológicos.

Según datos obtenidos de la investigación “La brecha entre predisposición y consumo ecológico (Izaguirre, 2016)”, los productos ecológicos en general pueden ser encontrados en diferentes puntos de venta; sin embargo, todos cuentan con la particularidad de ser clasificados como bienes de lujo, que al aportar ventajas o representar una contribución al medio ambiente manejan una diferencia en los precios de mercado, con respecto a los productos no ecológicos; dicha diferencia crea una brecha en el mercado, relacionada al poder adquisitivo de los consumidores, el cual se resume en el porqué es más habitual la compra de los productos con mayor huella ecológica.

Con respecto al aumento en el consumo de bienes que contribuyen a disminuir la huella ecológica, según estudios de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER, 2016), es una tendencia mundial protagonizada por los conocidos “millennials” que prefieren adquirir y consumir productos ecológicos, mismos que se espera que se conviertan en una nueva norma a futuro; por otra parte, las grandes cadenas de suministros tales como supermercados cada vez tienen mayor oferta ecológica en sus pasillos, favoreciendo al mercado involucrado.

Según el informe La producción ecológica dinamiza el mercado mundial de productos de cuidado personal (PROCOMER, 2018), existe una creciente demanda por bienes vinculados al cuidado personal de los usuarios, donde las firmas y oferentes por medio de dicha ventaja, logran expandir sus ventas en el mercado con productos de calidad, donde el mercado principal se preocupa por los posibles daños al medio ambiente en general, dicho lo anterior, actualmente, los productos que solían encontrarse en limitadas puntos de comercialización, se han logrado ampliar

a diferentes medios o cadenas de suministros dentro de los cuales se mencionan desde los abarrotes en los supermercados, farmacias, macrobióticas hasta el comercio electrónico.

Costa Rica es un país que para muchos naciones tiene gran reconocimiento en la preservación ecológica, desarrollo económico sostenible y un considerable nivel de vida que le permite a los costarricenses mantener un estilo de vida saludable, las áreas protegidas no son la excepción como indiscutible ejemplo de preservación ecológica a nivel país, según el artículo Costa Rica, la ecología como sello (Le Journal Internacional , 2013), se reconoce la creciente economía y consciente importancia y lucha contra las afectaciones presentes en el medio ambiente.

Los productos destinados al consumo definitivo dentro del país, dependiendo de su naturaleza, necesitarían de diferentes tramitologías, ya sea para su importación dentro del país o para su comercialización, lo anterior con la finalidad de resguardar o proteger la inocuidad humana dentro de las fronteras; por dicha razón, se deben de garantizar la trazabilidad y correcta manipulación durante la producción del bien a vender; Costa Rica cuenta con una amplia legislación sanitaria que debe de ser cumplida como ley perteneciente a la rectoría de salud, en específico, el Ministerio de Salud de Costa Rica (MINSAL COSTA RICA, 2020).

Registro Sanitario

Los registros sanitarios son imprescindibles para poder ingresar mercancías que dependiendo de su naturaleza puedan afectar la salud de las personas, de los ecosistemas o del ambiente. Por esta razón, se cuenta como requisito la apertura y registro de un producto dentro de la legislación del Ministerio correspondiente de supervisar la idoneidad del este, por lo que para el caso de los productos tales como la copa menstrual, se registra en agosto del año 2020, se registra la solicitud formal para comercializar la copa menstrual marca Me Luna dentro del territorio costarricense por medio del periódico La Gaceta. (LA GACETA, 2020), ver figura 1.

Solicitud N° 2020-0002716.—María Del Pilar López Quirós, divorciada, cédula de identidad N° 110660601, en calidad de apoderada especial de Frank Krüger con domicilio en Brand 57, 91729 Haundorf, Alemania, solicita la inscripción de: **Me Luna** como marca de comercio y servicios en clases 10 y 35 internacionales, para proteger y distinguir lo siguiente: en clase 10: Copas menstruales, cuencos y bandejas; accesorios para productos menstruales, a saber, copas menstruales, copas de desinfección, buscadores de tamaño como accesorios para copas menstruales, ayudas de extracción para copas menstruales; en clase 35: Servicios de venta minorista de productos menstruales, preparaciones para cuidado genital, artículos para la incontinencia, productos para el control de la natalidad, artículos de higiene, aparatos terapéuticos, entrenadores de piso pélvico, ropa y accesorios para los productos mencionados. Fecha: 02 de julio de 2020. Presentada el: 14 de abril de 2020. San José: Se cita a terceros interesados en defender sus derechos para hacerlos valer ante este Registro, dentro de los dos meses siguientes, contados a partir de la primera publicación de este edicto. 02 de julio de 2020. A efectos de publicación, téngase en cuenta lo dispuesto en el artículo 85 de la Ley 7978. Esta solicitud se rige por el art. 28 de la Ley de Marcas Comerciales y Otros Signos Distintivos que indica “Cuando la marca consista en una etiqueta y otro signo compuesto por un conjunto de elementos, la protección no se extenderá a los elementos contenidos en ella que sean de uso común o necesario en el comercio”.—Isela Chango Trejos, Registradora.—(IN2020476693).

Figura 1. Solicitud registro sanitario Copa menstrual Me Luna. (La Gaceta, 2020)

Con base a la figura anterior, durante el año previamente mencionado, se autorizó el pasado diciembre del año 2020, la venta de estos artículos de higiene personal, fecha en la que se aprobó la primera orden sanitaria para las copas menstruales, donde “La responsable del registro es la empresaria Ligia Ávila Bolaños, quien quedó autorizada para la distribución y comercialización, informaron este lunes las autoridades sanitarias” (La Nación , 2019); si alguna empresa a dentro del país deseara importar cualquier similar al previamente mencionado deberá de completar la reglamentación para el registro, clasificación, importación y control de equipo y material biomédico N° 34482-S según lo estipulado en Sistema Costarricense de Información Jurídica (Sistema Costarricense de Información Jurídica, 2008).

Con respecto los regímenes aduaneros de importación definitiva, cuando las mercancías se someten al territorio aduanero en específico, se deben de cumplir ciertos procedimientos para realizar la nacionalización de los bienes, por medio del control aduanero; en el caso de los artículos sujetos al tema de discusión, se trata de regímenes de importación definitiva, el cual se define en el artículo 110 de la Ley General de Aduanas como la “Importación y Exportación y sus modalidades. (En términos de la elaboración del trabajo de investigación se centrará en el régimen

de importación definitiva ya que es el único régimen a que se somete la ropa usada para el ingreso al territorio aduanero, según lo estipulado en la legislación nacional) (Ley General de Aduanas, 2015)

Las mercancías según su naturaleza deben de contar con un registro que permita la inscripción ante el Ministerio de Salud, el cual se puede apreciar en la figura 2; este es un requisito indispensable dentro de la normativa ya que el ente encargado debe de valorar el tipo de bien a manejar, debido a esa razón, el representante legal ya sea persona física o jurídica debe de aportar los requisitos solicitados, el registro sanitario siempre será solicitado cuando se trate de bienes como “alimentos, cosméticos, medicamentos, productos naturales con cualidades medicinales, equipo y material biomédico, productos químicos, higiénicos y plaguicidas y fertilizantes de uso doméstico” (MINSA , s.f.)

MINISTERIO DE SALUD	
GOBIERNO DE COSTA RICA	
	
CERTIFICADO DE REGISTRO DE EQUIPO Y MATERIAL BIOMEDICO	
NÚMERO DE REGISTRO: EMB-CR-20-02633	
Ministerio de Salud	
CERTIFICA:	
Que ha sido aprobado el registro del equipo y material biomédico abajo descrito por haber cumplido con los requisitos legales y reglamentos aplicables.	
Copa Menstrual	
Responsable Sanitario:	BAULA ECOFRIENDLY COSTA RICA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA
Titular del EMB:	BAULA ECOFRIENDLY COSTA RICA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, Costa Rica
Clasificación del producto:	MEDICINA
Clasificación de riesgo:	CLASE 2
Marca:	Baula
Indicación de uso:	Para recolectar el flujo menstrual en las mujeres
Fabricante(s) del EMB:	NINGBO LUKE MEDICAL DEVICES CO, LTD., China
Distribuidor(es) del EMB:	OVERSEAS LOGISTICS OPERATIONS SOCIEDAD ANONIMA, Costa Rica; INVERSIONES BAJO CONTROL SOCIEDAD ANONIMA, Costa Rica
Autoridad sanitaria:	ILEANA HERRERA GALLEGOS
Fecha de Aprobación: 29/09/2020	Fecha de Vencimiento: 29/09/2025
Este certificado puede ser validado en www.registrello.go.cr	

Figura 2.Registro sanitario de copa menstrual (MINSA,2020)

Con el fin de cumplir con los requerimientos en la importación de mercancías que necesiten permiso de salud o registro sanitario, se debe de emplear el procedimiento establecido por la

Dirección General de Aduanas, el cual también involucra a la Promotora De Comercio Exterior De Costa Rica con el cumplimiento del formulario de autorización de desalmacenaje conocido como FAD ante la ventanilla única de PROCOMER lugar donde se obtiene la autorización del Ministerio de Salud en Costa Rica, proceso que debe completar el importador, lo anterior con el propósito de garantizar un mejor control sobre los productos que impliquen registros sanitarios. (Ministerio de Salud de Costa Rica, s.f.)

Los productos de interés sanitario se deben de entender que por el tipo de funcionamiento o composición podrían afectar la salud de las personas que los consuman o utilicen, debido a lo anterior, se debe de verificar el cumplimiento de los requisitos que establece la normativa legal correspondiente, entre algunos de los productos que se pueden utilizar como ejemplo se encuentran los químicos peligrosos, tinta para tatuajes, materiales biomédicos, entre otros; es importante comprender que al cumplir con los requisitos para adquirir un registro sanitario se está garantiza que los productos son aptos para el uso y consumo humano. (Regístrelo, 2013)

Nota técnica 57 Ministerio de Salud

Para la autorización de desalmacenaje de materias primas, formas primarias para medicamentos y cosméticos, medicinas, cosméticos y equipos médicos se necesita cumplir con los requerimientos técnicos estipulados en dentro de las normas comerciales en vigor, este control es llevado a cabo por medio de la verificación de documentación, la cual, si no se cumple de esta forma no se le permitirá el ingreso dentro del país, se puede definir una nota técnica como “requisitos no arancelarios o autorizaciones preestablecidos por la institución rectora mediante leyes y decretos, que avalan el ingreso o salida de las mercancías del o al territorio nacional” (Ministerio de Hacienda , 2014).

Dicho lo anterior, en materia aduanera, estos se conocen también como restricciones y prohibiciones a las importaciones de específicos bienes, estos mismos deben de ser custodiados por sus pertinentes Ministerios responsables, dependiendo del carácter esencial de las mercancías contarán con clasificaciones arancelarias que definirán si el proceso de importación tendrá ciertas limitantes u obstaculizaciones como requisitos y documentos obligatorios para el desalmacenaje, según el Ministerio de Hacienda en su apartado de Información de Interés para Trámites aduaneros (Ministerio de Hacienda , 2021); se definen las notas técnicas como “limitantes se encuentran

definidas mediante notas técnicas, asociadas a la clasificación del producto a importar como documentos obligatorios a la importación”.

En la revisión documental y el reconocimiento físico de las mercancías, según la Ley General de Aduanas (LGA) “determina que si la mercancía tiene la exigencia del cumplimiento de un requisito no arancelario (nota técnica) para el tránsito y solicitará el documento que demuestre su cumplimiento, caso contrario no autorizará el inicio del tránsito” (DGA, 2014); lo cual confirma que para lograr desalmacenar las mercancías es imprescindible el cumplimiento de notas técnicas, en el caso de la nota técnica 57, puede suceder que el producto cuente con un producto sanitario como se puede apreciar en la figura 3.

Las notas técnicas de importación se pueden solicitar bajo el software desarrollado por PROCOMER; dicha plataforma de Sistema de Notas Técnicas de Comercio Exterior permite agilizar los procesos de nacionalización de mercancías que necesiten de estos permisos para su respectiva importación definitiva; mismo donde la Promotora de Comercio Exterior aclara que “es entendido que la aprobación de un Formulario de Autorización de Desalmacenaje, dependerá exclusivamente del cumplimiento de las leyes y requisitos exigidos por las instituciones públicas encargadas de aprobar el documento respectivo” (PROCOMER).

Nota Técnica NT57		
Detalle de Mercancía		
Tipo trámite	Tipo de producto	
Trámite Normal (Producto Registrado)	Medicamentos para uso humano	
Seleccionar producto		
Número registro	Nombre producto	Fecha Vencimiento Registro
REGISTRO24	PRODUCTO	01/10/2020
Nombre fabricante	País de Origen	Marca
FABRICANTE	ALAND	MARCA
Categoría del Importador		
Distribuidor Autorizado		
Medicamento Exonerado	Psicotrópico / Estupefaciente	
Si	No	
Precursor	Aprobación 24/7	
No	Si	

Figura 3. NT 57 caso producto con registro sanitario previo (VUCE2.0,2020)

Formulario de Autorización de Desalmacenaje

Según el Ministerio de Salud (MINSA), para el desalmacenaje de las de materias primas, formas primarias para medicamentos y cosméticos, medicinas, cosméticos y equipos médicos se requiere la nota técnica 57, la cual para solicitud se solicitan requisitos como la carta de solicitud (puede ser formulario físico o electrónico si los gestionan en PROCOMER), la copia de la factura y la copia de la guía, estos requisitos se trabajan de forma contigua por parte ambas instituciones encargas de mediatizar los procedimientos aduanales.

La guía del usuario que facilita la Promotora de Costa Rica, por medio de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE 2.0) le permite tanto al exportador, importador y a la agencia aduanal realizar las notas técnicas ante los ministerios correspondientes, dicha plataforma le permite al importador crear un Formulario de Autorización de Desalmacenaje conocido como FAD, para lo anterior solicitud es importante que exista un registro sanitario ante el Ministerio de Salud, una vez se haya aprobado el FAD, estará listo para enviar al sistema de Tecnología de Información para el Control Aduanero (TICA) para su respectiva aceptación.

Tecnología de Información para el Control Aduanero

El sistema de Tecnología de Información para el Control Aduanero empezó a automatizar los procesos aduanales en el país, a partir del año 2005, con el objetivo de modernizar los métodos y tramites en las gestiones en materia aduanal, garantizando mayor transparencia, mejor control y un mayor recaudamiento de los impuestos.

El TICA es un sistema informático desarrollado para modernizar el Servicio Nacional de Aduanas, instaurando un nuevo modelo de operación en todas las aduanas. Este modelo aprovecha las facilidades que brinda la tecnología de la información para agilizar los procesos, reforzar los controles, aumentar la transparencia y eliminar los trámites en papel, ya que estos se pueden realizar por medio de Internet. (Ministerio de Hacienda, 2005)

Esta plataforma informática se desarrolló con el propósito de modernizar el Servicio Nacional de Aduanas; permitiendo la transmisión electrónica de los documentos y requisitos solicitados en las diferentes gestiones aduaneras, este sistema funciona 24 horas al día, permite el pago de impuestos por medios, luego de la creación del TICA, por otra parte, también es importante recalcar la relevancia ya que con la presente se desarrolló él se instauró el Documento Único

Aduanero (DUA) que se define como “una declaración realizada mediante transmisión electrónica de datos, a través de la cual el interesado indica el régimen aduanero, su modalidad y mediante el cual suministra toda información requerida” (Contraloría General de la República de Costa Rica, 2020).

Copa menstrual

La copa menstrual es un artefacto con forma de campana, fabricada con un material suave, flexible, hipoalergénico, no contiene químicos, se adapta a la vagina y recolecta más flujo sanguíneo menstrual que las toallas o tampones y a diferencia de estos, son reutilizables, lo que las convierte en una alternativa ecológica, importante para el medio ambiente porque no generan desechos recurrentes; este es un producto higiénico, que a diferencia de los productos absorbentes no produce infecciones.

Estos dispositivos pueden ser usados de forma continua hasta 12 horas, dependiendo de la mujer; según el tema de investigación diseño de material educativo sobre la copa menstrual y esferas vaginales para mujeres, explica observaciones perjudiciales en el uso de los productos descartables “se recomienda cambiar cada 2 -4 horas y nunca tener más de 8 horas ya que puede ser nocivo para la salud de la mujer y presenta productos químicos, y pudiéndose producir un síndrome shock tóxico” (De Haro, 2018).

Según la investigación de Lidia De Haro, los dispositivos de este tipo son una opción económica que puede durar entre 5 a 10 años, existen diferentes tallas en el mercado, compactas y fáciles de transportar, por otra parte, a diferencia de los tampones no causan riesgos como el síndrome del shock toxico relacionado al uso de los tampones, mismo que tiene una baja incidencia, sin embargo, tiene una alta mortalidad según la investigación

De acuerdo con el noticiero BBC, las mujeres pasan un promedio de 65 días al año menstruando, por lo que estos se vincula directamente con los desechos a raíz de la menorrea, por otra parte, también explica que 1 de cada 10 mujeres de entre 14 y 21 años, no cuentan con los ingresos suficientes para costear productos de higiene femenina, por lo que se enfatiza la gran importancia que recae en los productos de higiene reutilizables; en el mismo noticiero se estima que “entre los 12 y 52 años, una mujer que no tenga hijos tendrá alrededor de 480 períodos menstruales” (BBC News Mundo, 2019).

Según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), en México la comercialización de las copas menstruales no es muy comunes en comparación con los tampones debido a las preocupaciones sobre ser un dispositivo que se debe de introducir, sin embargo, es un tema que poco a poco se va aceptando, también esta organización explica que “las copas no alteran las características dentro de la vagina, por lo que, si se manejan bien, hay menos riesgo de infecciones e irritaciones” (UNICEF, 2020).

Unas de las preocupaciones de los comercializadores de copas menstruales dentro del país es la falta de información con respecto al uso de las copas menstruales, debido a que es importante de las mujeres conozcan la anatomía de su cuerpo, por lo que se agrega un instructivo facilitado por la Organización no Gubernamental (UNICEF, 2020) en su investigación Manual Sobre Salud e Higiene Menstrual para Niñas, Niños y Adolescentes, donde explica cómo se coloca dicho dispositivo:

- Lávate las manos y ponte cómoda. Puedes ponerte en cuclillas, levantar una pierna o sentarte en el inodoro con las rodillas abiertas.
- Aprieta o dobla la copa para que quede estrecha y deslízala dentro de tu vagina con los dedos. Usa las instrucciones que vienen con tu copa para descubrir la mejor manera de colocarla.
- Una vez puesta la copa no debería sentirse; si estás incómoda posiblemente no esté bien colocada, sácala e intenta nuevamente.
- Usa tu copa menstrual durante 6-12 horas o hasta que sospeches que esté llena.
- Algunas copas menstruales tienen un pequeño tallo inferior que jalas suavemente para sacarla. 6. Vacía la sangre en el inodoro, lavabo o desagüe de la ducha y lávala antes de volver a usarla. Si estás en un lugar donde no puedes lavar tu copa, simplemente vacíala y vuelve a colocarla. Puedes lavarla más tarde cuando estés en un baño privado o en casa. Siempre sigue las instrucciones de limpieza y almacenamiento que vinieron con tu copa.

La ONG *Wash United*, situada tanto en África como India, entre sus propósitos se encuentra “...construir un mundo en el que todas las personas se beneficien del agua potable, el saneamiento y la higiene (WASH), incluida la higiene menstrual. WASH United, un cruce único entre una ONG y una agencia creativa se centra en los desafíos de

la promoción y la educación, donde la combinación de experiencia en el sector *WASH* y talento creativo puede marcar la mayor diferencia” (WASH UNITED, 2018).

La ONG supra citada, se enfoca en que las niñas se informen acerca de la higiene menstrual, donde por medio de un manual (MHM) se han alcanzado resultados muy positivos, los cuales se pueden apreciar en la figura 2. Asimismo, se menciona que “Desde 2018, la Guía de educación MHM ha sido utilizada por más de 12 organizaciones en África subsahariana y el sur de Asia, llegando a más de 1,5 millones de niñas con educación MHM” (WASH UNITED, 2018).

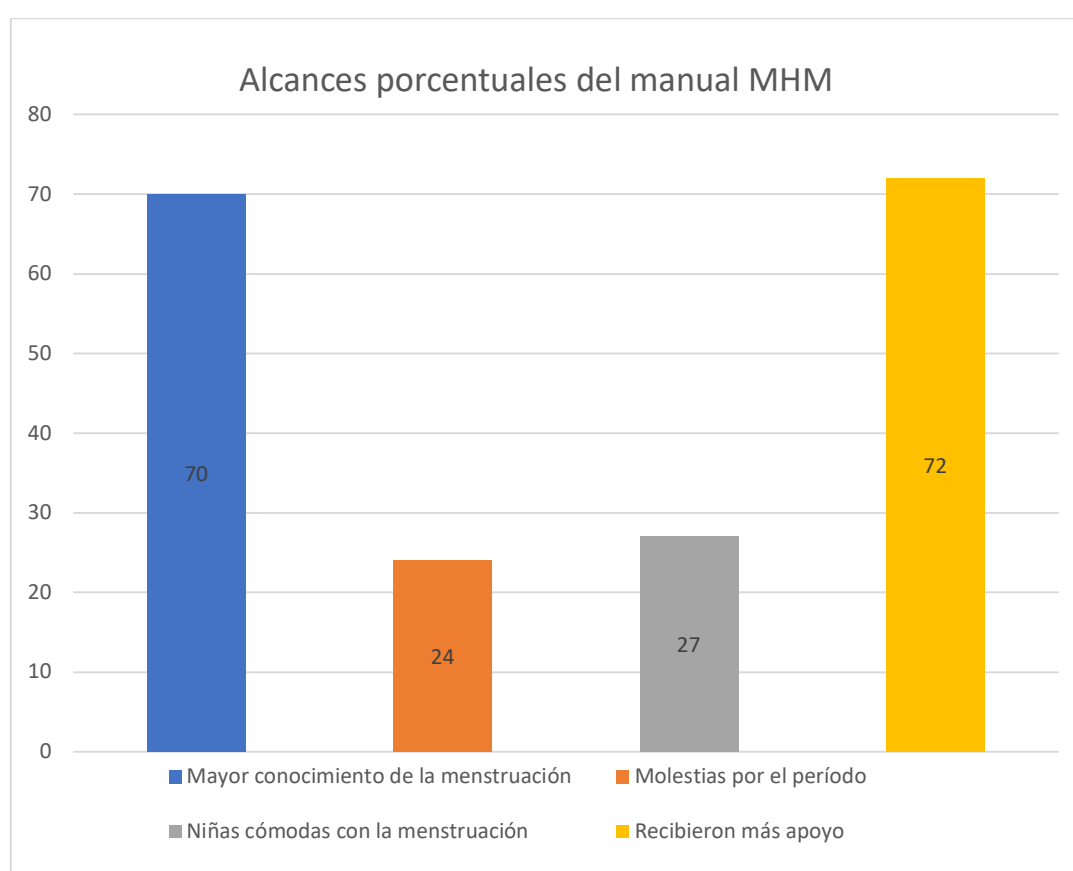


Figura 4. Alcances del manual MHM (ONG Wash United, 2018)

Por otra parte, la investigación impartida por la revista *The Lancet Public Health*, explica que en cualquier lugar de los países que cuentan con ingresos medianos o bajos, las niñas y las mujeres luchan por poder mantener sus menstruaciones, donde las copas menstruales podrían ser una solución; en el siguiente artículo se mencionan beneficios al usar estos dispositivos para la higiene femenina:

Al considerar los costos financieros y ambientales, utilizando estimaciones acumuladas durante 10 años, los costos de compra y el desperdicio del uso constante de una copa menstrual (copa vaginal) serían una pequeña fracción de los costos de compra y el desperdicio de toallas sanitarias o tampones, por ejemplo, si se compara con 12 toallas sanitarias por período, el uso de una copa menstrual representaría el 5% de los costos de compra y el 0,4% de los desechos plásticos, y en comparación con los 12 tampones por período, el uso de una copa menstrual comprendería el 7% de los costos de compra y el 6% de los residuos plásticos. (The Lancet Public Health , 2019)

El texto anterior, realmente enfatiza los beneficios tanto económicos como ambientales al utilizar productos ecológicos y reutilizables, donde estos le favorecen a las poblaciones en posiciones vulnerables a nivel social, donde se aprecia que existe una responsabilidad que recae sobre las mujeres al reducir los desperdicios a nivel de los desechos plásticos a raíz de los productos de un solo uso, por lo que se resalta la importancia que tiene la copa menstrual.

La preocupación sobre los mencionados temas, son sobresalientes a nivel mundial, dado la ONG (The Cup, 2020) , cuenta con misiones que resaltan la importancia de la vida útil de las copas, siendo un tema tan importante para las niñas a las que les proporcionan en África, se entregan en una bolsa duradera fabricadas con telas locales y hechas a mano por un grupo comunitario busca empoderar a las jóvenes de 13 a 22 años de los barrios marginales permitiendo el ahorro de dinero, protección del medio ambiente y generación de trabajo e ingresos para las comunidades locales.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

Una investigación es el proceso en el que de forma ordenada permite estudiar un problema, a través de un enfoque como el esta investigación; se tratará del método cualitativo que permitirá analizar, determinar, valorar y comentar las características de cada variable de interés; datos que podrán obtener por medio de entrevistas, tanto a expertos como a personas que se encuentran involucradas en el tema; también, utilizarán fuentes de información de diferentes medios y distintos autores que permiten respaldar mejor los objetivos propuestos en esta investigación.

En el enfoque utilizado, se recolectarán datos que aporten incógnitas que servirán para el análisis del trabajo, conforme se obtienen más datos útiles se procederá a responder las distintas interrogantes presentadas en el proceso. Según indica Hernández, Fernández y Baptista, (2014, p.7) para realizar un enfoque cualitativo es necesaria “la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”. Por esta razón, se busca obtener información calificada acerca de la comercialización de la copa menstrual en el mercado costarricense como medida eco-sostenible periodo II semestre 2020.

Según, Hernández et al (2014, p.10), en el enfoque cualitativo, se mencionan los objetivos: “busca principalmente la “dispersión o expansión” de los datos e información, mientras que el enfoque cuantitativo pretende “acotar” intencionalmente la información (medir con precisión las variables del estudio, tener “foco”. En otras palabras, se refiere a que a emplear una información más precisa.

Entre las metas de investigación del enfoque cualitativo se destacan según Hernández et al (2014, p.11) “describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes”. Además, debido a esta razón; es que se tomarán en cuenta para las entrevistas a personas que se encuentren vinculadas con el factor a investigar.

Diseño de la Investigación

Según indica Hernández et al (2014, p.128), el término diseño se refiere a un “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento”; el cual debe ser constituido como una táctica para poder llevar los

lineamientos que se pretenden realizar en el proyecto y cumplir de forma exitosa, los objetivos de la investigación.

Por medio del enfoque cualitativo y para el diseño de la investigación, se utilizará una investigación acción apropiada para poder aplicarlos al argumento de estudio; para este caso, el diseño hace énfasis al abordaje que se planeará utilizar en el proceso de investigativo.

Con el fin de abarcar los temas de esta investigación, se necesita vincular las distintas preguntas del proyecto con el diseño, considerando la información adicional que se pueda obtener de la muestra; por otra parte, con respecto a la investigación acción; como menciona Hernández et al (2014 p.473), este diseño cualitativo se refiere al “diagnóstico de problemáticas sociales, políticas, laborales, económicas, otras de naturaleza colectiva. Categorías sobre las causas y consecuencias de las problemáticas y sus soluciones”.

Fuentes de Información

Con respecto a las fuentes de información a utilizar para la recolección de material, se pretende explicar la información por medio de las entrevistas, con el objetivo de dar veracidad respaldo al trabajo de investigación; con esta información despejada y con los datos obtenidos provenientes de las encuestas, se construirán las conclusiones del proyecto de estudio.

Fuentes primarias

Las fuentes primarias a consultar a lo largo de la investigación, serán las instituciones relacionadas directamente con el estado, por medio de la comunicación en las distintas plataformas digitales con los funcionarios del Ministerio de Salud de Costa Rica, Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica; con el objeto de obtener información basada en las reglamentaciones nacionales; por otra parte, con el fin de obtener una opinión basada en el criterio profesional, con respecto a la comercialización de las copas menstruales en el mercado costarricense.

En el libro de la metodología de investigación, se describe la fuente primaria como “la revisión de la literatura puede iniciarse directamente con el acopio de las referencias o fuentes primarias, situación que ocurre cuando el investigador conoce su localización, se encuentra muy familiarizado con el campo de estudio y tiene acceso a ellas (puede utilizar material de bibliotecas, filmotecas, hemerotecas y bancos de información). Sin embargo, frecuentemente no sucede así (no es experto en el tema y los recursos son limitados). (Fernández y Baptista, 2014) (p.62)

Fuentes secundarias

Por otra parte, las fuentes secundarias consultadas provienen de distintas tesis, libros, leyes, artículos, reglamentos, entre otros; los cuales brindan información que aportan datos relacionados con la comercialización de productos alternativos y sostenibles; su importancia económica y ambiental; con el fin de lograr conseguir un análisis meticuloso acerca de los objetivos planteados, complementando la información proveniente de las fuentes primarias, con la intención de completar la investigación de tipo cualitativa.

Según Hernández (p.397), las fuentes secundarias son las “compilaciones, resúmenes, listados de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular (son listados de fuentes primarias); es decir, procesados a primera mano”.

Muestra

El presente trabajo de investigación, cuyo método es cualitativo el cual permitirá analizar las premisas constituyentes del documento, con base en los datos obtenidos en el proceso, tal como menciona Hernández et al (2014, p.65): es necesario definir las unidades de análisis y la muestra a usar en la tesis; necesarias para llevar a cabo la respectiva indagación, relacionada con la comercialización de la copa menstrual, en el mercado costarricense como medida ecosostenible periodo II semestre 2020.

Según Fernández, la muestra en el proceso cualitativo se refiere a un “grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etcétera., sobre el cual se habrá de recolectar los datos, sin que sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia”. Hernández et al (2014, p.384).

Debido a lo anterior, se recolectará los datos como primera pretensión, a personas que conocen sobre las medidas alternativas ecológicas, que se ven involucradas a conocer y manipular el tema, se tomarán en cuenta tanto empresas públicas como privadas; entre las empresas pertenecientes al sector público, se incluyen Ministerio de Salud, ente rector de la salud del país, encargado de emitir el protocolo de las medidas sanitarias y velar por la salud de los costarricenses.

La Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) como una entidad pública de carácter no estatal, la cual instruye y orienta a los productores a exportar; en lo que respecta empresas privadas; se ha seleccionado a la fabricante y productora de copas menstruales Cíclica; Me Luna que viene siendo una empresa importadora y comercializadora de copas menstruales en Costa Rica.

El muestreo a utilizar será de tipo no probabilístico, ya que no están orientados a la investigación estadística; éstas serán enfocadas a la selección de características que se encuentren involucradas a los objetos de investigación; el tamaño de la muestra se enfoca en grupos, que tiene como objetivo principal “seleccionar ambientes y casos o unidades, para ayudar a entender con mayor profundidad el fenómeno y aprender de éste”. Hernández et al (2014, p. 386).

Tabla 1. Muestra de la Investigación

Numero de Entrevista	Razón	Dónde
Entrevista 1	Agente Importación Definitiva	Agente de Federal Express
Entrevista 2	Agente Aduanero	Operador Logístico
Entrevista 3	Pedimentador	Agente de Federal Express
Entrevista 4	Pedimentador	Agente de Federal Express
Entrevista 5	Comercializadora	Representante legal Copas Menstruales Me Luna
Entrevista 6	Comercializadora y productora	Propietaria de firma Copas Menstruales Cíclica
Entrevista 7	Agente Aduanero	Agente aduanero de Federal Express
Entrevista 8	Agente Aduanero	Agente aduanero de Federal Express
Entrevista 9	Sector Público (registro sanitario)	Agente Gestor Ambiental del Ministerio de Salud
Entrevista 10	Sector Público (registro sanitario)	Agente de PROCOMER
Entrevista 11	Agente exportación definitiva	Agente de Federal Express

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, 2021

Tabla 2. Matriz de codificación: Investigaciones con Enfoque Cualitativo (Elaboración propia, 2021)

Objetivo	Categoría	Subcategoría	Definición conceptual	Instrumento	Ítem
Determinar el proceso que conlleva la importación de la copa menstrual, en Costa Rica.	Proceso de importación	Registros sanitarios	Según (Araya, 2019) “La importación definitiva se ha entendido como la entrada de mercancías de procedencia extranjera que cumplan con las formalidades y los requisitos legales”	Cuestionario	1-3
Investigar y detallar las estrategias de comercialización que usan las empresas en el mercado doméstico.	Estrategias de comercialización	Mercado sostenible	Según (Romero, 2017), se refiere a la distribución de productos, los cuales involucran logística, distribuidores, hasta que lleguen a su consumidor final.	Cuestionario	3-6
Proponer un manual de buenas prácticas de comercialización en el mercado nacional.	Manual de buenas practicas	Educación	Según (Rodriguez, 2016) “aquellas experiencias que presentan unos principios de intervención, objetivos de trabajo y procedimientos que se consideran pertinentes”.	Cuestionario	7-9

Unidad de Análisis

En el presente trabajo de investigación se plantea una serie de unidades que surgieron a partir de los objetivos específicos de la presente, estos puntos a investigar contribuyen de gran

forma a los alcances planteados, para poder explicar la intensión principal de la unidad de análisis se menciona la definición en el libro Muestreo Estadístico Diseño y Aplicaciones; donde se describe de forma explícita la unidad de análisis como "...objeto de estudio es la unidad de análisis. Las unidades de análisis pueden ser individuos o grupos. Comúnmente son individuos, sin embargo, pueden ser agrupaciones de individuos, como familias, sindicatos, clubes o comunas" (Manuel, 2005).

Importación de copa menstrual

El proceso de importación definitiva, independientemente del tipo de bien del que se trate, siempre se encontrará íntimamente relacionado con el tema aduanal, donde se lleva a cabo el respectivo control aduanero que involucra la fiscalización, custodia y supervisión de las mercancías que se deben desalmacenar; todo esto bajo el reglamento que es el órgano superior nacional conocido como Dirección General de Aduanas y su Ley General de Aduanas, que rigen las funciones aduanales a cargo de los auxiliares de la función pública aduanera.

Dicho proceso de investigación involucra controles aduaneros desde el ingreso de un bien dentro del territorio costarricense hasta su posterior levante, este proceso involucra procesos en el cual se mencionan

(...) las operaciones aduaneras, los actos derivados de ellas, las declaraciones aduaneras, las determinaciones de las obligaciones tributarias aduaneras, los pagos de los tributos y la actuación de los auxiliares de la función pública aduanera y de las personas, físicas o jurídicas, que intervienen en las operaciones de comercio exterior, dentro del plazo al que se refiere el artículo 62 de esta ley. (Ley General de Aduanas, 1995)

En el texto anterior, se hace referencia, en parte a las funciones dentro del control aduanero; controles que pueden ser tanto inmediatos, a posteriori o permanente, dependiendo del régimen aduanero o modalidad aplicada y para poder realizar una importación, se debe conocer cuál será el destino de las mercancías a tratar, sin embargo, para efectos de esta investigación se desarrollará en específico el proceso de importación definitiva.

Artículo 54. —Información y documentos de la declaración de mercancías. La información que contendrá la declaración de mercancías y los documentos necesarios para la aplicación del régimen solicitado, así como los casos en que los

documentos que sustenten la declaración deban adjuntarse a ésta, y aquellos en que deban permanecer a disposición de la autoridad aduanera, bajo la custodia del agente aduanero o del declarante en su caso, serán establecidos por el Reglamento y la legislación nacional. (CAUCA, 2003)

Según lo dispuesto en el Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA,) en su artículo No 54, como se explica existen documentos e información necesaria para el sustento de la declaración de las mercancías, mismas que deben ser sometidas a los controles aduanales con el propósito de que posteriormente se autorice el respectivo levante, por parte de los funcionarios públicos encargados conforme a lo dispuesto en el Reglamento y en la legislación nacional.

En el caso de la importación de artículos de higiene personal, a nivel de requisitos aduanales se solicitan registros sanitarios, permisos de salud, notas técnicas para resguardar la salud y el bienestar de los ciudadanos, dentro de un país; los bienes importados como son las copas menstruales, un dispositivo de uso intrauterino, compuesto de silicón quirúrgico, con la función de almacenar la menorrea de forma periódica, son un claro ejemplo de artículos que necesita de los requisitos mencionados inicialmente.

Estrategia de comercialización

Para poder tener un alcance considerable a nivel de mercado es necesario contar con estrategias de comercialización que permitan abarcar y satisfacer las necesidades de los consumidores y les permita a los inversionistas, socios, propietarios obtener utilidades a raíz de sus ventas; según Edgar Arechavaleta las estrategias de comercialización son toda aquellas “(...) acciones estructuradas y completamente planeadas que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con la mercadotecnia tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado” (Arechavaleta, 2015).

Es importante destacar que los comportamientos y preferencias de los consumidores pueden ser temas altamente complejos, ya que existen numerosas variables que influyen en su decisión de compra; por esta razón, es importante analizar minuciosamente a la competencia para poder diseñar estrategias y alianzas que permitan competir con un determinado producto dentro del mercado. Sin embargo, para poder crear dichas estrategias de comercialización, es fundamental estudiar el mercado meta al que se desea alcanzar.

Según (Arechavaleta, 2015), una buena estrategia permitirá logre una favorable aceptación del consumidor final en el mercado; por lo tanto, al emplear estrategias de comercialización el

producto logra una mayor exposición y atención por parte del sector interesado en adquirirlo. Edgar menciona que los productos que cuentan como campañas publicitarias reciben una percepción por parte del público o audiencia interesada, dicho lo anterior, se le hace énfasis a la gran importancia que tienen las estrategias, las cuales se recomiendan que sean diferenciadas y que permita a la empresa sobresalir en el mercado donde compite.

Se enfatizan las buenas prácticas en la comercialización debido a que son la base fundamental para la cultura ecológica de las personas en la actualidad; por medio de un manual se puede contribuir a la concientización del pueblo y a promover cómo racionalizar los niveles de desechos emitidos a raíz de la contaminación y la preservación del medio ambiente para las futuras generaciones del planeta. La educación es trascendental para determinar el tema de esta investigación, según se propone en el siguiente argumento:

Las prácticas sustentables también se gestionan a través del desarrollo de nuevas tecnología, procesos industriales y transferencia de tecnología que permitan reducir la contaminación ambiental, además de otros impactos al medio ambiente (BRUNDTLAND, 1987). Otras prácticas como la selección de los residuos tienen mucha importancia, porque promueven el hábito de clasificación de los desechos sólidos en el origen como son las fábricas, reduciendo la cantidad de desechos que deben ser trasladados a los depósitos sanitarios (PASCHOALIN FILHO et al., 2014 Citado por Ayaviri, et al 2016)

Las prácticas de conservación ambiental son importantes, tanto para las empresas dentro del ámbito de desarrollo comercial como para las personas en el desarrollo urbano, también debe ser tema cultural y educativo de buenas prácticas a nivel de los hogares; se puede mencionar desde el racionamiento del agua, energías, separación de residuos según clasificación, evitar la contaminación sónica, la contaminación ambiental, entre otros. Afortunadamente, hoy en día, cada vez son más las empresas que se involucran en los procesos de buena gestión de los residuos y mayor racionamiento de los recursos que contribuya a la competitividad empresarial y, a su vez, que beneficie la reputación de la compañía.

Instrumentos utilizados en la investigación

Según (Gil, 2016), en su libro Técnicas e Instrumentos para la Recogida de Información, explica que los instrumentos son “todos los medios técnicos que se utilizan para registrar las observaciones o facilitar un tratamiento. Dentro de la expresión de “medios técnicos” están inmersos, por una parte, los instrumentos - objetos con entidad independiente y externa”. (p.23)

Con base a la información tomada del mencionado libro, se indica que el investigador debe elegir el instrumento que mejor se adecue a su investigación, desde la observación, test, cuestionarios, entrevistas, entre otros; para efectos de la presente investigación, se aplicará a modo de instrumento el cuestionario, entrevistas a la muestra seleccionada para el estudio, con el objetivo de obtener información verídica, validez y fiabilidad para el análisis de datos a realizar.

Entrevistas

Según (Gil, 2016), una entrevista es “una conversación verbal entre dos o más personas con una finalidad. Como instrumento es, un proceso de recolección de información con dos componentes, el entrevistado y el entrevistador”. (pag.201)

Según los objetivos de esta investigación, la entrevista aplicada se enfocará en reunir datos para conocer el punto de vista de 9 entrevistados, sobre el tema de interés. Se ahondará en una entrevista encaminada a la presente investigación, que se aplicará a una muestra conformada por 10 entrevistados, cuya información da un panorama más amplio con respecto a las variables del proceso de importación de la copa menstrual en Costa Rica y las estrategias de comercialización que usan las empresas, en el mercado doméstico.

Cuestionario

El cuestionario se enmarcaría en las técnicas orientadas a la sistematización del autoinforme de los participantes, tratando de estandarizar tanto las preguntas como las respuestas, bajo el supuesto de que la variabilidad observada en los datos será producto, en la mayor parte posible, bien de las variaciones reales entre los individuos o bien de un mismo sujeto en momentos diferentes. (Meneses, 2016) (pag.8)

Según Meneses (2016), uno de los tipos de encuestas que se puede aplicar se encuentra las de tipo abierta que se distinguen porque “se espera una respuesta, generalmente textual, elaborada por el participante a partir de sus impresiones, opiniones o creencias”. (pag.27) con el objetivo de

categorizar las respuestas que se reciban en la presente investigación, se aplicaran 10 cuestionarios con preguntas abiertas a la muestra, conformada por 10 informantes expertos en el tema, que pueda brindar argumentos, conocimientos, experiencias estrechamente vinculadas con los objetivos de este proyecto de investigación.

Proceso de recolección y análisis de datos

Se utilizaron fuentes primarias de primera mano para recabar ideas y datos de interés, donde se accede a información directa; dichas fuentes primarias se ejemplifican como “aquellas que contienen evidencias originales (González, 1994) citado por (Escudero & Cortez, 2018), donde explican que por información original, corresponde al origen del documento consultado; donde mencionan ejemplos como: “libros, informes técnicos, actas de congresos, normas técnicas y patentes, publicaciones periódicas, Tesis y ensayos”. (pag.75)

Dicho lo anterior, se plantea realizarles las entrevistas a sujetos directamente involucrados en temas de importación definitiva de mercancías dentro del territorio aduanero costarricense, en firmas tanto nacionales como internacionales que sirven de intermediarias para el consumo o uso definitivo del bien involucrado; además, también se utilizan como fuentes de primarias a personas tanto físicas a como jurídicas, propietarios, representante legal del bien ecológico estudiado, sujetos directamente vinculadas con la comercialización y producción de las copas menstruales, dentro del mercado nacional.

Por otra parte, cabe resaltar que para el desenlace de la presente investigación se emplearán tanto fuentes primarias como fuentes secundarias, lo anterior, con el objetivo de abarcar un mayor aprovechamiento de medios informativos dentro de la presente materia a indagar, por lo que para efectos del presente trabajo se realizará un enfoque de investigación únicamente cualitativo.

Con información que según (Escudero & Cortez, 2018) se trata de una “investigación que recaba información no cuantificable, basada en las observaciones de las conductas para su posterior interpretación” (pág. 22)

Una vez completadas las entrevistas, se recolectará información por medio de los cuestionarios aplicados, y se procederá a analizar las respuestas de cada participante, con el fin de estandarizar los puntos más sobresalientes por medio de una revisión que servirá de medio para la obtención de las categorías y posterior análisis de datos de la investigación; con el objetivo de profundizar las categorías o grupos de conceptos que surgen de los mismos datos,

consecuentemente, se clasificarán las unidades de análisis de la investigación para dar un mayor sentido y lógica a dicha información.

Una vez completado lo anterior, se podrán discutir y respaldar los resultados de la investigación, por medio de las conclusiones obtenidas, permitiendo proyectar al lector una mayor comprensión sobre los temas abarcados a lo largo de la indagación del tema, cuyos métodos aplicados que permitan proyectar los descubrimientos a raíz del análisis de las categorías.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS

En el presente capítulo se analizarán los datos obtenidos a través de una muestra de 9 informantes, cuyos argumentos son valiosos para los objetivos de esta investigación. Las respuestas obtenidas de la muestra seleccionada se podrán plasmar según las opiniones de los 9 sujetos entrevistados, cuyo criterio profesional respalda y sustenta el desarrollo del presente trabajo. Las encuestas aplicadas a esta población contaban con preguntas puntuales y abiertas, con el fin de capturar importante información sobre el tema de investigación, relacionado con el proceso que conlleva la importación de la copa menstrual, en Costa Rica, y las estrategias de comercialización que usan las empresas en el mercado doméstico.

En este capítulo IV se llevará un orden, en el cual en primera instancia se plasmará una tabla que muestre de forma expresa las unidades de análisis a desarrollar, donde de forma continua se expondrán las categorías que salen a partir de las mismas unidades; lo anterior es una representación de las respuestas obtenidas en esta investigación, que esclarece los datos obtenidos, a partir de los aportes de la muestra.

Es importante recalcar que las unidades de análisis nacen a partir de los objetivos específicos de la investigación planteada, por lo que se sigue una jerarquía donde la primera unidad de análisis a mencionar es la importación de copa menstrual, el cual se enfoca en todos los aspectos técnicos dentro de los procesos aduanales, y como segunda unidad de análisis se establecen las estrategias de comercialización de los bienes ecológicos, que podrían optimizar la circulación de estos dentro del mercado costarricense, como tema de estudio.

Por medio de la tabla, se describirán los términos y las definiciones asociadas a las categorías que se obtuvieron a partir de las unidades de forma tal que se pueda vincular la relación existente entre el objetivo específico planteado, la unidad de análisis y sus respectivas categorías obtenidas en las repuestas de los entrevistados profesionales en la materia.

Tabla 3. Unidades y Categorías de Análisis

Objetivos	Unidad de Análisis	Categorías
Determinar el proceso que conlleva la importación de la copa menstrual en Costa Rica.	Importación de la copa menstrual	Proceso de importación
		Convenios Ambientales
		Cumplimiento de requisitos
		Mercado meta
		Apoyo de intermediarios
Investigar y detallar las estrategias de comercialización que usan las empresas en mercado doméstico.	Estrategias de comercialización	Alianzas estratégicas
		Potenciales puntos de venta
		Buenas practicas
		Responsabilidad social
		Productos amigables con el ambiente
		Educación al consumidor
		Posicionamiento del producto
		Beneficios económicos a largo plazo
Producto de interés sanitario		
Trazabilidad de residuos		

Fuente: Elaboración propia con datos de la presente investigación, San José, 2021

Unidad de Análisis I: Importación de la Copa Menstrual

En la presente unidad de análisis se trabaja todo lo relacionado con el desalmacenaje de la copa menstrual, en materia de requisitos aduanales y solicitudes específicas a las entidades a cargo. Todo lo anterior, dentro de las fronteras costarricenses, donde se enfatiza la gran importancia que recae en asesorarse muy bien, previamente de realizar un intercambio comercial entre uno o más países. Es importante informarse con respecto a todo lo que implica la documentación y procesos aduanales en el país, porque es un tema crucial para obtener el respectivo levante de las mercancías.

Cuando se hace referencia a la palabra importación, se debe de relacionar con todo lo relativo a la introducción de “mercancías de procedencia extranjera o de zona franca al territorio aduanero nacional, cuyo fin es contribuir al desarrollo de los países en áreas como la económica y la política” (Álava & Moreno, 2016)

Con respecto a las categorías obtenidas a partir de las unidades de análisis, se exponen las siguientes:

1. Proceso de importación
2. Convenios Ambientales
3. Cumplimiento de requisitos
4. Mercado meta
5. Apoyo de intermediarios

Categoría 1: Proceso de importación

Descripción

El proceso de importación, según la información obtenida por medio de las entrevistas aplicadas a los sujetos seleccionados, quienes por su parte dominan los temas relacionados con la importación definitiva, mismo temas que involucran barreras arancelarias y no arancelarias, entre las cuales para efectos de la copa menstrual se necesitará el registro sanitario ante el Ministerio de Salud, y el registro de la Nota Técnica 57 ante la Promotora de Comercio Exterior por medio de la Ventanilla Única de Comercio Exterior versión 2.0 que al encontrarse estrechamente vinculados a

las gestiones aduanales que implica el proceso de importación, los participantes objetan lo siguiente:

- Ahora es más sencillo que cuando iniciamos nosotros, sin embargo, en Latinoamérica el trámite es largo y tedioso (entrevistado 4)
- El proceso Aduanal es el mismo que el de cualquier producto similar que no sea amigable con el ambiente, ya que está característica no influye en el mismo. Una vez que se tiene la compra en origen y se importa el producto para nacionalizar, cómo cualquier producto de esta clase se debe presentar la muestra ante el ministerio de salud y así conseguir el registro para luego poder tramitar el FAD y poder finiquitar la nacionalización. (entrevistado 6)
- Es complicado por las regulaciones aduanales y los permisos que requiere. (entrevistado 7)
- Al igual que con cualquier otro producto, mientras cumpla con todos los requisitos, su documentación sea la correcta, y se adquiera un buen servicio logístico, el proceso debería ser ágil o al menos no presentar muchas trabas. (entrevistado 8).

Análisis

Al considerar lo aportado por medio de las entrevistas, se puede resaltar que los entrevistados consideran el proceso de importación como un proceso engorroso y hasta complicado, debido a que existen solicitudes y tramitologías a nivel superior que se deben de completar para poder liberar un bien de aduanas, independientemente de si el mismo necesita de permisos de salud, registros sanitarios, solicitar el respectivo FAD en la Ventanilla Única de Comercio Exterior, notas técnicas, barreras arancelarias y no arancelarias, que se resumen en procesos burocráticos.

El FAD esta directamente enlazado a la Tecnología de la Información para el Control Aduanero, conocida por su acrónimo TICA, según lo que indica la página de PROCOMER, funciona como un

Formulario de Autorización de Desalmacenaje (FAD), y a su vez enviar el mensaje XML al sistema TICA (Tecnología de la Información para el Control Aduanero), logrando así, un trámite más ágil y simplificado, además de ser una herramienta amigable para el proceso de desalmacenaje de mercancías otorgada por las autoridades competentes. (PROCOMER,2012)

Cabe mencionar que, al cumplir los requisitos aduanales solicitados, tanto a nivel de aduana como ante el ministerio correspondiente en autorizar los permisos de salud, se puede dar por hecho que después de lo mencionado, el proceso de liberación no tiene por qué complicarse debido a que la diligencia estaría próxima a culminar por medio de la extinción de la obligación tributaria comunicada por la aduana. No está de más señalar que, si el valor aduanero declarado en la guía aérea o en la factura comercial, es de mayor a los \$1000, se dice que se encuentra retenido en aduanas, por lo tanto, se deberá contratar los servicios de una agencia aduanal para su respectiva liberación de agencia.

En adición a lo anterior, cabe resaltar que los costos de aduana se pueden ver afectados por el nivel de eficiencia de la agencia aduanal donde su administración tiene un papel fundamental de gran influencia sobre el comercio internacional entre uno o más estados que busque establecer contratos e intercambios entre sí, por que en resumen se puede fundamentar que las aduanas deben de actuar con rapidez.

Sin embargo, para las aduanas significa un reto poder trabajar de forma fluida ante la gran demanda de servicios aduanales para el movimiento de bienes tanto de importación como de exportación, mismos que involucran el cumplimiento de requisitos aduanales y que, por otra parte, se deben de contemplar el cumplimiento de los tiempos de importación, la competitividad logística y la calidad sobre los servicios empleados en los procesos de despacho para el consumo definitivo en el mercado.

Categoría 2: Apoyo de intermediarios

Descripción

En la presente categoría se cubrirán puntos importantes al incursionar dentro del mercado nacional para las empresas que buscan una mayor distribución de sus productos, deben de buscar soporte de otras entidades que les permita un mayor alcance en el desarrollo de actividades. Dicho lo anterior y ante la necesidad de lograr abarcar acciones que no son cubiertas por la empresa, se utiliza el apoyo de instituciones o empresas terceras que sirven de apoyo intermediario.

En el siguiente párrafo, se ilustran las respuestas de la muestra, mismas que con sus aportes contribuyeron a definir y plantear la categoría que enfatiza en lo importante que es para las empresas poder contar con el apoyo de intermediarios en la distribución de sus bienes y servicios.

- Para comercializarlo como se debe se necesita financiamiento o inversión, invertir en educación-imagen-videos etc. Enseñarle a la gente las razones del porqué utilizarlo y crear una necesidad (entrevistado 1)
- Política, competencia y la ignorancia del pueblo (entrevistado 2)
- Son productos difíciles o caros de producir, por lo que sus precios son mayores y se necesita una inversión grande para poder dar respuesta ante la demanda o los porcentajes de comisión en los lugares para comercializar (entrevistado 3)
- Falta llegar a más medios de comunicación para dar a conocer más de ella (entrevistado 4)
- Tal vez por la falta información del mismo, uso beneficios, costo e higiene (entrevistado 6)
- El poco o nulo apoyo de las autoridades competentes para agilizar los trámites de nacionalización, para distribución y colocación en el mercado. (entrevistado 10).

Análisis

En Costa Rica, las pequeñas y medianas empresas en la actualidad no cuentan con suficiente apoyo o asesorías por parte de las entidades, tanto públicas como privadas, adicional a lo anterior, se agrega también la falta de conocimiento de salud financiera, tecnologías, competencia, distribución o alianzas, por lo que se atribuye a las limitadas políticas sociales y educativas, dentro de la sociedad, si se contara con un mayor apoyo por parte del estado, las pymes nacionales que se lanzan al mercado podrían dar una mejor respuesta a los posibles cambios o externalidades que se puedan presentar.

Por esta razón, es de gran importancia que se implemente en la sociedad un plan social que luche contra la exclusión y brinde una mayor educación en la toma de decisiones, ante los retos y a su vez también cuenten con una capacitación enfocada a los comercios que apuestan todo en sus negocios para que su estructura empresarial cuente con estabilidad, ante las exigencias económicas de la sociedad, en cual este puede ser un impedimento que afecta al poder adquisitivo de los emprendedores.

Por otra parte, también se puede establecer apoyo de intermediarios como son los comercios, permitiendo un crecimiento gradual entre ellos; por otra parte, también se encuentra los servicios de outsourcing que le permite a los comercios cubrir operaciones, las cuales no están contempladas

en la estructura organizacional; esto puede ser una gran alternativa para distribuir los productos y hasta darlos a conocer en el mercado.

Existen trabas dentro de las cuales los empresarios deben afrontar en sus operaciones algunos obstáculos a la comercialización como la falta de financiamientos, procesos burocráticos y hasta altas comisiones por ventas sobre un producto tercero, dentro de un establecimiento comercial, por lo que como alternativa ante la problemática se establece mejorar los vínculos comerciales existentes para potencializar los beneficios y las oportunidades dentro del encadenamiento comercial.

Categoría 3: Convenios Ambientales

Descripción

La categoría número dos se seleccionó debido a que los entrevistados destacaron la gran importancia que tiene el importar bienes reutilizables y amigables con el ambiente, a lo que agregaron que se deben de cumplir los convenios y compromisos ambientales, porque se debe contribuir a reducir la huella ecológica dentro del país y así formar parte del aporte mundial.

- Debería tener aranceles más bajos y suelen estar afectos a notas técnicas producto de ser amigables con el medio ambiente y negociados en convenios internacionales, por ejemplo, el protocolo de Montreal. (entrevistado 1)
- Costa Rica se comprometió a ser carbono neutral en la generación eléctrica para el 2020 y a partir de ese año prometió seguir una ruta de reducción de emisiones hasta el 2030; razón por la cual, Costa Rica ha tomado varias decisiones entre ellas eliminar la dependencia a los combustibles fósiles y la dependencia de productos derivados del petróleo, como el plástico. Asimismo, Costa Rica es parte de varios proyectos país, debido a compromisos internacionales que ha realizado en abierto compromiso con el medio ambiente. Por lo tanto, se espera una buena aceptación por parte del país en cuanto a medidas y productos de este tipo; sin embargo, se sabe que en la realidad influye mucho la política por encima de la ley, y la toma de decisiones a lo interno, no son unilaterales, la división de poderes en la república y criterios dentro de instituciones a veces entorpece unas iniciativas y apoya otras. (entrevistado 2)

Análisis

Los acuerdos internacionales son relevantes en los temas de comercio internacional; tanto es así que se crean convenios internacionales con acuerdos internacionales, en donde se pretende contrarrestar los efectos que se obtienen a raíz de los desechos, la contaminación o cualquier deterioro ambiental, producido a causa del hombre. Por estas razones, nacen las preocupaciones ambientales que involucran a toda la humanidad y que nace la necesidad de fomentar prácticas sobre políticas de manejo de desechos, su procesamiento y reutilización de recursos, todos vinculados al desarrollo sostenible, donde se le dé una especial atención a las malas prácticas ambientales que surgen a raíz del comercio.

Costa Rica se encuentra comprometido a reducir la huella de carbono dentro del país, por lo que se afirma que forma parte de diferentes acuerdos que buscan la contribución de los, fomentando practicas amigables con el medio ambiente. Por ejemplo, actualmente forma parte del Acuerdo París que busca reducir el cambio climático, donde resalta la importancia de mostrarse conforme a reconocer “que las Partes pueden verse afectadas no solo por el cambio climático, sino también por las repercusiones de las medidas que se adopten para hacerle frente” (Asamblea Legislativa, 2016)

Por otro lado, también se menciona el Protocolo de Montreal Relativo a las Sustancias Agotadoras de la Capa de Ozono, donde se enfoca en el cuidado y manejo de todo tipo de sustancia que pueda corroer la ozonfera terrestre, la cual se encarga de proteger a la tierra contra los rayos ultravioletas (UV). Por lo que la aprobación de este protocolo dentro de Costa Rica alude a lo establecido dentro de la ley 7223:

Conscientes, de que, en virtud del Convenio, tienen la obligación de tomar las medidas adecuadas para proteger la salud humana y el medio ambiente contra los efectos nocivos que se derivan o pueden derivarse de actividades humanas que modifican o pueden modificar la capa de ozono (Asamblea Legislativa, 2018)

El compromiso ambiental de Costa Rica también recae en la descarbonización, fomentando el uso de energías limpias o eléctricas, en sustitución de los combustibles fósiles o derivados como el plástico; por lo que se establece como proyecto que para el año 2050, Costa Rica cuente con cero emisiones de carbono, según lo establecido dentro del Plan de descarbonización. Por lo que vale la pena mencionar lo que publica el periódico (La República, 2020), “Costa Rica sumará, al concluir

2020, el sexto año consecutivo con más del 98% de generación renovable, según datos del Centro de Control de Energía.”

La Republica Costarricense, según datos obtenidos los comunicados en la página web de la Presidencia, indica que solo en el año 2019 el país utiliza casi en su totalidad, fuentes de recursos limpios;

Costa Rica alcanzó durante este 2019 un 99% en producción de energía limpia. Según el Centro Nacional de Control de Energía (CENCE), este es el quinto año consecutivo en que el país logra la generación eléctrica renovable -casi en su totalidad- de recursos limpios como el agua, viento, geotermia, biomasa y sol. (Casa Presidencial , 2019)

Adicional a los acuerdos mencionado, se destaca el Convenio de Basilea en el cual Costa Rica se compromete a cumplir con los requerimientos aduanales en temas de importación definitiva de materiales peligrosos por medio de los movimientos transfronterizos, así manteniendo el control sobre los desechos y su posterior eliminación, donde según el decreto ejecutivo N° 23927 del 13 de diciembre de 1994, la República de Costa Rica se adhiere al presente Convenio de Basilea sobre el control de los movimientos transfronterizos de los desechos peligrosos y su eliminación, el cual se ilustra explícitamente en el siguiente texto:

Toda persona que requiera transportar residuos peligrosos dentro o fuera del territorio nacional, requiere ser autorizado por parte de la autoridad competente (Ministerio de Salud), para lo que deberá realizar el trámite que lo permita. Con el objetivo de controlar la Gestión integral de los residuos peligrosos. (Ministerio de Salud)

Dicho texto, alega que para que se debe de cumplir con el mencionado requisito ya que estos materiales podrían ser una amenaza al medio ambiente y para la salud humana, teniendo en cuenta Costa Rica al formar parte de dicho convenio, debe de resguardar la seguridad del estado y a sus habitantes, llevando a cabo un correcto transporte y despachos de dichos residuos, garantizando una correcta eliminación de estos, donde se estipula que “todo Estado tiene el Derecho soberano de prohibir la entrada o la eliminación de desechos peligrosos y otros desechos ajenos en su territorio” (Procuraduría General de la República de Costa Rica).

Categoría 4: Cumplimiento de requisitos

Descripción

El despacho aduanero conlleva el cumplimiento obligatorio de requisitos basados en la reglamentación dentro de la legislación aduanal del país, con respecto a las entrevistas aportadas, se mencionan escenarios que involucran el cumplimiento de requisitos a la importación de insumos, tramitologías establecidas por el gobierno local; para que se dé la salida de las mercancías en aduanas, se procede a explicar el cumplimiento de requisitos, basados en las respuestas de los entrevistado de la presente investigación.

El proceso de nacionalización, para los que inician sus operaciones en el mercado internacional, puede resultarle un proceso frustrante, debido a las operaciones implicadas en la gestión; con el fin de precisar de una forma más clara el cumplimiento de requisitos, se menciona la explicación de Indira (2017) "... en todas las operaciones del comercio exterior que implique ingreso o salida de bienes, se deben cumplir con los trámites o requisitos propios del despacho aduanero, la cual se le denomina obligación aduanera." (Nuñez, 2017)

Dicho lo anterior, se muestran las entrevistas donde se obtienen la presente categoría;

- Burocrático (entrevistado 3)
- Debe tener pruebas del ministerio de comercio o del de salud para aprobarse (entrevistado 5)
- Dependiendo del tipo de artículo, puede dificultar la salida de aduanas, al tener que cumplir con requisitos no arancelarios (entrevistado 9)
- Creo que sería un proceso lento y engorroso, a menos que se pruebe con anticipación que trae beneficios al medio ambiente. (entrevistado 10)

Análisis

Según lo aportado por los sujetos entrevistados, se puede enfatizar que reconocen que es un proceso laborioso, por lo que es importante comprender las normas aduanales involucradas, mismas que pueden ser para el control, la regulación o restricción de ciertos bienes destinados a la importación, por lo que es obligación de cada persona física o jurídica cumplirlas; sin embargo, el

tema vinculado a los procesos aduaneros son cruciales, ya que le permiten a los usuarios involucrados trabajar con mayor rapidez y eficiencia.

Según Indira (2017) en su investigación Impacto de la nueva regulación aduanera en el desaduanamiento en el régimen de importación de mercancías hace énfasis a lo que corresponde un proceso aduanal de la siguiente forma;

Huamán (2015), un sistema aduanero está formado por una serie de principios, reglas, pautas, ordenamientos, procedimientos, métodos, instrumentos jurídicos y demás disposiciones articulados y coherentes relacionados entre sí, y su finalidad es regular el tráfico internacional de mercaderías, personas y medios de transporte que ingresan y salen del territorio aduanero de un país. (Citado por Núñez, 2017)

Por lo tanto, el proceso aduanal implica una serie de normas vinculadas directamente a leyes y políticas establecidas por los entes gubernamentales, encargadas de intervenir y mediar la importación de bienes. Estos requisitos pueden volverse burocráticos dependiendo del artículo que se planea ingresar dentro del territorio costarricense, por lo que se deben de reunir los requisitos tales como barreras no arancelarias, permisos de salud, extinción de impuestos, aranceles, entre otros, mismo que según el texto enfocado en la competitividad de las aduanas ante el comercio internacional el siguiente texto:

Con el fin de determinar las variables que inciden en la competitividad de las aduanas, se agrupan las variables de la siguiente manera: en el factor uno se sitúan las variables aduana y otros impuestos para la importación, volumen de exportaciones, volumen de importaciones, valor de importaciones y valor de exportaciones (Zamora & Lenin, 2015)

El cumplimiento de requisitos en el mercado nacional es obligatorio para poder participar dentro del mercado doméstico de forma competitiva, cabe resaltar que los procesos de nacionalización, carga y descarga de bienes conllevan servicios que se pueden considerar obstáculos implicados al proceso aduanal en el cual se pueden presentar posibles variables que repercuten en demoras y por consiguiente en disgustos por parte del consignatario.

Categoría 5: Mercado meta

Descripción

La presente categoría surge a partir de la información aportada por los entrevistados, quienes dieron un gran énfasis al mercado meta o mercado potencial, por lo que se procede a describir el concepto principal, con base a lo descrito por dos grandes autores (Kotler & Armstrong, 2007) donde describen el mercado como "... el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual, puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio". (Citado por Valdez, 2018)

Con la ambición de poder llegar al cliente final, es de gran importancia que se dé una segmentación de mercado que le permita al comerciante analizar desde una perspectiva más cuidadosa, las cualidades o características que distinguen a un mercado en específico, esto con el objetivo de poder atender a las necesidades de los consumidores de una forma óptima para poder alcanzar un posicionamiento dentro del mercado.

Existen varios tipos de segmentación de mercado, dentro de las cuales se mencionan cinco tipos, según Álvaro Valdez (2018);

Segmentación geográfica (regiones, tamaño del mercado, densidad del mercado o clima), segmentación demográfica (edad, sexo, ingresos, antecedentes étnicos o ciclo de vida familiar), segmentación psicográfica (personalidad, motivos, estilos de vida o geodemografía), segmentación por beneficios (beneficios buscados) y segmentación por tasa de uso (anterior, potencial, ligero, irregular, mediano o fuerte).

Dicha categoría, nació a raíz de las opiniones de los sujetos entrevistados, quienes afirman que los consumidores dentro del mercado ecológico comparten ciertas variables en común, nótese las repuestas en el siguiente párrafo:

- Depende de quién lo compre, creo que influye el tipo de población que tenga el ojo encima, ya que hay gente más consciente que otra, en lo que respecta al tema ambiental, por su nivel de educación, temas que les interesa, influencias familiares, lugar donde vive etc. Aunado a lo anterior, si hablamos ya de una industria, la decisión de invertir en eso ya sería, el costo beneficio, la responsabilidad social

empresarial, o el compromiso ambiental que tengan como empresa. Así como si quieren incorporar a su empresa normas ISO. (entrevistado 2)

- Propiamente de la copa menstrual, el aporte que damos al medio ambiente, muchos pensamos en disminuir al máximo nuestra huella ecológica. (entrevistado 4)
- La conservación del ambiente y la economía a largo plazo. (entrevistado 7)
- "La concientización de utilizar productos amigables con el medio ambiente, para disminuir la contaminación y promover la huella verde."(entrevistado 8)

Análisis

Según los aportes de los entrevistados, se destaca que las compras de los productos ecológicos van a depender de la educación de los consumidores, ya que hay consumidores que por conciencia ambiental eligen bienes que sirvan del aporte positivo al medio ambiente y a la promoción de una menor huella ambiental; por otra parte, también se destacan los beneficios que se obtienen al optar por artículos amigables con el ambiente, tanto en temas de conservación ambiental como en el aspecto económico, ya que los productos que se pueden reutilizar requiere en la mayoría de los casos, una única inversión.

Los consumidores que basan sus decisiones de compra directamente con la conciencia ambiental están anuentes de que estos productos son más duraderos, por lo tanto reutilizables y con mayor practicidad, según las repuestas recibidas, la toma de decisiones de compra dependerán del grado de información y educación con las que cuentan los consumidores; por lo que se puede decir que a mayor información acerca del daño directo ambiental que causan los productos de un solo uso, mayor sería la preferencia de compras de "huella verde".

En Costa Rica, cada vez más son las empresas que se comprometen a seguir normativas y reglas ISO, tales como 14001, relacionado directamente con la gestión ambiental, donde se promueven iniciativas que protegen el ambiente, en el cual se asegura una adecuada gestión sobre los residuos; también, se busca reducir la huella de carbono en los procesos productivos.

Unidad de Análisis II: Estrategias de comercialización

En la segunda unidad de análisis dentro de la presente investigación, se realiza un análisis acerca de cuáles podrían ser las obstrucciones comerciales que existen dentro del mercado, en el cual se pretende obtener las variables que no le permite a los bienes reutilizables, como la copa menstrual, lograr alcanzar el punto de equilibrio dentro del mercado de competencia perfecta. En el presente análisis se pretende que, por medio de estrategias, se pueda crear una necesidad de compra en el consumidor y por lo tanto establecer una fidelización del cliente.

Cuando se satisfacen las necesidades de los clientes, de forma implícita se le provee al consumidor una experiencia en la cual se tiene como objetivo su confianza; para lograr alcanzar este objetivo, es importante generar nuevas ideas frescas, nuevas estrategias y un buen manejo de las tecnologías para poder adquirir una mayor exposición en el mercado, por medio del uso de las redes sociales, por mencionar un ejemplo.

Por medio de las estrategias de comercialización, se busca despertar el interés del consumidor para que adquiera los bienes ofrecidos, con el objetivo de obtener una mayor participación comercial; por otra parte, según la revista Académica Institucional de la Universidad San Marcos, el posicionamiento tiene como fin lo siguiente:

El fin es ubicar la marca en la conciencia del gran público para maximizar los beneficios potenciales de la empresa. Un posicionamiento de marca adecuado sirve de directriz para la estrategia de marketing puesto que transmite la esencia de la marca, aclara qué beneficios obtienen los consumidores con el producto o servicio, y expresa el modo exclusivo en que éstos son generados. (Revista Académica Institucional RAI, 2020)

Dentro de la presente unidad de investigación se despliegan las siguientes categorías a analizar;

1. Alianzas estratégicas
2. Potenciales puntos de venta
3. Buenas practicas
4. Responsabilidad social

5. Productos amigables con el ambiente
6. Educación al consumidor
7. Posicionamiento del producto
8. Beneficios económicos a largo plazo
9. Producto de interés sanitario
10. Trazabilidad de residuos

Categoría 1: Alianzas estratégicas

Descripción

Una alianza estratégica va a consistir en la relación existente entre dos o más firmas, con acuerdos y planes de acción para alcanzar captación de recursos en el mercado. La presente alianza puede ser aplicada por medio de acuerdos, técnicas o procedimientos entre las compañías, los aportes de los entrevistados se expresarán en el siguiente listado:

- No hay derrames, ni tiempos pequeños para cambio de copa como en las toallas; además, son bastante limpias una buena campaña de salud podría ayudar, hay gente que desconoce su cuerpo o le teme. (entrevistado 5)
- Enfocar en una buena campaña verde, vender esa idea (entrevistado 6)
- Promover una campaña de cultura ecológica en redes sociales; esto significa un bajo costo y cero contaminaciones para promocionar un producto amigable, con el ambiente, apoyado en la venta de la marca país, reconocida mundialmente. (entrevistado 10)

Análisis

Una estrategia es de carácter esencial para las empresas; esto con el objetivo de dar continuidad a sus operaciones en el mercado; donde por medio de la toma de decisiones y del análisis del mercado se pretende optar por nuevas oportunidades para impulsar las ventas.

Según la definición de la cámara de comercio de Bogotá, en el artículo acerca de cómo gestionar alianzas para explorar nuevas oportunidades de negocios se explica lo siguiente:

Las alianzas son un acuerdo entre una o varias empresas, y es una manera de adquirir, de forma rápida, las competencias necesarias y para reducir al mismo tiempo tus costos. Sirven para que la empresa aproveche los conocimientos y experiencias de otras compañías. Identifica lo que hace mejor tu posible aliado y redistribuye las actividades. (Camara de Comercio de Bogota, 2020)

Entre las repuestas brindadas por los entrevistados, se mencionan ciertos aportes que pueden contribuir a mejorar del posicionamiento, así como de las ventas en el mercado, permitiendo una mayor participación de productos reutilizables, dentro de la demanda de los consumidores; lo anterior por medio de las mencionadas alianzas entre comercios que permitan una mayor exhibición y promoción de los productos, donde ambas partes resultan ser beneficiadas mutuamente.

Entre otras contribuciones recibidas por medio de los sujetos, se encuentra la idea de que las empresas comercializadoras de bienes contribuyan con el ambiente; se encuentran las campañas de publicidad, que promuevan la salud de las personas y el bienestar ecológico del planeta tierra, promover la educación y la concientización en los consumidores; cultivar una mayor cultura ecológica en los compradores, donde conservar el planeta para las futuras generaciones forme parte de las prioridades y en las decisiones de compra.

Dichas campañas pueden ser tanto verdes como de salud y hasta de concientización ecológica; este tipo de publicidad ecológica busca persuadir y orientar a las personas, sin embargo, no es una tarea fácil, ya que el factor cultural de las personas influye mucho en la recepción de los mensajes informativos; por dicho motivo, es necesario poder informar acerca de las consecuencias

globales. Otro de los temas de interés vinculados con las campañas ecológicas, se encuentra el marketing verde, el cual es descrito por Aguilar (2016), en el siguiente texto:

El marketing verde está encaminado a promover el consumo de productos amigables con el medio ambiente; a conocer a los compradores, sus costumbres, hábitos de compra y consumo; pero también este tipo de marketing debe ser el reflejo de prácticas responsables interiorizadas en la estrategia corporativa. Por tanto, se convierte en una buena oportunidad para que las empresas puedan innovar procesos, a generar cambios en sus estructuras y en sus métodos de producción y publicidad. (Aguilar, 2016)

En el texto anterior, se hace alusión a la responsabilidad que tienen las empresas productoras en influir entre sus colaboradores, clientes y socios industriales a nivel del planeta, sobre políticas de cultura productiva amigable con el ambiente, con lo cual logre alcanzar crecimientos y aportes económicos a nivel interno, permitiendo también, colaborar en la reducción de residuos sólidos y aumentar las prácticas de control y manejo del medio ambiente.

Categoría 2: Potenciales puntos de venta

Descripción

La presente categoría número 2, surge a raíz de las opiniones emitidas por medio de las muestras; gracias a sus aportes se analizarán los puntos de ventas óptimos, donde pueden comercializar los productos ecológicos, lo anterior surge de las siguientes respuestas:

- *farmacias, empresas destinadas a productos ecoamigables (entrevistado 2)*
- *e-commerce, farmacias, supermercados, consultorios médicos (entrevistado 3)*
- *En todo comercio donde reciban una buena asesoría (entrevistado 4)*
- *Si se inscribe ante el Ministerio de Salud como un producto de "libre venta" se debe comercializar en supermercados, donde la afluencia de público es mayor.*

Análisis

Para poder comprender más a fondo el porqué de las respuestas de los entrevistados, es necesario explicar que es un punto de venta, el cual es definido por Martínez (2005), es el centro

convergente de los intereses particulares de todos los actores comerciales, citado por (Arango, 2015).

Actualmente en Costa Rica, los productos ecológicos se pueden encontrar en numerosas tiendas de venta masiva como los supermercados, tiendas de mayoreo, entre otros; sin embargo, cuentan con la particularidad de que existe una diferencia entre el precio del bien común con respecto al ecológico, muchos de los compradores con conciencia ambiental, acceden a adquirir estos artículos, a pesar de que poseen un monto mayor; estos bienes aún tienen un largo camino por , ya que lo ideal sería que la mayor parte de los consumidores asuman su responsabilidad ecológica.

Otro de los puntos de venta potenciales que se menciona, corresponde a las farmacias y a los consultorios médicos, para el caso de los artículos de higiene femenina como son las copas menstruales, dentro del país; de momento, dichos artefactos no son vendidos en centros de venta y de consumo como en los supermercados y las farmacias por numerosas razones; una de ellas, la burocracia que existe para poder formar parte de droguerías, farmacias o supermercados, es la falta de interés de la administración interna y la aceptación del mercado con respecto a la misma.

En los países más desarrollados es común encontrar este tipo de aparatos intrauterinos, en numerosas tiendas de abastecimiento, farmacias, entre otros, por lo que Costa Rica no debería ser la excepción, al considerar la trazabilidad de residuos sólidos a partir del uso de las toallas sanitarias, tampones o cualquier otro producto para la higiene femenina y de índole absorbente. Por otra parte, según la información obtenida de los entes comercializadores de dichas copas, la mayoría de los puntos de ventas físicos dentro del país, son tiendas de productos naturales como lo son las macrobióticas y por medio no físicos como el comercio electrónico.

Es importante resaltar que este tipo de bien es un producto de primera necesidad, y que se le debe brindar mayor enfoque e interés, ya que es una condición de la población femenina que debe de vivir desde la menarquia hasta el fin de la edad reproductiva. El tema de la higiene menstrual según la UNICEF (2019) “es un tema de derechos humanos, tiene que ver con la igualdad de género, derecho al agua y saneamiento, a la salud, a la educación, a la participación”.

Categoría 3: Buenas prácticas

Descripción

En la presente categoría se expone la importancia de manejar buenas prácticas en la comercialización de los bienes ecológicos, dentro del país y, a su vez señalar cómo este repercute de manera positiva en la subsistencia del ambiente, según el Manual de Gestión Editorial de Revistas Científicas de Ciencias Sociales y Humanas: Buenas prácticas y criterios de calidad; se describe el término buenas prácticas así: “se traduce como la sumatoria de las experiencias que por consenso se postulan como las más positivas o exitosas en el marco de un proyecto editorial y que provienen del conocimiento disponible” (Aparicio et al 2016),

En la presente categoría de buenas prácticas, la cual fue obtenida a partir de los aportes de la muestra, se habla de los motivos por lo que los productos amigables no tienen gran peso sobre la demanda de los consumidores, donde una parte importante de la población no está familiarizada con los beneficios de estos, por falta de información, poca comunicación de la prensa con respecto a las razones del porqué preferirlos; por lo que se pretende educar al consumidor sobre lo beneficioso que es para el bolsillo, preferir productos de más de un uso.

Por otra parte, la razón de ser de dicho manual recae en funcionar como una herramienta útil de información para las pymes que desean iniciar sus operaciones comerciales en el mercado; es necesario explicar el significado de buenas prácticas, el cual se define de la siguiente manera “... colección de recomendaciones que vienen del mundo profesional y que suscitan un consenso en un dominio dado” (Luc, 2016).

En adición a lo anterior, se plantea también la creación de conocimiento y aprendizaje como un capital intangible, el cual busca poder compartirse con cualquier persona que así lo necesita para que exista una correcta diligencia de las personas que reciben la información directamente; donde dicho objetivo se espera que fortalezca el desempeño de las personas involucradas o interesadas en leer o estudiar la importancia de las buenas prácticas.

Para poder llevar a cabo las buenas prácticas comerciales, es necesario abarcar temas como la investigación y un proceso que permita valorar, identificar y manipular la información para entender el entorno comercial, tomar decisiones y valorar posibles resultados en los objetivos.

Con respecto a lo descrito en los párrafos anteriores, se obtuvieron las siguientes categorías correspondientes a la presente unidad de análisis mencionada:

En el siguiente segmento, se describe la categoría con base en las opiniones de los profesionales involucrados en las entrevistas de la investigación, todos los anteriores directamente vinculados en materia de comercio internacional y material aduanal, con base en las respuestas, se explicarán la presente categoría.

dicha categoría expresada en las respuestas de la muestra se denota se la siguiente forma:

- Por amor al medio ambiente y por crear consciencia en mí mismo y los demás.
(entrevistado 1)
- Por tener una menor huella de carbono (entrevistado 2)
- Porque urge hacer cambios en nuestra vida cotidiana, la humanidad debe cambiar para poder proteger el medioambiente, y por supuesto, no podemos dejar de lado los beneficios en nuestra salud que nos brinda emigrar a la copa menstrual
(entrevistado 4)
- Porque estaría contribuyendo a conservar y asegurar un planeta más limpio y saludable para todos los ecosistemas y para las presentes y futuras generaciones.
(entrevistado 10)

Análisis

Con base en las respuestas recibidas, se puede afirmar que, en relación con las buenas prácticas, en este tema corresponde a las buenas prácticas comerciales y ecológicas que implican el cambio de conductas y consecuentemente, a las actividades cotidianas que permitan una mayor conservación del ambiente; lo anterior, independientemente de que sea una tendencia actual o no; lo realmente importante, es el hecho de sopesar las acciones degradantes donde el ser humano es el principal protagonista.

Debido a lo anterior, es decisivo que se suministre a los ciudadanos una correcta educación ambiental para resolver los problemas de contaminación existentes y poder aplicar las buenas prácticas del manejo de productos contaminantes del medio ambiente. Es necesario que las personas cuenten valores estrechamente vinculados con la sostenibilidad y a la huella ecológica que, por medio de un compromiso verde, se pueda combatir la actual problemática ambiental.

Entre las buenas prácticas se encuentran la reducción de bienes de un solo uso y, por lo tanto, sus consecutivos desechos sólidos, menor desperdicio del agua, reducciones de gases

invernadero, emisiones atmosféricas, entre otros; donde se promueva la participación de las personas interesadas en el calentamiento global y que propongan un mayor aporte de soluciones a las problemáticas.

Según el artículo publicado en la revista Manual sobre buenas prácticas de gestión ambiental, la importancia de la educación ambiental recae en el conocimiento y el desarrollo del mismo, para que de esa forma se logre mayor interacción en la búsqueda de soluciones ambientales:

(...) para prevenir o resolver problemas ambientales se necesita trabajar en los valores, las actitudes y las conductas que los individuos y los grupos mantienen con su medio, de manera que se promueva la responsabilidad y la actuación comprometida con el entorno. (Red Costarricense Instituciones Educativas Sostenibles (REDIES), 2017)(pág. 13)

Categoría 4: Responsabilidad social

Descripción

En la presente categoría los entrevistados hablan de la responsabilidad social como un factor sumamente importante para la salud del ecosistema, en general; dicho lo anterior, la importancia recae en promover el impacto social y la influencia que se puede emitir, por medio de campañas, en las comunidades, donde por las actuaciones empresariales y comportamientos que aporten a raíz de las actividades colectivas se incite una mayor cooperación en temas de valores, comportamientos responsables ambientales; y sobre todo, el respeto a la naturaleza y al ambiente; el tema es responsabilidad tanto social como empresarial, esenciales para contribuir con el equilibrio ambiental. A continuación, se muestran los aportes y observaciones obtenidas de la muestra:

- Dado a la situación medio ambiental que vivimos, se vuelve indispensable ofrecer productos conscientes o ecológicos. (entrevistado 1)
- Reducir la demanda de materiales desechables (entrevistado 3)
- Porque es justo y necesario ser más responsable con el medio ambiente (entrevistado 4)
- Para mejorar el daño ambiental que se ha generado desde hace tanto tiempo, por no tener consciencia (entrevistado 7)

Análisis

Con base en las respuestas aportadas, los entrevistados emiten la idea de que es necesario crear un cambio sobre la sociedad, donde las grandes empresas comercializadoras de productos o servicios poseen un gran protagonismo e influencia sobre la vida de las familias en la sociedad, también desarrollen campañas positivas que influyeran a la ciudadanía con programas de ética ambiental, de manejo y tratamiento de residuos para atenuar la contaminación del planeta. Ellas tienen el poder para influir en la conducta de las personas; se podría explotar las energías positivas que tienen sobre la ética ciudadana, donde por medio del cooperativismo, pueden ayudar a mitigar los daños medioambientales, con buenas prácticas responsables y de colaboración sociambiental.

La responsabilidad social empresarial, por ejemplo, son actividades de carácter voluntario donde se ejecutan medidas, según las obligaciones y responsabilidades que tienen las corporaciones sobre los posibles impactos, tanto de índole ambiental como social; estas actividades en el entorno social buscan que dichas empresas puedan mejorar su imagen a nivel social, mitigar los posibles daños originados a raíz de sus operaciones, cuidar el medio ambiente y, a su vez, poder devolver un poco de los beneficios obtenidos gracias a las actividades comerciales.

Dentro de las definiciones de responsabilidad social corporativa, se pueden encontrar en el informe de Recursos Humanos y Responsabilidad Social, el siguiente concepto:

El conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores (Ruiz et al, 2016)

Categoría 5: Educación al consumidor

Descripción

La categoría número 5 de la presente unidad de análisis, se obtuvo como contribución de los entrevistados de la presente investigación, la cual se refiere a todo lo relacionado con la educación del consumidor y cómo estos influyen en el proceso de decisión de compra de las clientelas en general; este es un factor que se verá directamente reflejado en las preferencias de cada individuo.

Dicho lo anterior, se presentan las respuestas de los colaboradores quienes brindaron información de gran importancia para la comprensión de la presente categoría, entre los cuales se muestran lo siguiente:

- No hay mucha información disponible referente al producto (entrevistado 1)
- Educación sobre el producto, precio, calidad, lugar de manufactura, ingredientes o compuestos (entrevistado 3)
- Falta solo educar al pueblo (entrevistado 5)
- Falta de información (entrevistado 6)
- Desconocimiento (entrevistado 9)
- En mi opinión es innovador, sin embargo, totalmente desconocido; la campaña de inducción al uso de este producto deberá ser muy convincente como para que pueda competir con los productos desechables ya conocidos. (entrevistado 10)

Análisis

El tema de la educación del pueblo, es un factor muy importante según indica la mayoría de entrevistados; concuerdan en sus respuestas y todos expresan textualmente que uno de los más grandes problemas que encuentran en la distribución, es la desinformación y el poco conocimiento del producto, donde el entrevistado 1, afirma que no hay mucha información a disposición con respecto al producto, en este caso las copas menstruales, por otra parte el entrevistado 3 considera que la educación sobre este tipo de bien, en cual es necesario informarle al consumidor más detalles acerca del producto, como precio, la calidad del mismo, origen y composición.

Mientras que los entrevistados 5,6 9 reflexionan y concuerdan en que un obstáculo a la comercialización recae en la necesidad de educar a la sociedad y que por consiguiente se pueda combatir la falta de conocimiento, en adición a lo anterior, se estudia y analiza la respuesta del entrevistado 10, quien reconoce que es un producto alternativo innovador, más sin embargo, ante su perspectiva, totalmente desconocido, dicho entrevistado considera que una campaña para la promoción de este artefacto, debe ser bastante competitiva para que pueda luchar contra la adquisición de los conocidos bienes descartables.

Según información obtenida de la Prensa, Oficina de Divulgación e Información de la Universidad de Costa Rica, donde se indica la importancia de motivar a los funcionarios a colaborar

en la gestión de los residuos, a su vez promueve la adquisición de productos sustentables y ambientalmente beneficiosas, por lo que explica su relevancia de apoyar a los comercios que realizan producciones limpias por medio de la implementación de bienes ecológicos, lo cuales no compromete el futuro hábitat de las generaciones venideras, sin más preámbulo, se ilustra en el siguiente texto:

Todos los bienes que consume nuestra sociedad demandan altos volúmenes de recursos naturales y, si no se consumen conscientemente, se puede generar una explotación excesiva de los mismos. La Universidad de Costa Rica (UCR) utiliza gran cantidad de productos en sus unidades académicas y oficinas administrativas, pero aplica rigurosos criterios para que sus compras sean amigables con el ambiente y socialmente beneficiosas. (Céspedes, 2019).

Categoría 6: Productos amigables con el ambiente

Descripción

Con el propósito de preservar el planeta tierra para las futuras generaciones de niños y niñas, se fomenta al consumo de productos que contribuyan a disminuir la problemática ambiental actual, por medio del uso de recursos renovables que garanticen una menor emisión de residuos que contaminen o dañen los ecosistemas; con respecto a la afirmación anterior, se explica el porqué de la categoría, de acuerdo con las respuestas de los entrevistados con respecto a los productos amigables con el medio ambiente.

- Porque Costa Rica necesita cumplir con sus compromisos internacionales, los cuales además de ayudar al ambiente, lo cual puede ayudar a que empresas extranjeras inviertan en Costa Rica. (entrevistado 2)
- Por el impacto ambiental, porque la mayoría son reutilizables y nos ahorran dinero, tienen muchos beneficios para la salud y porque las personas con una debida información o educación están empezando a preferir productos amigables con el ambiente. (entrevistado 3)
- Porque hoy en día es sumamente importante optar por el consumo de estos productos, ya que impactan positivamente nuestro planeta (entrevistado 6)

- Para ayudar más al medio ambiente y que todas las personas pongan de su parte, más con productos que sean de uso común y diario. (entrevistado 8)

Análisis

Los entrevistados destacan la importancia que tiene adquirir bienes de uso cotidiano que no dañe en el corto o largo plazo a la fauna, flora y mantos acuíferos del planeta en general, debido a que al reducir los desechos sólidos se impacta en menor manera al ambiente y al problema climático actual; porque el tema de cambio climático y de contaminación ambiental es una de las más grandes complicaciones presentadas a nivel mundial. Es importante que las personas comprendan la importancia de preferir productos ecológicos como primera opción, considerar opciones sostenibles debe de ser lo primero para poder combatir las repercusiones negativas en las comunidades ecológicas del mundo.

A raíz del consumismo de la humanidad y su cultura de desperdicio, muchos ecosistemas se ven afectados, donde se ven implicadas directamente especies de fauna y flora, a veces en peligro de extinción; es vital tener mayor conciencia a la hora de adquirir derivados del petróleo de un solo uso, que terminan contaminando las superficies terrestres, aguas dulces y los mares; es importante recalcar que la comúnmente conocida “basura” permanece sobre la tierra por décadas, por lo que se debe desarrollar la cultura ecológica, de manera definitiva.

Los desechos sólidos no reutilizables pueden resultar más cómodos en términos de precio si se aprecian el corto plazo; sin embargo, es importante destacar la calidad y la durabilidad que tienen los artículos de uso común reutilizables; estos con los cuidados adecuados, pueden durar años; dichos productos se pueden conseguir en numerosas tiendas tanto físicas como virtuales por medio del *e-commerce*, algunos de los ejemplos de bienes renovables que se pueden adquirir como alternativa ecoamigables son las rasuradoras para cuerpo reutilizables, copas menstruales, hisopos, pajillas, mascarillas de tela, cepillos de dientes de bambú, bolsas compostables, toallas de tela desmaquillantes, pañales de tela, toallas de tela, entre otros.

Categoría 7: Posicionamiento del producto

Descripción

La presente categoría número dos, se obtuvo a partir de las opiniones de los entrevistados, quienes sustentan la importancia que tiene en el mercado el posicionamiento de un producto para la posterior inserción dentro de las cadenas nacionales de valor.

En el siguiente apartado, se muestran las respuestas brindadas por los sujetos que participaron en las entrevistas impartidas en la presente investigación, quienes con un punto de vista objetivo atribuyen los siguientes puntos asociados al posicionamiento de un bien en el mercado.

- Concientizar y romper tabúes o mitos (entrevistado 4)
- Venderlo en supermercados y farmacias lo hace más accesible (entrevistado 7)
- Primero demostrando qué tanto se utiliza este producto, el ahorro económico que causaría si se adquiere uno, y la ayuda ambiental como consecuencia. (entrevistado 8)
- Mayor información sobre el uso (entrevistado 9)
- Promover una campaña de cultura ecológica en redes sociales, esto significa un bajo costo y cero contaminaciones para promocionar un producto amigable con el ambiente, apoyado en la venta de la marca país, reconocida mundialmente. (entrevistado 10)

Análisis

El entrevistado 4 atribuye que el posicionamiento de un bien se puede ver afectado directamente por desconocimiento del producto y a los tabúes sociales o culturales existentes, debido a las creencias populares o retrógradas; por lo que terminan siendo censuradas ante la sociedad desde un punto de vista moral o considerado antinatural, lamentablemente en el mundo aún existen estigmas vinculados al tema de ciclos menstruales y cómo estos deben permanecer “escondidos” para evitar posibles bochornos.

Por otra parte, el entrevistado 7 considera que para que los productos obtengan una mayor rotación de inventario, estos deben estar más expuestos a la vista de los consumidores, ya que lo

convertiría en un bien más accesible a los posibles compradores, por lo que podría captar una mayor atención e interés de los clientes curiosos o interesados en probar nuevas alternativas.

Sin embargo, se puede apreciar que el entrevistado 8 considera que para poder posicionar un producto, es importante informar al consumidor y convencerlo del porqué utilizar dicho producto, demostrando los beneficios económicos a largo plazo y fomentando un sentimiento de pertenencia y satisfacción al contribuir positivamente al planeta al reducir emisiones de residuos sólidos; estos argumentos enfatizan lo importante que es informar acerca del uso de un producto, según lo afirmado por el entrevistado número 9.

Gracias al aportador por parte del entrevistado 10, quien considera que un factor importante para lograr la diferenciación de un producto recae en una campaña enfocada a la educación cultural ecológica que permita la promoción del producto amigable con el medio ambiente; dicha campaña encaminada a promover los bienes con cero emisiones y menciona un punto muy ventajoso, el cual es dar aprovechamiento e impulso a la reconocida marca país, que ubica a Costa Rica a nivel mundial.

Categoría 8: Beneficios económicos a largo plazo

Descripción

En la presente categoría, se hace hincapié en los beneficios económicos obtenidos a largo plazo al momento de preferir un producto ecológico, como alternativa a los productos descartables; lo anterior, con la intención de rechazar los supuestos beneficios obtenidos a corto plazo que comprometen la conservación de los recursos naturales, hasta por cientos de años, lo anterior debido a la cultura de consumo desenfrenado y creación de desechos que tiene el ser humano.

En el siguiente segmento, se ilustran las respuestas de los entrevistados que destacan la importancia de valorar los beneficios económicos de optar por los productos reutilizables.

- Economía, conciencia ambiental, practicidades. (entrevistado 1)
- No tengo que preocuparme porque se me acabe (entrevistado 5)
- Desde la perspectiva económica se disminuye el gasto al ser un producto reutilizable (entrevistado 8)
- El ahorro y ayuda hacia el medio ambiente (entrevistado 9)
- La falta de conocimiento y no menos importante el costo. (entrevistado 10)

Análisis

Según la opinión de los entrevistados, se analizan los beneficios económicos que surgen a raíz del uso de los productos, que por su naturaleza, pueden ser reutilizados; se aprecia en la respuesta del entrevistado 1, se refiere a aportes económicos implicados, que es necesario realizar una única compra para satisfacer las necesidades más de una vez, sin generar residuos posteriores, dentro del mismo análisis del entrevistado 1 se destaca la compatibilidad en la respuestas entre los demás entrevistados, donde por ejemplo, el entrevistado 8, indica que desde el punto de vista económico, se reduce el gasto ya que se trata de bienes de más de un uso.

Entre los beneficios aportados por el entrevistado 5, se recalca que una de las principales ventajas de optar por estos bienes, es que, al adquirirlos, estos tienen una considerable vida útil que puede ser aprovechada por un largo periodo y que no hay preocupación, al expresar de forma explícita: “no tengo que preocuparme porque se me acabe”.

Los demás entrevistados, nuevamente, señalan la influencia que tiene la educación ambiental y la conciencia ecológica sobre los motivos del porqué considerar dichos bienes. Los mismos sujetos afirman que representan un ahorro en la economía de los individuos, adicional a lo anterior, se relaciona el costo que representa, el cual, comparados con los bienes de un solo uso, resulta ser mayor en la primera compra, pero que a la larga tienen como resultado un mejor aprovechamiento.

Las compras sustentables son una forma de apoyar la conservación de los recursos naturales, ahorro de dinero y disminución en los desperdicios; al impulsar y promover productos innovadores y ecosostenibles, al crear una necesidad en la demanda se beneficia directamente la mejora de la gestión ambiental al optar por tecnologías más limpias, en el momento en el que se decide obtener un producto es importante considerar las etapas del ciclo de vida del producto para poder garantizar una mayor responsabilidad ambiental. Estos productos tienen la particularidad de presentar como ventaja un ahorro económico ya que en el costo de adquisición y uso se contempla un mayor ciclo de vida del producto.

Categoría 9: Producto de interés sanitario

Descripción

Los entrevistados, al estar estrechamente familiarizados con los procesos tanto de comercialización de bienes como con la importación definitiva de los mismos, encuentran entre sus respuestas factores comunes implicados a la distribución de productos ecológicos que requieren permisos de salud para su comercialización, por lo que a raíz de lo anterior surge la categoría número 4, llamada productos de interés sanitario.

A continuación, se expresan las respuestas de los entrevistados que hicieron posible el análisis de la presente categoría.

- Estar sujeto a permisos de importación (entrevistado 1)
- Permisos de importación, pruebas de composición del producto, patentes, impuestos (entrevistado 5)
- A nivel de gobierno son bastantes, depende del producto, el proceso de importación es muy burocrático. Permisos, aranceles, aforos, revisiones, horarios, funcionarios, y hasta costos. (entrevistado 6)
- Al ser un producto de uso médico se debe realizar un permiso de salud; esto según su nota técnica, además de cumplir los requisitos que requiera la misma. De igual manera debe contar con su registro sanitario para la realización del permiso de salud. (entrevistado 8)
- Notas técnicas (entrevistado 9)

Análisis

Se procede a analizar los aportes de los entrevistados con respecto a los productos con interés sanitario como requisito a la importación o comercialización, empezando con el entrevistado 1, quien dictamina que para el caso de los productos dependiendo de la clase y del carácter esencial, necesitaran contar con permisos de salud; lo anterior para salvaguardar la salud y el bienestar nacional, en adición a lo anterior, el entrevistado número 5, señala que para obtener un permiso de salud es necesario que se estudie el producto y que se describa la composición del mismo.

Es importante resaltar que en la actualidad los comercios buscan lucrar por medio de la comercialización dentro del mercado de bienes, lo anterior con el objeto de obtener una mayor maximización en los beneficios, y por ende un mayor músculo económico para desenvolverse, sin

embargo, según el tipo de bien involucrado puede requerir una aprobación por parte del ente gubernamental de salud encargado, lo anterior para poder garantizar la sanidad de los habitantes en el entorno de la sociedad, por lo tanto la participación de sector público es obligatoria.

Según la respuesta del entrevistado número 6, se evalúan los procesos implicados en la importación, los cuales conllevan factores que pueden resultar entorpecidos o procesos muy lentos, de mucha burocracia, que dependerán de los aforos, las revisiones, los tiempos y horarios, la operación de los funcionarios hasta la extinción de la obligación tributaria.

La respuesta del entrevistado 8, especifica el caso de la importación de la copa menstrual, que, al pertenecer al grupo de productos de uso médico, necesita por obligación el cumplimiento de requisitos para obtener un registro sanitario, que este en su efecto, dependerá de una nota técnica, en lo que concuerda con la respuesta del entrevistado 9, cabe señalar que para el caso de la copa menstrual se trata de la nota técnica número 57, amparada por el Ministerio de Salud de Costa Rica.

Categoría 10: Trazabilidad de residuos

Descripción

En la presente categoría número 6, nace la problemática vinculada con la trazabilidad de residuos en general; dicha categoría surge de los aportes de los entrevistados, quienes señalan la importancia de contar con eficiente trazabilidad de residuos en todos los estados, antes de propagar dichas ideas se definirá el concepto de trazabilidad, según lo estipulado en el Decreto Ejecutivo : 41527, corresponde a “aquellos procedimientos preestablecidos y autosuficientes que permiten conocer el histórico, la ubicación y la trayectoria de un residuo o subproducto a lo largo del ciclo de vida en un momento dado” (Poder Ejecutivo de Costa Rica, 2019).

En el siguiente apartado se expone una sobresaliente aportación obtenida del entrevistado Agente Gestor Ambiental del Ministerio de Salud, quien expone lo siguiente:

- Buscar aliados estratégicos que puedan introducirlo en el mercado y gestores autorizados para darle trazabilidad a los residuos, dar esto como un servicio para crear un mejor resultado en los clientes, debido al tipo de población que puede estar interesada en dicho producto. (entrevistado 2)

Análisis

Los residuos al ser material contaminante que afectan directamente los ecosistemas y la salud humana deben de recibir un tratamiento y manejo correcto; por lo que, dependiendo de la naturaleza de este, por dicha razón deben de recibir una correcta gestión y manejo, según lo definido por Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

En el año 2019 se realizó un decreto y reglamento general para la clasificación y manejo de residuos peligrosos, en el cual se obliga a toda persona tanto física como jurídica a que “generen, acumulen, transporten” cualquier tipo de residuo peligroso, a excepción de los residuos radioactivos, residuos de medicamentos y sus materias primas, así como cualquier otro residuo de clasificación infectocontagiosa, que serán regulados según decretos establecidos.

Cuando Costa Rica dice que va a formar parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) busca promover mejores prácticas de bienestar, tanto económico como social; y las distintas empresas industriales de productos sólidos, definen por medio de los gestores de residuos autorizados por el Ministerio de Salud, el manejo responsable de los residuos peligrosos como los generadores de los mismos, con el propósito de garantizar un manejo ambiental responsable.

Es importante definir el concepto de residuo como un material líquido, gaseoso, sólido o semisólido, donde su generador necesite deshacerse del mismo. Se definen algunos tipos de residuos: residuos ordinarios, residuos peligrosos, residuos peligrosos valorables y residuos peligrosos no valorables.

Dicho lo anterior, se enfatiza la importancia y la responsabilidad que recae sobre los seres humanos con respecto a la producción de residuos y el posible abuso discriminado de los recursos naturales, por lo que lo correcto sería poder dar un máximo aprovechamiento de los residuos, aplicar y poner en práctica los 4 principios en materia de residuos: reducir, reutilizar, reciclar, y rechazar; en el siguiente texto se hace una ilusión sobre la importancia de la participación ciudadana de la siguiente forma:

La participación ciudadana, implica la clasificación en origen, la disposición adecuada y el respeto al cronograma de recolección de residuos, en los horarios y días establecidos. Por eso los mensajes se centran en que, si se clasifican correctamente los residuos en el hogar, se contribuye con el cuidado del ambiente,

permitiendo el reciclado o recuperación de materiales que pueden ser reutilizados en los procesos productivos, disminuyendo los impactos ambientales y aportando a la economía de las cooperativas. (Sbarti, 2020)

Interpretación de Datos

Con respecto a las anteriores unidades investigadas y sus respectivas categorías, se procede a interpretar los datos que se obtuvieron. Se procede a analizar lo que implica la importación de mercancías, en el que se utilizará el caso de las copas menstruales, a modo de tema de investigación; en el que los entrevistados indicaron que necesita trabajar bajos las regulaciones aduanales del país, uno de los principales requisitos de la documentación a cumplir, incluyendo los permisos de salud, sin el anterior, no se podría dar el levante en aduanas, ya que dicha exigencia es un requisito no arancelario que no se puede omitir.

Por otra parte, también se habla del pago de impuestos como obligación tributaria, requisito para extinguir el hecho generador: Los entrevistados mencionaron el papel importante que tienen los agentes logísticos en la optimización de procesos, dichos despachos se deben efectuar en el menor tiempo posible, de lo contrario el bodegaje de los bienes en el almacén, puede encarecer los costos aduanales.

En relación con el tema de conservación del medio ambiente, se enfatizó su gran importancia; se insta a realizar compras sostenibles y conscientes, que reduzcan la huella ecológica o verde, con el fin de reducir los niveles de contaminación y los residuos sólidos que dañen los mantos acuíferos y los terrestres.

Como estrategia de comercialización se analizaron temas de posicionamiento de bienes, donde para el presente caso se obtuvieron potenciales puntos de venta, como las farmacias, consultorios médicos y hasta supermercados; también, se recalca el gran crecimiento que ha alcanzado el *e-commerce* o comercio electrónico por medio del internet, sin embargo, también un factor importante es la asesoría que debe recibir la persona que adquiera este producto, sobre todo al momento de utilizarlo.

Dicho lo anterior, también se relaciona directamente con la educación al pueblo, el amor y la preservación del ambiente, informando acerca del uso, las propiedades y beneficios económicos del producto al adquirirlo. En opinión de los entrevistados, se debe potencializar las compras de

productos ecológicos; es crucial primero realizar pequeños cambios en la vida cotidiana, como invertir en productos que se puedan reutilizar; por otra parte, se señalan las ventajas de promoción y posicionamiento dentro del mercado, creando alianzas estratégicas que permitan un mayor desarrollo y distribución de bienes.

Es necesario que los consumidores comprendan más acerca de educación ambiental, separación y clasificación de residuos y, por otra parte, es crucial que las instituciones autorizadas brinden mayor asesoría al respecto, para que la sociedad comprenda los impactos de los desechos sobre los ecosistemas. Solo así se podría luchar contra la desinformación que afecta a la ciudadanía. Uno de los aportes adquiridos en la investigación, fue la importancia que tiene implementar un buen plan de trazabilidad de residuos, el cual se encuentre a cargo profesionales y gestores autorizados del Ministerio de Salud y el Ministerio de Ambiente y Energía.

Es esencial emplear un Manual de Buenas Prácticas que informe acerca de los procesos debidos y adecuados por implementar, por ende, la justicia ambiental sea prioritaria y, consecuentemente, se reduzca la demanda de bienes desechables; se debe invertir en la educación acerca de las razones del porqué cuidar el planeta tierra, utilizar los bienes ecológicos, aplicando estrategias ecológicas, como separación de residuos, compostaje de residuos agrícolas, reducción de emisiones, entre otros.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo, se propone las conclusiones y las recomendaciones obtenidas a lo largo de la investigación, mismas que pretenden responder al objetivo general y a los objetivos específicos planteados en el primer capítulo del presente trabajo. Se ha hecho una clasificación de unidades y de categorías, que nos permitan la interpretación y análisis de los datos aportados por los nueve informantes entrevistados previamente. Una vez que se hayan sistematizado las conclusiones del proceso de investigación, se procederá a ilustrar las recomendaciones destinadas a los usuarios, organizaciones no gubernamentales, instituciones públicas como privadas, entre otras, que consideren este insumo como referente de posibles estudios posteriores.

Conclusiones

Se concluye que el proceso de importación de la copa menstrual conlleva requisitos aduanales obligatorios para poder despachar; que el importador debe estar inscrito como tal, y que ante el proceso se involucra barreras no arancelarias como son las notas técnicas y permisos de salud.

Se concluye que el tema de higiene femenina ha sido censurado y aplacado desde décadas atrás, donde a pesar de estar en el siglo XXI, sigue siendo un tabú en el cual a nivel mundial existen preadolescentes y adolescentes que no cuentan con suficiente información acerca de la salud e higiene femenina.

Se concluye que las constantes emisiones de desechos sólidos se deben a las malas costumbres y prácticas de la sociedad.

Además, se concluye que la comercialización de la copa menstrual se ve opacada ante la competencia debido a las creencias y costumbres arraigadas en la población.

Por otra parte, se concluye que los productos absorbentes comercializados por la competencia dificultan la transición en la aceptación por parte de los consumidores, ya que dichos bienes cuentan con un fuerte posicionamiento en el mercado y son bienes más tradicionales.

A raíz de la investigación, la copa menstrual resulta ser un bien con una vida útil larga, por lo que se traduce en pocas ventas, ya que su rotación de inventario es baja.

Otra conclusión vinculada con las desventajas de comercialización está directamente ligada con el grado de consumo de la copa menstrual, dentro del mercado nacional.

Como conclusión se determinó que los productos absorbentes de higiene derivados del plástico son y han sido grandes contaminantes mundiales, en el cual en un país como Costa Rica lamentablemente no posee un tratamiento correcto de residuos potencialmente peligrosos como son las toallas sanitarias de un solo uso, tampones, pañales de un solo uso, entre otros; mismos que son de gran demanda.

A modo de conclusión, se determina que uno de los medios con más predominio para comercializar las copas menstruales, es el comercio electrónico, donde se encuentran al alcance de cualquier persona que lo requiera; esto tanto dentro como fuera del mercado, lo que también le permite al comercializador la posibilidad de internacionalizar sus productos.

También, se concluye que al usar las copas menstruales se contribuye a una disminución en la tala de bosques, ya que las toallas, tampones y demás se fabrican con la pulpa de los árboles.

Con respecto a la comercialización de la copa menstrual, se puede mencionar el poco apalancamiento financiero de este producto, dentro del mercado costarricense.

Además, se concluye que, para lograr mayores ventas de copas menstruales en el mercado, se debe de estimular la demanda primaria enfocando los beneficios del producto.

Se concluye que una desventaja de la copa menstrual, es que sigue siendo un producto desconocido en el mercado, el cual presenta temores, miedo e incertidumbre, con respecto al manejo y a la higiene de este.

Se concluye también que una de las desventajas que tiene la copa menstrual para cierto sector de la sociedad, es su precio, ya que puede encontrarse fuera del presupuesto.

Se concluye que la copa menstrual es una innovadora alternativa al uso de los artículos de higiene femenina desechables, ya que según datos obtenidos en la investigación, una toalla sanitaria o toalla diaria puede tardar hasta 500 años en biodegradarse por completo, por lo que se determina que es un contaminante innato.

Se concluye que la población costarricense cuenta con una gran deficiencia en educación ambiental; la falta de información y de responsabilidad ambiental, la cual se refleja directamente por el grado de valores ecológicos y el nivel de cultura ambiental de los consumidores.

Se concluye que la copa menstrual es un bien directamente asociado a la condición biológica de las mujeres, por lo que forma parte de los bienes de primera necesidad, lo anterior a pesar de su elevado costo en relación con los demás productos absorbentes de uso íntimo femenino.

Se concluye que la copa menstrual, a pesar de tener registro de su creación desde la década de 1930, no es lo suficientemente conocida en el mercado, adicional a lo anterior, se concluye que existe una parte de la población que no acepta este dispositivo por motivos de desconocimiento, desconfianza y hasta de temor.

Se determina la importancia que tiene la adecuada gestión de calidad y de ambiente al cumplir con los parámetros pertinentes a la gestión residual de desechos sólidos.

A raíz de la investigación, también se concluye que es esencial que las empresas productoras de bienes busquen modernizar insumos comercializados por nuevas alternativas ecológicas que logren sustituir los bienes desechables.

Se concluye debido a la falta de información en materia de aduanas se presentan reprocesos que ralentizan el despacho de los bienes importados.

Además, se concluye que es importante que las personas físicas como jurídicas estén al tanto de que se necesitan requisitos a la importación de copas menstruales como estar inscritos como importadores ante PROCOMER, registrar el producto ante el ministerio de salud bajo la plataforma VUCE 2.0 y contar con una Nota técnica 57 para la Autorización de desalmacenaje de materias primas, formas primarias para medicamentos y cosméticos, medicinas, cosméticos y equipos médicos.

Se concluye que el presente proyecto de investigación sirve de herramienta informativa útil para las personas interesadas en importar bienes como lo son las copas menstruales ya que dicho trabajo permite ampliar los conocimientos en forma concreta y certera.

Se concluye que la comercialización de la copa menstrual dentro del mercado costarricense se lleva a cabo por medio de plataformas digitales que permiten el comercio electrónico como por ejemplo las redes sociales, sin embargo, este producto también se puede obtener distintas tiendas macrobióticas.

Recomendaciones

Se recomienda al Ministerio de Salud analizar más a fondo las repercusiones, debido al desperdicio generado a partir de las toallas sanitarias desechables y que junto con esto, se incentive en mayor uso de las tecnologías renovables y sostenibles, por medio de campañas de salud que eduque a las comunidades con respecto a los beneficios.

Se recomienda a la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) brindar una mayor prioridad y apoyo a los emprendimientos y comercios dedicados a la venta de bienes reutilizables que, con sus ideas novedosas, buscan mitigar el daño ambiental causado por las personas.

Así mismo, también se concluye que para que la copa menstrual logre una mayor distribución en el mercado nacional, debe de ser más exhibida y promocionada.

Se recomienda que se implementen alianzas estratégicas entre comercios y brindar mayor apoyo de terceros, tanto del sector público como del privado para la promoción de sus productos.

Se recomienda a los comercializadores de copas menstruales considerar trabajar bajo la consignación, lo anterior con el propósito de que se dé un mayor alcance en el mercado nacional.

Se recomienda al Ministerio de Educación Pública (MEP), contribuir e incluir dentro de los planes de estudio para educación primaria y secundaria, un plan de educación ambiental que les permita tener una mayor cultura ecológica adquirida.

Se recomienda a la población femenina considerar investigar los beneficios de usar copas menstruales durante cada menorrea, ya que este aparato puede tardar en llenarse hasta 12 horas, por lo que puede contener más sangrado y además, no presentan derrames.

Se recomienda a nuevamente a los centros educativos brindar una buena capacitación a las niñas, con respecto a la salud e higiene menstrual, para así evitar que presenten inseguridades y preocupaciones con respecto a los cambios biológicos, típicos durante la pubertad.

Es necesario que se muestre y exhiba más las bondades del dispositivo femenino copas menstruales, tanto en campañas de salud como en campañas verdes para mercadeo del producto en Costa Rica.

Se recomienda a las personas tanto físicas como jurídicas interesadas en realizar importaciones definitivas de productos para la higiene íntima, como las copas menstruales, asesorarse acerca de los procesos aduanales y requisitos sanitarios para evitar reprocesos y, por ende, atrasos en la nacionalización de los embarques.

Se recomienda a las jóvenes y adultas que realizan distintos deportes, considerar los beneficios de usar la copa menstrual en específico para las actividades físicas, ya que proporciona mayor libertad de movimiento.

Se le recomienda al comercializador de copas menstruales, impulsar más campañas publicitarias que informen al consumidor acerca de los beneficios de adquirir productos reutilizables, tanto por ahorro económico, como por el aporte ambiental.

Se recomienda a las familias tomar en cuenta el ahorro económico al que incurrirían al usar copas menstruales, ya que estas pueden durar hasta por 10 años, por lo que representa un menor gasto ante los elevados precios de las toallas.

Se recomienda a los distintos puntos de venta en el mercado nacional, modernizarse, llámese farmacias o tiendas de abarrotes, abriendo sus puertas a la comercialización de las copas menstruales, así como sucede hoy en día en los países desarrollados alrededor del mundo, donde dichos dispositivos se encuentran más expuestos al consumo.

Se recomienda a las empresas comercializadoras aplicar mayores estrategias de merchadising, con el propósito de alcanzar mayor conocimiento por medio de los consumidores y mejorar la comercialización del producto.

Se recomienda a MINAET la creación de un Manual de Buenas Prácticas que incida en las decisiones de compra y gestión de residuos, el cual sirva como herramienta informativa a toda persona que tenga acceso a él.

Se recomienda a los emprendedores que comercializan la copa menstrual dentro del mercado costarricense, educar a la sociedad con respecto a la huella ecológica y la concientización ambiental para lograr un mayor posicionamiento del producto.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Introducción

La copa menstrual es un dispositivo el cual tiene registros desde el 1930, desde entonces ha tenido como función ser un producto alternativo a los comunes productos de venta masiva, como los tampones, toallas, o toallas diarias; donde se quiere aterrizar con lo anterior es que las toallas son un tipo de comercialización de bienes sostenibles, lo que se traduce en un tipo de comercio justo con la naturaleza y, por ende, en una buena práctica de comercialización.

Lo anterior es importante, ya que, al promover un buen Manual de Buenas Prácticas en la comercialización de bienes, se podrá educar al consumidor promedio acerca de qué opciones resultan más beneficiosas, no solo a nivel personal, sino que también desde una perspectiva macro, todo alrededor, contribuyendo al cambio del modelo económico sostenible y a condiciones más equitativas.

Con un Manual de Buenas Prácticas se contribuiría a la definición de procedimientos y responsabilidades de las empresas, entre las cuales pueden ser a modo de recomendación o bajo obligatoriedad, pero para efectos de la presente introducción se propone un manual como una serie de recomendaciones, con el propósito de mejorar las malas conductas en la comercialización, con un adecuado control y proceso, donde se pueda complementar la distribución de los productos, desde el momento en que se fabrican hasta que llega a su cliente meta.

Por medio de este, se podrán definir las pautas y lineamientos a seguir desde una perspectiva armoniosa con el ambiente, en donde los procesos surjan de forma fluida y por lo tanto el empresario se encuentre beneficiado en la comercialización de bienes, utilizando los recursos existentes y garantizando el desarrollo y mayor interacción con el mercado.

Objetivos de la propuesta

Objetivo general

Crear un Manual de Buenas Prácticas de comercialización en el mercado nacional.

Objetivos específicos

Describir los aspectos técnicos y generales para la creación de un Manual de Buenas Prácticas.

Determinar y analizar los beneficios directos al usar un Manual de Buenas Prácticas para la comercialización, en Costa Rica

Explicación de la propuesta

La propuesta nace a raíz de la necesidad de aportar un manual que instruya, tanto a los pequeños y medianos emprendimientos como a los ciudadanos en general, en temas relacionados con las buenas prácticas y preferir los bienes amigables con el medio ambiente y el impacto positivo sobre los ecosistemas en el planeta Tierra, donde por medio de dicho Manual de Buenas Prácticas se refuerce la confianza y la participación de la sociedad dentro del mercado nacional.

Se deben tener claras las responsabilidades y obligaciones referentes a la cultura ecológica y al compromiso profesional, bajo principios éticos y morales, cuando se adquieren bienes de consumo o de uso cotidiano, sin importar si se trata de una persona jurídica o física. Lo anterior vale si se toman en cuenta los procesos de producción, etiquetado, empaçado, almacenamiento, tipo de transporte y distribución del producto, hasta llegar al cliente final.

Dentro de los propósitos de la propuesta se encuentra la creación del Manual de Buenas Prácticas, que permita una armoniosa convivencia, un mayor enfoque y estudio acerca de los aspectos técnicos y generales para la creación del manual y, por último, esta propuesta sirve para analizar los beneficios de usar dicho manual, en la comercialización de bienes en el mercado.

REFERENCIAS

- ¡Hola! (1 de junio de 2020). El consumo de alimentos ecológicos está en alza. España.
- Alvarado, D. (noviembre de 2019). *TEC*. Obtenido de Gestión de Proyectos de Construcción bajo una perspectiva de Economía Circular (Maestría) Instituto Tecnológico de Costa Rica: https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/11159/gestion_proyectos_construccion_perspectiva_economia_circular.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Araya, M. (2019). *Análisis del Procedimiento Aduanero aplicado a la importación de ropa usada en Costa Rica durante los periodos 2016 al 2017, con el fin de determinar si se está cumpliendo con lo establecido en la legislación aduanera vigente*. Obtenido de <http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/271/An%C3%A1lisis%20procedimiento%20aduanero%20aplicado%20a%20la%20importaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20importaci%C3%B3n%20definitiva%20se%20ha,definitivo%2C%20dentro%20del%20terr>
- Arenas, C., Ramírez, G., Gozáles, L., Merlano, C., Palomino, D., & Rueda, S. (30 de abril de 2020). *ACEPTABILIDAD Y SEGURIDAD DE LA COPA MENSTRUAL: REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA*. Obtenido de Federación Colombiana de Obstetricia y Ginecología FECOLSOG: <http://www.scielo.org.co/pdf/rcog/v71n2/2463-0225-rcog-71-02-00163.pdf>
- Cantero, F. (2015). *Empleo Verde: Una aproximación (Mag) Universidad Estatal a Distancia*. Obtenido de UNED: <https://www.uned.ac.cr/ecsh/images/Carr%C3%B3n%20Tur%C3%ADstica/IV%20Encuentro%20Turismo/Eventos%20preliminares/Empleo%20Verde%20Encuentro%20Turismo%202019.pdf>
- Castillo, S. J. (11 de Mayo de 2018). *Impacto social y cultural de la menstruación en Ecuador*. Obtenido de <http://192.188.53.14/bitstream/23000/7801/1/139343.pdf>
- CEPAL. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe: <http://clac-comerciojusto.org/wp-content/uploads/2017/11/El-Aporte-del-Comercio-Justo-al-Desarrollo-Sostenible-CLAC-CEPAL-2017.pdf>

- Cuaical, C. (2019). *La Eco-innovación como modelo de producción sostenible para el sector manufacturero del Ecuador* Universidad Central del Ecuador. Obtenido de Repositorio Digital: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19995/1/T-UCE-0011-ICF-185.pdf>
- Diario La República. (13 de Octubre de 2020). *Costa Rica aspira a convertirse en laboratorio de tecnologías verdes*. Obtenido de <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-aspira-a-convertirse-en-laboratorio-de-tecnologias-verdes>
- Felitti, K. (22 de abril de 2016). *El ciclo menstrual en el siglo XXI. Entre el mercado, la ecología y el poder femenino*. Obtenido de Sexualidad, Salud y Sociedad: <https://www.redalyc.org/pdf/2933/293345349008.pdf>
- Fernández, C., & Batista, P. (2014). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Fernández, C., & Batista, P. (2014). ¿¿Qué características posee el enfoque cualitativo de investigación? En *Metodología de la Investigación 6ª Edición* (pág. 7). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Fundación CRUSA. (2018). Obtenido de <https://crusa.cr/quienes-somos/>
- Gonzales, A. (junio de 2017). *La gestión ambiental en a competitividad de las Pymes*. Obtenido de Revista científica Agroecosis-temas,: <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/99/135>
- Herrera, B., & Solis, S. (<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/15304/Empleabilidad%20verde.pdf?sequence=1&isAllowed=y> de Junio de 2016). *Empleabilidad Verde: Una alternativa al desempleo en jóvenes en riesgo social en Costa Rica*. Programa Escuelas-Taller de la Cooperación Española. 2016 (Licenciatura) Universidad Nacional de Costa Rica. Heredia.
- Illa, A. (6 de septiembre de 2018). Obtenido de *La revolución de la copa menstrual Investigación del mercado de la higiene menstrual (Mater)* Universitat de Barcelona: http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/125417/1/TFM-MIM_Illa.pdf
- Izaguirre, J. (2016). *LA BRECHA ENTRE PREDISPOSICIÓN Y CONSUMO ECOLÓGICO* . Obtenido de https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/17955/TESIS_IZAGUIRRE_OLAIZOLA_JULEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

LA GACETA. (21 de agosto de 2020). Solicitud . *La Gaceta*, pág. 18.

La Nación . (9 de diciembre de 2019). *Esta es la única copa menstrual con aval del Ministerio de Salud para su venta en Costa Rica*. Obtenido de <https://www.nacion.com/el-pais/salud/esta-es-la-unica-copa-menstrual-con-aval-del/PGRR2YGLHBFLNLYHHV5AF2OWVI/story/>

Lara, G. (3 de Marzo de 2020). *Identificación de los procedimientos arancelarios de un dispositivo médico que utilizan nuevas tecnologías y materia prima. Caso de Estudio:Aparato Catamenial(Bachillerato)Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de Repositorio Digital UCSG: <http://192.188.52.94:8080/bitstream/3317/14397/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-564.pdf>

Le Journal International . (2 de setiembre de 2013). Obtenido de Costa Rica, la ecología como sello: https://www.lejournalinternational.fr/Costa-Rica-la-ecologia-como-sello_a1169.html

Ley General de Aduanas. (2015). Obtenido de https://www.hacienda.go.cr/docs/51c9baa1b805f_LEYGENERALDEADUANASACTUALIZADAAOCTUBRE2012.pdf

Mendoza, H. (2019). *PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR MILLENNIAL Y SU INFLUENCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE PRODUCTOS ECO-FRIENDLY EN LIMA METROPOLITANA 2018(BACHILLER) UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA*. Obtenido de http://200.37.102.150/bitstream/USIL/8749/1/2019_Mendoza-Calderon.pdf

Ministerio de Salud de Costa Rica. (s.f.). *Guía Rápida de Requisitos de Importación*. Obtenido de <https://www.ministeriodesalud.go.cr/empresas/importacion/index.htm>

Ministerio de Salud República de Costa Rica. (9 de diciembre de 2019). *Salud aprueba registro sanitario de copa menstrual Me Luna*. Obtenido de Ministerio de Salud de Costa Rica: <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/noticias/noticias-2019/1516-salud-aprueba-registro-sanitario-de-copa-menstrual-me-luna>

MINSA . (s.f.). *Ministerio de Salud de Costa Rica*. Obtenido de <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/legislacion-sanitaria-transparencia/733-preguntas-frecuentes-barra/1073-registros-sanitarios#:~:text=El%20tr%C3%A1mite%20de%20registro%20se,debe%20disponer%20de%20FIRMA%20DIGITAL.&text=%C2%BFDC3%B3nde%20consi>

- MINSA COSTA RICA. (2020). *MINISTERIO DE SALUD DE COSTA RICA*. Obtenido de <https://www.ministeriodesalud.go.cr/>
- OMS. (25 de Septiembre de 2018). *Salud de la mujer*. Obtenido de Organización Mundial Salud: [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/women-s-health#:~:text=Mujeres%20en%20edad%20reproductiva%20\(15,adultas%20\(20%20a%2059%20a%C3%B1os\)](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/women-s-health#:~:text=Mujeres%20en%20edad%20reproductiva%20(15,adultas%20(20%20a%2059%20a%C3%B1os))
- ONU. (25 de Setiembre de 2015). *Organización de las Naciones Unidas*. Obtenido de Objetivos de Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Pomona Green Tech Costa Rica. (2019). *Buscamos startups de tecnología verde*. Obtenido de <https://pomonaagreentechcostarica.com/>
- Prada, R., & Ocampo, P. (Diciembre de 2017). *La batalla entre consumismo y el medio ambiente. Una responsabilidad de todos (Doctorado) Universidad EAN*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Ricardo_Prada/publication/321951601_La_batalla_entre_consumismo_y_el_medio_ambiente_Una_responsabilidad_de_todos/links/5a3ae007aca2729d50638bdf/La-batalla-entre-consumismo-y-el-medio-ambiente-Una-responsabilidad-de-tod
- Presidencia de la República de Costa Rica. (24 de febrero de 2019). *SÍNTESIS: PLAN NACIONAL DE DESCARBONIZACIÓN 2018-2050*. Obtenido de Presidencia de la República de Costa Rica: <https://www.presidencia.go.cr/comunicados/2019/02/sintesis-plan-nacional-de-descarbonizacion-2018-2050/>
- PROCOMER. (31 de OCTUBRE de 2016). *MILLENIALS CONSUMEN MÁS PRODUCTOS ECOLÓGICOS*. Obtenido de PROMOTORA DE COMERCIO EXTERIOR DE COSTA RICA : https://www.procomer.com/alertas_comerciales/millennials-consumen-ms-productos-ecologicos/
- PROCOMER. (8 de octubre de 2018). *Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica*. Obtenido de https://www.procomer.com/alertas_comerciales/la-produccion-ecologica-dinamiza-el-mercado-mundial-de-productos-de-cuidado-personal/
- PROCOMER. (2020). *¿QUÉ ES LA PLATAFORMA DE CRECIMIENTO VERDE?* Obtenido de <https://www.procomer.com/exportador/programas/crecimiento-verde/>

- Ramo, A. (2016). *El consumidor ecológico Universidad Zaragoza*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/289983684.pdf>
- Regístrelo. (2013). *Regístrelo*. Obtenido de https://registrelo.go.cr/cfmx/plantillas/ms/ABC_Registrelo.pdf
- Romero, M. (2017). *PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE LA GANADERÍA BOVINA DOBLE PROPÓSITO*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78252811004.pdf>
- Scielo. (2020). *REV CHIL OBSTET GINECOL*, 99-109.
- Signori, F. G. (2015). Toward Sustainable Supply Chain Orientation (SSCO) mapping managerial perspectives”. En *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* (págs. 536-564). Emerald Group Publishing Ltd.
- Sistema Costarricense de Información Jurídica. (3 de marzo de 2008). *Reglamento para el registro, clasificación, importación y control de equipo y material biomédico*. Obtenido de http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=62959&nValor3=72139&strTipM=TC
- TEC. (2020). El diseño estratégico de toallas sanitarias reutilizables como propuesta para incrementar el empoderamiento femenino y la conciencia ambiental. *Revista IDI+ del Tecnológico de Costa Rica*, 17-29.
- Vargas, M., Rojas, H., & Núñez, H. (<http://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/123456789/141/DOCUMENTO%20DE%20TESIS%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y> de Agosto de 2018). Análisis de la efectividad de la logística inversa como herramienta de comercio sostenible; caso de estudio: Empresa Bridgestone de Costa Rica durante el periodo 2011-2016 (Licenciatura) Universidad Técnica Nacional. Costa Rica.
- Villacorta, G., Honores, L., Pumachagua, T., & Caballero, D. (2019). *TOALLAS ÍNTIMAS ECOLÓGICAS "ECOFEMME" (Bachillerato) Universidad San Ignacio de Loyola*. Obtenido de USIL: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9043/1/2019_Luis-Villacorta.pdf

APÉNDICES DE LA INVESTIGACIÓN

Apéndice A: Cuestionario Utilizado en la Investigación

¿Cómo cree que es el proceso de nacionalización de un producto amigable con el ambiente comprado en un extranjero?

¿Cuáles trabas existen en el proceso de importación de productos?

¿Cuáles creería usted que son los factores que influyen en la decisión de comprar un producto reutilizable?

¿Dónde opinaría usted que se podrían vender las copas menstruales?

¿Por qué preferiría usted comprar un producto ecológico?

¿Cuál podría ser una buena estrategia para la comercialización de este producto?

¿Cuáles cree que son las barreras de comercialización que tiene este producto en el mercado?

¿Por qué consideraría usted que se debe aumentar la oferta de productos ecológicos?

¿Qué problemas encuentra en la comercialización de este producto?