

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**POSIBLES OPORTUNIDADES DE COMERCIALIZACIÓN  
DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS INCIPIENTES A COREA DEL  
SUR, A PARTIR DE LA APROBACIÓN DEL TLC, EN EL  
PERIODO 2018**

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

**AUTOR:**

**MARÍA JOSÉ ROJAS ALFARO**

**TUTOR:**

**FERNANDO RAMÍREZ CARTAGENA**

**SEDE CENTRAL**

**Diciembre, 2018**

## CONTENIDO

<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	8
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	9
Planteamiento del problema de Investigación.....	9
Objetivos de la Investigación .....	11
Objetivo General .....	11
Objetivos específicos.....	11
Justificación de la Investigación.....	11
Antecedentes de las Investigación.....	12
Proyecciones de la Investigación.....	19
<b>CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA</b> .....	20
Comercio Internacional .....	20
Exportaciones .....	21
Importación.....	21
Productos agrícolas incipientes. ....	21
Proceso de Exportación de productos agrícolas incipiente .....	23
Transporte Internacional para productos agrícolas.....	24
Transporte Terrestre .....	24
Transporte Aéreo .....	24
Transporte Marítimo.....	25
Navieras .....	27
Consolidador de carga.....	28
Agente Aduanal .....	29
Seguros .....	29
Tipo de contenedor para transporte de productos agrícolas .....	30

	3
Empaque y Embalaje utilizados para los productos agrícolas.....	33
Etiquetado.....	37
Pallets .....	38
Logística de exportación a Corea del Sur desde Costa Rica .....	41
Costos Logísticos de transporte.....	41
Aduanas .....	44
Requisitos de exportación de Costa Rica de productos agrícolas incipientes .....	44
Requisitos para exportar a Corea del Sur .....	45
Tratado de Libre Comercio .....	49
Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur .....	49
Ventajas del TLC Corea del Sur – Costa Rica .....	50
Certificado de origen .....	51
Posibles oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes costarricenses.....	53
Elementos por considerar para hacer negocios con empresarios coreanos .....	53
El consumidor coreano .....	55
Tendencias de consumo.....	56
Tipos de Consumidores .....	58
Oportunidades comerciales para los productos agrícolas incipientes .....	58
Canales de distribución de alimentos al detalle en Corea .....	61
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>63</b>
Enfoque de la Investigación .....	63
Diseño de la Investigación.....	64
Fuentes de la Investigación .....	67
Población.....	67

	4
Muestra .....	67
Unidad de Análisis del Estudio .....	70
Posibles oportunidades de comercialización .....	70
Proceso de exportación .....	70
Instrumentos Utilizados en la Investigación.....	72
Cuestionario.....	72
Entrevista.....	72
Proceso para la Recolección de Datos para la Investigación .....	73
Método de Análisis de la Investigación.....	73
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADO .....</b>	<b>75</b>
Tabla 8 Unidades y Categorías de Análisis .....	75
Unidad de Análisis 1: Posibles Oportunidades de Comercialización .....	76
Categoría 1: Beneficios .....	77
Categoría 2: Mercado .....	81
Categoría 3: Temporada .....	84
Categoría 4: Ventajas Competitivas .....	85
Categoría 5: Volumen.....	88
Categoría 6: Canal de Distribución .....	90
Categoría 7: Precio Competitivo .....	93
Categoría 8: Cultura .....	95
Categoría 9: Competencia .....	97
Categoría 10: Incentivar la exportación .....	99
Categoría 11: Variedad de productos .....	100
Categoría 12: Promocionar.....	102
Categoría 13: Productos Procesados .....	104

Unidad de Análisis 2: Proceso de Exportación .....	106
Categoría 1: Inspección .....	107
Categoría 2: Experiencia .....	109
Categoría 3: Transporte .....	112
Categoría 4: Seguros.....	115
Categoría 5: Tiempo de Tránsito.....	118
Categoría 6: Tipo de producto.....	120
Categoría 7: Aranceles .....	122
Categoría 8: Requisitos.....	126
Categoría 9: Cadena de Frío .....	129
Categoría 10: Vida útil .....	130
Categoría 11: Factores de riesgo .....	132
Categoría 12: Coordinación.....	134
Interpretación de los Datos.....	136
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	139
Conclusiones de la Investigación .....	139
Recomendaciones de la Investigación.....	142
Referencias .....	145
Apéndice A: Cuestionario .....	147

**CONTENIDO DE TABLAS**

Tabla 1. Servicio prestado por cada naviera con destino a Corea del Sur se presenta en la siguiente tabla:.....	26
Tabla 2. Medidas de los contenedores refrigerados .....	32
Tabla 3. Medidas de los contenedores estándar .....	33
Tabla 4. Materiales utilizados en la elaboración de empaques para alimentos frescos y procesados .....	34
Tabla 5. Recomendaciones para mantener la calidad de los productos agrícolas según por el que entre el aire en el contenedor .....	40
Tabla 6. Principales documentos requeridos por Corea del Sur para la importación desde Costa Rica.....	47
Tabla 7. Proceso de desgravación de los productos con potencial.....	50
Tabla 8. Muestra de la investigación, 2018.....	69

**CONTENIDO DE FIGURAS**

Figura 1. Producción de Corea del Sur.....	18
Figura 2. Purfresh .....	30
Figura 3. Contenedor Refrigerado.....	31
Figura 4 Contenedor Seco .....	32
Figura 5. Contenido en las etiquetas requeridas por Corea del Sur.....	37
Figura 6. Forma de embalaje en los pallets .....	38
Figura 7. Sello de fumigación para los pallets de madera .....	39
Figura 8. Costo contenedor completo FCL .....	41
Figura 9. Transporte marítimo carga consolidada.....	42
Figura 10. Costos adicionales.....	42
Figura 11. Transporte aéreo.....	42
Figura 12. Cargos aerolínea.....	43
Figura 13. Cargos origen .....	43
Figura 14. Cargos en destino .....	43
Figura 15. Costo de transporte marítimo con atmosfera controlada .....	44
Figura 16. Certificado de origen.....	52
Figura 17. Ventas de alimentos según tipo de establecimiento.....	61

## RESUMEN EJECUTIVO

Las posibles oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes costarricenses al mercado de Corea del Sur es una investigación atractiva para todos aquellos agricultores que quieran expandir sus negocios y dar a conocer sus productos internacionalmente. De esta manera aumentar las exportaciones del país y a su vez resaltar el potencial que tiene Corea del Sur para recibir estos tipos de productos, debido al alto valor nutricional que poseen. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo y diseño etnográfico y fenomenológico, lo cual permite percibir las experiencias, ideas, conocimientos y opiniones de las 10 personas entrevistadas que están relacionadas con las exportaciones de productos agrícolas y su respectiva comercialización.

También en este estudio se plantearon varias noticias y estudios realizados por expertos en el tema del Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur y el mercado coreano, para de esta forma dar una mejor profundización en relación con la comercialización de los productos agrícolas y si es conveniente o no exportarlos hacia Corea, la información se obtuvo por medio de páginas web como La Nación y Procomer. En las mismas se encontró que Costa Rica cuenta con gran variedad de frutos frescos con alto potencial para exportar por lo es de gran relevancia identificar los requisitos establecidos por Corea del Sur y la forma de cumplir cada uno para que el producto pueda ingresar en buenas condiciones.

En el capítulo IV dará la dirección de la investigación debido a que en el mismo se desarrolla categorías que derivan de las respuestas y comentarios obtenidos del cuestionario aplicado a los 10 entrevistados, y se analizará cada categoría enfocándola a los objetivos específicos de la investigación, dando como resultado las conclusiones y recomendaciones donde será dar respuesta a la pregunta del planteamiento de la investigación. También se verá reflejado la importancia que tiene Costa Rica en buscar nuevos productos para comercializar y ayudar a la balanza comercial del país, por medio de la incentivación hacia los pequeños agricultores que quieren expandir sus negocios y ser reconocidos internacionalmente bajo las oportunidades que ofrece el Tratado de Libre Comercio.

## **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

### **Planteamiento del problema de Investigación**

La relación comercial entre Costa Rica y Corea del Sur es de hace 56 años, donde Costa Rica poseía un excelente sistema de democracia, derechos humanos, educación y bienestar social, mientras que Corea del Sur era uno de los países más pobres del mundo, debido a las guerras que tuvo con el país vecino Corea del Norte, el cual dejó a Corea del Sur devastada. (Periódico La Nación, 2012)

Hoy en día, Corea del Sur es una de las economías más grandes del mundo, este desarrollo se logró gracias a la buena utilización de recursos como: la buena educación del pueblo y el excelente manejo de materia prima que posee el país. Otra ayuda que recibió Corea del Sur para levantarse fue las buenas relaciones que tiene con algunos países; entre ellos, Costa Rica, el cual ayudó en las relaciones internacionales; compra – venta de productos. Pero fue a partir del 2010-2011, donde se empezaron a identificar más las exportaciones e importaciones entre los países. Reflejando un gran crecimiento económico en las exportaciones de Costa Rica. (La Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica [Procomer], 2016)

Entre los principales productos de exportación hacia Corea del Sur están: los dispositivos médicos, productos tecnológicos y productos agrícolas, estos últimos han tenido un gran significado debido a que Costa Rica posee gran variedad de dichos productos y uno de los objetivos es apoyar a los agricultores del país a través del Tratado de Libre Comercio. (Procomer, 2016)

Existen productos agrícolas que no se han explorado al máximo como lo son, los frutos y vegetales incipientes, que tiene grandes propiedades nutritivas y medicinales; y el agricultor cuenta con extensas tierras de plantación para venta local, sin embargo, se debe considerar en investigar posibles exportaciones de estos productos y en sus distintas presentaciones ya sea frutos frescos, secos o procesados y si realmente la producción existente en el país es suficiente, en caso de que la comercialización de los productos llegue tener un gran desarrollo en el mercado coreano. (Procomer, 2016)

Es por ello, que se quiere indagar más el tema de las oportunidades que tienen los productos agrícolas incipientes en el mercado coreano debido a que es un país que se caracteriza por consumir productos saludables con vitaminas que ayuden a la salud y a mantener una apariencia joven, además que Corea del Sur cuenta con capacidad económica para distribuirlos en todo el país. El deseo de los coreanos por verse bien y estar saludables ha generado un incremento en la demanda de alimentos saludables. Por otro lado, una de las ventajas que posee Costa Rica es que es caracterizado a nivel mundial por ofrecer productos 100% calidad, bajo la marca Esencial Costa Rica, donde se muestra la diversificación de productos que posee y el gran apoyo que el país le ofrece a los productores nacionales, ya sean pequeños, mediados o grandes, esto es de gran beneficio para crear publicidad a los frutos incipientes en Corea. (La Nación, 2017)

Otro punto importante, para el estudio de las oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes es la apertura del Tratado de libre comercio entre Corea del Sur y Centroamérica, el cual empezó con las negociaciones internacionales en el 2015 pero fue aprobado y empezó a regir en febrero 2018. (Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica [Comex], 2016)

El Tratado de Libre Comercio abre muchas negociaciones en diferentes áreas para el desarrollo de los países partes, y una de las aéreas puede ser de gran ayuda a los productores agrícolas debido a que es una oportunidad para dar a conocer los productos incipientes a través de nuevas empresas o introduciéndolo en empresas ya existentes, no solo de una forma pura como la fruta sino en bebidas, galletas, helados, snacks, jaleas, etc. Los cuales tienen un gran potencial en Corea debido a su nivel nutricional que poseen. Asimismo, el tratado pretende reducir las tarifas arancelarias para las exportaciones y facilitar el intercambio de mercaderías.

Actualmente, las exportaciones de productos agrícolas incipientes al mercado coreano son reducidas o nulas, por lo que se pretende examinar en esta investigación las nuevas oportunidades de negocio y con ello se debe cuestionar:

¿Cuáles son las posibles oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes costarricenses a Corea del Sur a partir de la aprobación del TLC, en el periodo 2018?

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo General**

Examinar las posibles oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes costarricenses a Corea del Sur, a partir de la aprobación del TLC en el tercer cuatrimestre del 2018.

### **Objetivos específicos**

Identificar las posibles oportunidades de comercialización que tienen los productos agrícolas incipientes costarricenses en el mercado de Corea del Sur mediante el Tratado de Libre Comercio.

Explicar el proceso de exportación de los productos agrícolas incipientes costarricenses hacia el mercado de Corea del Sur con la facilitación del Tratado de Libre Comercio.

## **Justificación de la Investigación**

La razón por la que surge esta investigación acerca de la comercialización de productos agrícolas incipientes es debido a que ellos no han tenido gran auge en las exportaciones de Costa Rica o no se han exportado del todo, puesto que el país se ha concentrado más en las exportaciones de piña y banano; y no han puesto atención al gran potencial que los productos incipientes (no tradicionales) posee Costa Rica para la venta local e internacional.

Este estudio pretender examinar la capacidad de comercialización de productos agrícolas incipientes al mercado de Corea del Sur puesto que es un país que tiene grandes tendencias de consumo de productos no tradicionales, orgánicos y que ayudan el cuidado de la salud según estudios realizados por Procomer 2016.

El mercado coreano está cada vez más consciente de la importancia de una nutrición balanceada y están incorporando productos frescos y orgánicos a su alimentación, lo que tendría una relevancia social en Costa Rica como una oportunidad para mejorar la balanza comercial

incrementando las exportaciones y contar con una cartera más amplia de productos a nivel internacional para promocionar en otros países, saliendo como beneficiado los agricultores ya que aumentarían sus ventas y a su vez su empresa.

La investigación tiene una conveniencia hacia los agricultores para incentivarlos a dar a conocer los productos y a que exporten, más ahora con el nuevo Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica, el cual pretende dar acceso fácil a mercancías agrícolas entre los países, dando una guía del proceso de exportación hacia Corea e información sobre la cultura coreana para que cada productor tenga más conocimiento de la forma en que se debe ofrecer los productos incipientes o frutos frescos.

Además, con este TLC ayudara a que Costa Rica pueda ser visto como competitivo en el mercado de frutas frescas y de esta manera arriesgarse a competir con sus países vecinos que actualmente le exportan a Corea, como lo son: Chile, Perú, Colombia, Ecuador, México, entre otros.

La información de este estudio se conseguirá por medio de periódicos virtuales, páginas web como Blogs, entrevistas físicas y vía correo electrónico a personas que están relacionadas con el transporte internacional, agencias aduanales, agricultores de verduras y frutas que han participado en algunas exportaciones o tienen la experiencia de movilizar cargas de productos agrícolas y con los resultados se otorgara visiones para que los productos y empresas relacionadas al comercio internacional puedan estudiar a fondo el mercado y comenzar con pequeñas exportaciones.

### **Antecedentes de las Investigación**

Se considera productos agrícolas incipientes, a los productos con posibilidades de producción nacional, exportaciones reducidas o nula. Cultivos que tienen oportunidades de incrementar su producción ya sea por condiciones climáticas, suelo o avances tecnológicos. Poco conocimiento de la mayoría de los consumidores locales. (Procomer, 2016)

Según Procomer (2016) “oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes” (pp. 2-16), realizó un análisis de los productos agrícolas que tienen posibilidades de producción y expansión a nivel nacional e internacional, pero cuyas exportaciones son reducidas o nulas. Mediante el apoyo de las oficinas de promoción comercial de Procomer, entes estatales y centros de investigación se eligieron 8 productos con mayor potencial de comercialización a nivel internacional los cuales son: Mangostán, pitahaya, guanábana, maracuyá, uchuva, ipecacuana, pejibaye y carambola.

Los productos tienen excelentes propiedades nutritivas y medicinales, que se traducen en beneficios para la salud de quien los consuma. Por ejemplo: la uchuva tiene alto contenido de vitamina A y antioxidantes, a la guanábana se le atribuyen características anticancerígenas o la ipecacuana que es utilizada en la medicina para el tratamiento de afecciones en las vías respiratorias. Asimismo, estas frutas no tradicionales ya están siendo exportados por países como Colombia, Jamaica, México y Perú, quienes han encontrado nichos en Europa, Canadá y Estados Unidos.

El mangostán es un producto proveniente de la Península Malaya, se le conoce como la “reina de las frutas”. Tiene propiedades antioxidantes, antitumorales, antialérgicas, anti-bacteriales y antivirales. En el periodo 2011- octubre 2016, no han reportado exportaciones.

La Pitahaya, proviene de América Tropical, es una planta perenne que crece mediante un soporte, es consumido tanto fresco como procesado y cuenta con propiedades colorantes y antioxidantes. Existen 2 variedades conocidas, las cuales son la roja y la amarilla. En Costa Rica, se cultiva principalmente la roja. En el periodo 2011-2014 no se reportó exportaciones. En 2015, sin embargo, se exportó un monto de 12 mil USD a Martinica.

La Guanábana, es originaria de regiones tropicales de América del Sur, es consumida fresca y procesada. Es característica de climas tropicales cálidos y húmedos, se considera tiene propiedades anticancerígenas. En el periodo 2011-2015, se reportaron exportaciones en 2011 por 13 mil USD y en 2012 por 7 mil USD.

La Maracuyá, es una planta trepadora que crece a alturas medias, cuyo origen se considera que es Brasil, específicamente en la región del Amazonas. Es un fruto apreciado para la elaboración de jugos y refrescos, así como industriales. Cuenta con 2 variables principales: la amarilla y la purpura. En caso de Costa Rica, se recomienda la amarilla porque es más tolerante a las enfermedades, tiene mayor producción, frutos de mejor calidad y más jugo. En el periodo 2011-2015, solamente se reportaron exportaciones en 2012, por 24 toneladas las cuales se dirigieron a Nicaragua (96%) y Honduras (4%).

La Uchuva, es una planta arbustiva originaria del Perú. Es un cultivo que se desarrolla principalmente en zonas de altura. Tiene diversas aplicaciones procesadas como deshidratados, jugos, mermeladas, helados, dulces y jaleas. En el periodo 2011-2015 no se reportaron exportaciones de la fruta.

La Ipecacuana, es una planta medicinal del bosque tropical, cultivada principalmente en Costa Rica, Nicaragua, Colombia y Brasil. Es un producto principalmente utilizado por sus propiedades amebicidas, eméticas y expectorantes. Se exportó en 2015, 1,6 millones USD, en términos de valor, con un CAGR del 24% en los últimos 5 años. Situación similar, ocurre en términos de peso el cual ha experimentado un crecimiento del 17%. Se estima que un 1Kg de ipecacuana puede cotizarse entre los 30 mil a 60 mil colones. Si se calcula por tonelada, en 2015, tuvo un valor unitario de 159,600 dólares. El principal mercado de destino en 2015 fue China (58%) y Reino Unido (25%). Tiene un alto valor por tonelada, en el caso de Costa Rica en 2015 fue de 160 mil USD (valor en miles de USD/toneladas).

El pejibaye, es una palma natural cuyo origen se sitúa posiblemente en las selvas tropicales de América del Sur. En Costa Rica se cultivan razas como la Utilis Tucurrique y Diamantes-10 y 20. La palma del pejibaye se distribuye en zonas por debajo de los 800m desde Honduras hasta el estado brasileño del Pará. En el periodo 2011-2015, no se reportaron exportaciones del fruto fresco, únicamente los conservados en salmuera. Estos últimos reportaron envíos por 23 mil USD con un CAGR del 27% en el periodo 2011-2015. Los principales destinos fueron Guatemala (63%), Panamá (34%) y Nicaragua (3%).

La carambola, es una fruta tropical originaria del sureste asiático. El fruto tiene forma de estrella y es apreciado por la industria alimentaria para la elaboración de pulpas, mermeladas, compotas y fines decorativos. En el periodo 2011-2015, no se reportaron exportaciones significativas del producto (Procomer, 2016, pp. 2-16)

Karina López Porras, coordinadora de Investigación de Mercados de Procomer, menciona en la página web de la Nación, con fecha del 17 de julio, 2017, “explicó que otro de los grandes objetivos que motivó a hacer la investigación es que las exportaciones de productos frescos de Costa Rica están muy concentradas en banano, piña, melón y algunos tubérculos” además, que algunas empresas se han visto en la necesidad de reformular sus productos para eliminar ingredientes artificiales. El hábito de consumo de productos menos artificiales ya está establecido en Europa, Australia y Nueva Zelanda, está en boga en América del Norte y se encuentra emergiendo América Latina. (La Nación, 2017)

Según López (2017), Procomer le otorga con esto la relevancia que sigue teniendo el sector agropecuario en las exportaciones nacionales, agregó la funcionaria de Procomer. Si algunos países son exportadores exitosos de esos bienes, ¿por qué Costa Rica no puede hacerlo? Para lograr el éxito hay que tomar en cuenta las tendencias, como que los consumidores se preocupan cada vez más por la inocuidad de los alimentos y buscan productos que cumplan con certificaciones de calidad y responsabilidad social, advierte el informe.

Y unas de las tendencias es que la mayoría de los consumidores prefieren el canal tradicional (fruterías, pequeños comerciantes), para abastecerse y canales modernos como entrega en casa, vending (máquinas auto expendedoras) las 24 horas y portales electrónicos.

Dentro de las conclusiones adquiere particular importancia que la exportación de estos productos incipientes se debe realizar, especialmente, con algún grado de industrialización, como en pulpas, jugos concentrados, trozos congelados y otros. De esa manera, se envían con valor agregado, se pueden colocar en industrias que los utilizan como materia prima y se superan los numerosos requisitos fitosanitarios establecidos en algunos mercados para productos frescos.

Marvin Barquero, periodista del periódico La Nación menciona en la página web del periódico con fecha del 17 de julio 2017, En el artículo “Ocho productos agrícolas con alto potencial exportador” se destaca que las propiedades alimenticias y medicinales atribuidas a esos productos agropecuarios les dan opciones de ventas en el mercado internacional precisamente por las tendencias de los consumidores hacia la alimentación saludable y hacia lo natural.

De igual forma se menciona en una entrevista a Alberto Montero, gerente del Programa de Frutas Tropicales del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), estimó que Costa Rica debe primero incrementar los volúmenes de producción de esos bienes que calificó como "promisorios" y, posteriormente, desarrollar programas para industrializarlos con miras a la exportación. Advirtió de que hay competencia de algunos países, entre ellos latinoamericanos, que ya tienen presencia con esos bienes en varios mercados, por ello se debe estudiar bien el mercado final y desarrollar buenas ventajas competitivas.

Por otro lado, el TLC entre Corea del Sur y Centroamérica va a ser de gran ayuda para la comercialización de estos productos, ya que va a facilitar el ingreso y los compradores podrían tener una reducción en los aranceles y a la vez en sus costos para la venta.

En el artículo de Seminario universitario publicado por Monserrat Cordero Parra en febrero 2018 hace mención de los beneficios que se puede tener con la aplicación del TLC. El acuerdo comercial firmado en Seúl pretende reducir las tarifas arancelarias para exportar bienes al país asiático, expandir las relaciones financieras en otros sectores y mejorar el ingreso de importaciones surcoreanas de vehículos o electrónica a la región.

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior (Comex), el resultado del tratado refleja los planteamientos de cada uno de los sectores productivos involucrados. “Los sectores más agresivos (ofensivos) para esta negociación fueron los sectores agrícolas y algunos productores industriales o agroalimentarios. Los sectores que tuvieron una propuesta más defensiva (menos abiertos) y que pidieron exclusiones fueron los sectores industriales. El resultado fue exactamente lo que cada uno de los sectores planteo”, (Alexander, 2016)

En cuanto al acceso de mercados, el ministro indicó también que los sectores que tuvieron una posición más ofensiva lograron apertura y proceso de desgravación gradual, mientras que los defensivos obtuvieron exclusiones y periodos de desgravación muy largos.

En los últimos 10 años, las exportaciones de Costa Rica a Corea del Sur aumentaron a tasas anuales del 15% aproximadamente; mientras que las importaciones solo llegaron a tasas del 4% al año. Es decir, las exportaciones crecieron cuatro veces más que las importaciones de productos. (Comex, 2016).

Y en cuanto a antecedentes a nivel internacionales se puede mencionar un estudio realizado por el Ministerio de Agricultura de Chile con el nombre de “Corea del Sur como comprador mundial de productos agrícolas, pesqueros y alimenticios” en agosto 2014.

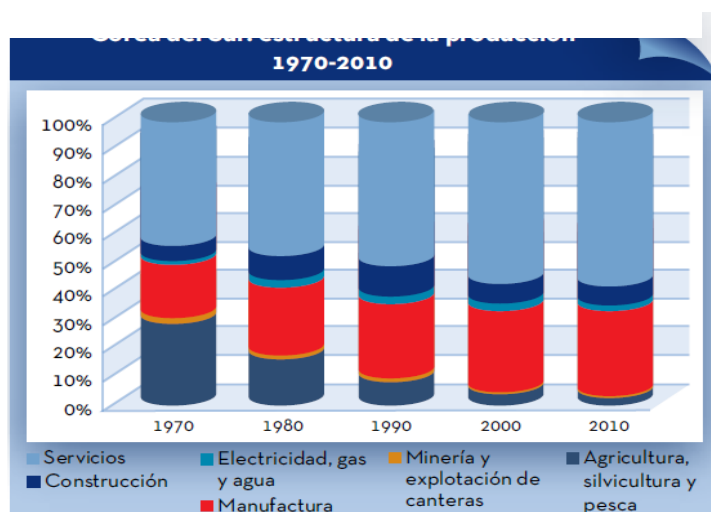
En el documento se indica que las importaciones de Corea del Sur de productos agrícolas y alimenticios se han expandido en los últimos 12 años a una tasa de 10% anual, aunque su comportamiento dentro del mercado mundial como comprador se ha mantenido con ligeras variaciones: desde un peak el año 2002 con una participación de 1,8%, una caída en plena crisis (año 2009) a 1,5%, hasta ubicarse con un 1,7% el año 2013. Debido a la poca tierra cultivable y a la concentración de población en las grandes ciudades, Corea es un atractivo mercado que importa más de dos tercios de los alimentos y productos agrícolas que necesita.

Corea del Sur se planteó ambiciosos objetivos de desarrollo para su sector agrícola y de alimentos, con la expectativa de convertirse en un actor relevante en las importaciones de ese ámbito. Una Ventaja que tiene Corea del Sur es que su población es bastante extensa por lo que el consumo es grande, según las estimaciones oficiales, para el año 2010 la población de Corea del Sur fue de 48.9 millones de habitantes, creciendo un 0,3% en relación con el año anterior. Esta cantidad de habitantes posicionan a Corea como el vigésimo sexto país con mayor población a nivel mundial, y dada su extensión territorial, posee una densidad poblacional de 474.5 habitantes por km<sup>2</sup> y por ende las importaciones de alimento van a ir creciendo.

Su territorio asciende a 99.700 Km<sup>2</sup>, el cual se caracteriza por ser mayoritariamente montañoso y poco apto para las actividades agrícolas; las zonas más planas y por ende más aptas

para el cultivo se ubican en la costa oeste y al sureste. sin embargo, Corea del Sur prefiere importar sus productos alimenticios en lugar de producirlos.

**Figura 1. Producción de Corea del Sur**



*Fuente: Elaboración propia con datos de The Bank of Korea al 2018*

Tal y como se apreció en la figura anterior de la estructura de la producción, la agricultura ha perdido participación en la economía coreana, al pasar de un 29% en 1970 a un porcentaje considerablemente reducido dentro de su estructura productiva, 2,6% en 2010.

Lo anterior se explica por las políticas implementadas en la década de los sesentas, que impulsaron a la industria pesada, pero, además, por la limitante que imponen las características geográficas de Corea del Sur; ya que, al ser un país montañoso con una elevada urbanización, se reduce el territorio disponible para cosechar. Esto ha generado una dependencia de las importaciones para satisfacer la demanda interna de ciertos alimentos. (Procomer,2016)

## **Proyecciones de la Investigación**

Primero , se quiere identificar la mejor forma o las posibles presentaciones de venta del producto en la que se puede consumir en el mercado coreano, también dar conocer información acerca del mercado coreano en cuanto a cultura, forma de negociaciones, cadenas importantes de alimentos, para que los productores tomen al país como un posible destino para sus mercancías y así aprovechar las oportunidades que está dando Corea del Sur al abrir las puertas a productores costarricenses a través del Tratado de Libre Comercio.

Luego la investigación pretende examinar las posibles oportunidades de comercialización de productos incipientes al mercado de Corea del Sur en el periodo del 2018, tomando en cuenta que es un mercado nuevo para introducir estos productos y Costa Rica no les ha dado importancia a los productores para desarrollarse y poder comercializar. Además, se quiere dar a conocer el proceso de exportación y todo lo que conlleva a regulaciones arancelarias o no arancelarias, con el fin de ver si Costa Rica cuenta con la capacidad necesaria para poder exportar estos tipos de productos, ya sea en personal capacitado, volúmenes de venta y mediante la facilitación del Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica.

## **CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA**

En la presente investigación se va a exponer de manera referencial y conceptual información acerca del proceso de exportación de los productos agrícolas incipientes y características sobre el mercado coreano para así tener una idea de las posibles comercializaciones entre los países.

Todos los conceptos o temas detallados a continuación están relacionados con los objetivos específicos y según la dirección que tome la investigación se estarán desarrollando más conceptos.

### **Comercio Internacional**

El comercio internacional hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros. (Blog Comercio y Aduanas, 2013).

La principal razón del comercio es las ventajas que cada país tiene sobre otro en la producción de un determinado bien o en la prestación internacional es aprovechar de un servicio. Cada país tratará de exportar aquello en lo que posee ventajas (como por ejemplo poder producirlo a un mejor precio o disponer de una materia prima escasa en otro país) e importará los bienes y servicios en donde no posea esas ventajas. (Comercio y Aduanas, 2013).

Además, fomenta la competencia dado que los países tendrán incentivos para innovar y buscar la reducción de costes para seguir manteniendo su ventaja competitiva respecto al exterior. En una economía cerrada las empresas locales tendrán menos incentivos para innovar dado el menor volumen de competencia. (Blog Negocios Internacionales, 2013)

El comercio internacional es una forma de ayudar al país en temas de desarrollo económico y para que esto resulte, la balanza comercial debe ser positiva, mayores exportaciones que

importaciones. Por este motivo es importante que cada país busque nuevos productos para comercializar e incentivar a las pequeñas empresas que pueden hacer una diferencia y de esta manera el país tendrá una ventaja competitiva con respecto al mercado que se quiera llegar.

## **Exportaciones**

Una exportación es la salida de mercancías de procedencia nacional, una vez cumplidas toda documentación y requisitos legales para el uso y consumo definitivo en destino. (Ley General de Aduanas, 2013).

Cuando se realiza una exportación de productos agrícolas el vendedor debe conocer todas las regularizaciones que el estado solicita para dar la salida del producto y también de cumplir con los requisitos solicitados tanto por el vendedor como en el país de destino.

## **Importación**

Una importación es el ingreso de mercancías que vienen de un mercado extranjero siempre y cuando cumplan los requisitos legales para que una vez nacionalizada, sea adecuada para su uso y consumo definitivo del territorio nacional. (Ley General de Aduanas,2013).

Cuando se realiza una importación de productos agrícolas es obligación del comprador informar al vendedor que documentos se necesita para la importación, así como las especificaciones del producto.

## **Productos agrícolas incipientes.**

Primero que todo, la palabra incipiente es un término que se emplea cuando se quiere dar cuenta que algo está iniciándose, es decir, que se encuentra dando sus primeros pasos, por lo tanto, no resulta ser algo del todo establecido u oficial, dependiente del caso en cuestión y por caso está en vías de desarrollo.

Entonces, de lo mencionado se desprende que incipientes es un término que se suele utilizar en el lenguaje corriente cuando se quiere referir que algo está recién empezando, es decir, todavía es nuevo y hasta puede suceder que se encuentre en un tiempo de experimentación si es que acaba de aparecer o suceder.

Costa Rica es un país de altas cordilleras, verdes valles y extensas llanuras, concentrados entre dos mares. Su diversidad natural y microclimas conforman el terreno fértil para cosechar los más exóticos, diversos y selectos frutos, listos para ser exportados al mundo. Este país ha acumulado una larga experiencia en exportación por más de 135 años. Anteriormente, era conocido como productor de banano y café; no obstante, en los últimos años ha diversificado sus exportaciones e incluido la oferta de diversos productos frescos y diferenciados. (Procomer, 2016)

El sector agrícola del país provee de insumos a la industria alimentaria. Este sector cuenta con amplia experiencia exportadora, buen posicionamiento internacional como principal exportador de ciertas frutas y tubérculos, y una amplia oferta de certificaciones; aspectos fundamentales para el desarrollo e impulso de una industria alimentaria con potencial de valor agregado, sin embargo, Costa Rica cuenta con otros productos frescos que no se han sido desarrollado o descubiertos y que pueden ser de gran ayuda para aumentar las exportaciones.

La industria alimentaria de Costa Rica ha tenido un crecimiento sostenido en los últimos años. Sin embargo, dicho dinamismo se ha visto impulsado más por una mejora en los volúmenes de exportación, que por un componente de innovación. Es por esto por lo que diversificar y aumentar el valor agregado de la oferta exportable continúa siendo un reto país. (Procomer, 2016)

La producción agrícola es una variable que quienes trabajan en el área deben tener muy en cuenta a la hora de pensar en réditos o beneficios. Esto es así porque la producción agrícola debe ser controlada y organizada de manera apropiada, conociendo los ciclos de la naturaleza y de los productos a cultivar, así como también los factores climáticos que muchas veces pueden hacer perder años de trabajo. Además, se deben también considerar elementos como el almacenamiento de los productos ya obtenidos en espacios apropiados y que no permitan que esos productos se echen a perder. (Blog, definiciones ABC, 2017)

### **Proceso de Exportación de productos agrícolas incipiente**

En la actualidad la logística se relaciona con procedimientos que abarcan desde la compra de materias primas hasta la entrega del producto final al consumidor. Intervienen en ella procesos de planificación, de implementación y de integración. O sea, comprende todo lo relativo a planificar la producción, el manejo de empaques y embalajes, el transporte, el manejo de inventarios, la tramitación de órdenes de compra y el manejo de información a lo largo de toda la cadena a fin de que los consumidores obtengan los productos de manera rápida, económica y confiable.

Con respecto a la producción, los encargados del proceso de producción, debe tener muy bien definidas las épocas de producción y la cosecha que se va a obtener, ya que esta será la base para negociar las órdenes de compra con los clientes y garantizar un buen manejo de la cadena de abastecimiento, de los inventarios, las materias primas, la calidad, la maquinaria y el equipo, las áreas de trabajo y del personal en general. Los encargados de la distribución, por su parte, deben poner especial atención al definir los materiales para el envase y el embalaje, seleccionar los medios de transporte y preparar el embarque.

Con países de bajo volumen comercial es mejor participar por medio de un proveedor o distribuidor que asuma los costos de logística y distribución interna y externa, como lo son consolidadores de carga y agencias aduanales que se encargan de toda la movilización de la carga y ayudan en los procesos de la aduana, es importante que los proveedores que se escojan tengan experiencia en productos perecederos.

Antes de empezar una buena negociación de compraventa del producto es indispensable que las partes involucradas escojan un INCOTERM que tenga beneficios para los 2 y que ayuden con el proceso logístico una vez que la comercialización empiece.

Los INCOTERM son un conjunto de reglas internacionales (obligaciones del vendedor y comprador), regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance en las

cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. También se denominan cláusulas de precios, ya que cada termino permite determinar los elementos que lo componen. La selección del INCOTERM influye sobre el costo del contrato. (Comex,2017).

### **Transporte Internacional para productos agrícolas**

Los medios de transporte que más se emplean para el comercio internacional de productos agroalimentarios son el terrestre, el marítimo y el aéreo. La combinación de uno o más medios de transporte se le como como “transporte multimodal” y son indispensables para el transporte de las mercancías.

### **Transporte Terrestre**

El transporte terrestre juega un papel fundamental en las exportaciones de productos agroalimentarios tanto entre países vecinos, como entre países distantes. Además, por lo general el transporte desde la planta hasta el puerto de salida o puntos de venta se realizan por vía terrestre, y lo mismo ocurre con el transporte desde el puerto o aeropuerto hasta las bodegas del comprador o punto de venta. A estos dos tipos de transporte se les conoce como transporte de superficie o flete interno.

Las tarifas de transporte terrestre se basan en la cantidad de producto, en el peso, la densidad, el volumen, el valor, la susceptibilidad a daños y la distancia.

### **Transporte Aéreo**

El transporte aéreo es el servicio de trasladar de un lugar a otro, pasajeros o cargamento, mediante la utilización de aeronaves.

Debido a esta velocidad, el uso de aviones de carga para el transporte de mercancías está experimentando un notable aumento en los últimos años. Una rapidez que justifica el mayor coste con respecto a otros medios de transporte como el barco.

Además, la tecnología aeronáutica avanza a ritmos vertiginosos, proveyendo de aviones con motores cada vez más eficientes en lo que se refiere al consumo de combustible. Gracias a esto, cada vez resulta más ventajoso y rentable el uso de estos para el transporte internacional de mercancías. (Blog Sertrans, 2016)

Según la información suministrada por las líneas aéreas, el tiempo de tránsito aproximadamente de Costa Rica a Corea del Sur es entre 5 y 7 días. La movilización de la carga se efectúa a través de servicios con conexiones ya que no existen servicios directos, dichas conexiones se realizan en Estados Unidos y Taiwán, para llegar al aeropuerto internacional de Incheon en Seúl. Entre las líneas aéreas que presentan el servicio de Costa Rica a Corea del Sur son Delta, Iberia, U.S. Airways, Continental British Airways.

### **Transporte Marítimo**

El transporte marítimo puede trasladar personas (pasajeros) o cosas (cargas sólidas, líquidas o gaseosas) por mar de un punto geográfico a otro a bordo de un buque, en el ámbito mundial, es el modo más utilizado para el comercio internacional. Es el que soporta mayor movimiento de mercancías, tanto en contenedor, como graneles secos o líquidos.

Por su parte, el servicio de transporte marítimo hacia Corea del Sur tiene una duración mínima de 22 días y máxima de 37 días, con una frecuencia de salida semanal. Dependiendo de la naviera el puerto de salida es Limón o Caldera.

**Tabla 1. Servicio prestado por cada naviera con destino a Corea del Sur se presenta en la siguiente tabla:**

<b>Naviera</b>	<b>Puerto de Salida</b>	<b>Puerto de llegada en Corea del Sur</b>	<b>Tiempo de transito</b>	<b>Frecuencia de Salida</b>	<b>Ruta</b>
CMA CGM	Caldera	Busan / Inchon	27 días / 32 días	Semanal / viernes	Caldera- Puerto Quetzal GT (Escala), Manzanillo MX, Yokohama JP, Busan – Inchon, Corea del Sur
CSAV	Limón	Busan	29 días	Semanal / viernes	Kingston JM (escala), Manzanillo, PA – Quetzal, Cardenas, Long Beach, Yokohama, Hong Kong, Chiwan, Ningbom Shanghai
Maersk Line	Limón	Busan	37 días	Semanal / Martes	Bañboa PA, y GZ Oceangate Container Terminal, CN (Busan)
	Caldera	Kwangyang, Inchon	32 días		Balboa PA, Yantian Intl. Container terminal CN, Kwangyang Corea del Sur. Tránsito terrestre 7 días a Inchon
APL	Limón	Busan	22 días	Semanal / Martes	Manzanillo PA, Balboa PA (escala), Yokohama
MOL Services	Limón	Inchon	23 días	Semanal / Martes	Manzanillo PA, Balboa PA (escala), Los Ángeles, Inchon, Busan
		Busan	25 días		
INTRAMAR	Caldera	Busan	37 días	Semanal / viernes	No proporcionaron datos de ruta. Escala en Manzanillo PA
Mediterranean Shipping Co.	Caldera	Busan	35 días	Semanal / jueves	Manzanillo MX (escala), Yokohama JP, Busan

NYK	Limón	Busan	32 días	Semanal / miércoles	Manzanillo PA (escala), L. Cárdenas, Manzanillo MX, Ensenada MX, Yokohama JP, Ningbo- Shanghai CH, Busan
Consolidación de Carga aérea	Fast Cargo, Rex Internacional, Deco Air, Jetbox, UPS, Carinsa				
Consolidación de carga marítima	SCHENKER, Nabo, Panalpina, Kuhne y Nagel, Grupo HA, Aimi Cargo, Servica, Transtica				
Consolidación de cargas ambas vías	Expeditors, DHL, Ceva Logistics, Corp Karpa, Aeromar				

*Fuente: Elaboración propia con datos suministrados por las navieras y líneas aéreas*

## Navieras

Una naviera es aquella empresa de transporte marítimo que utiliza buques tanto de su propiedad como alquilados y se dedican a la explotación de estos, independientemente de la modalidad dentro del ámbito internacional, pero siempre enfocados al transporte de diferentes materiales.

Las navieras son las representantes del armador en cualquier puerto y por ello, su principal función es la de representar a su cliente, quien ha delegado en la compañía las funciones y responsabilidades que no puede realizar por sí mismo.

Cuando el exportador no cuenta con grandes volúmenes de venta le es difícil negociar con las navieras costos o envíos, por ello es mejor buscar a los consolidadores de carga, los cuales pueden facilitar todo el proceso de la exportación. (Blogística, 2016)

## **Consolidador de carga**

Como se indica en la Ley General de Aduanas en su Artículo 44 “los consolidadores de carga internacional son auxiliares de la función pública aduanera que, en su giro comercial, se dedican, principal o accesoriamente, a contratar, en nombre propio y por su cuenta, servicios de transporte internacional de mercancías que ellos mismos agrupan, destinadas a uno o más consignatarios.

Es un operador distinto al portador, persona física o jurídica que se encarga de realizar el transporte internacional de mercancías, carga de forma agrupada bajo su propio nombre y responsabilidades las mercancías de uno o más consignatarios finales. EL consolidador de carga agrupa en contenedores, ya sean de 20 o 40 pies, todas las mercancías que captan de los distintos exportadores. Cada una de estas cargas individuales que serán agrupadas recibe el nombre de envío LCL

Los consolidadores de carga son empresas que prestan servicios de transporte marítimo, terrestre o aéreo para trasladar mercancías a otros países, cuando se trata de cargas pequeñas que no cubren el espacio disponible de un contenedor.

Estos servicios son utilizados cuando la empresa exportadora no tiene capacidad para llenar un contenedor completo con su propia mercancía y se ve obligado a compartir el espacio con otras empresas exportadoras. Las empresas consolidadoras manejan las cargas de varios exportadores independientemente de si van a un mismo destino, ya que las mercancías pueden ser transbordadas hasta llegar a su destino final.

En el caso del transporte marítimo de productos perecederos, este procedimiento es bastante difícil de realizar ya que los productos suelen tener necesidades específicas de manejo, pero no es imposible. Por ejemplo: algunos productos requieren temperaturas más bajas que otros. Esto puede resultar en la necesidad de realizar el transporte en un contenedor reefer, o en un contenedor estándar, pero con protección térmica. (Blog Logística MX, 2015)

## **Agente Aduanal**

El agente aduanero es el profesional auxiliar de la función pública aduanera autorizado por el Ministerio de Hacienda para actuar, en su carácter de persona natural, con las condiciones y los requisitos establecidos en el Código Aduanero Uniforme Centroamericano y en esta Ley, en la presentación habitual de servicio a terceros, en los tramites, los regímenes y las operaciones aduaneras.

El agente aduanero rendirá la declaración aduanera bajo fe de juramento y, en consecuencia, los datos consignados en las declaraciones aduaneras que formule de acuerdo con esta Ley, incluidos los relacionados con el cálculo aritmético de los gravámenes que guarden conformidad con los antecedentes que legalmente le sirven de base, podrán tenerse como ciertos por parte de la aduana, sin perjuicio de las verificaciones y los controles que deberá practicar la autoridad aduanera dentro de sus potestades de control y fiscalización.

El agente aduanero será el representante legal de su mandante para las actuaciones y notificaciones del despacho aduanero y los actos que deriven de él. En ese carácter, será el representante civil ante su mandante por las lesiones patrimoniales que surjan como consecuencia del cumplimiento de su mandato. (Ley General de Aduanas y su reglamento, 2013)

## **Seguros**

Es importante que cada exportador e importador contrate un seguro para la carga, el responsable del contrato dependerá del INCOTERM que hayan escogido para la comercialización. Esto para evitar riesgos como; barcos hundidos, desastres naturales, carga deliberadamente arrojada por la borda para aligerar un buque en peligro, piratería, carga dañada, mal manejo, colisión, incendio, hurto, contenedores dañados.

Lo más recomendable es que la empresa que sea adquirir el seguro sea puerta a puerta ya que trae más beneficios, para ello se debe comunicar con una entidad aseguradora de confianza para que le asesore del tema.

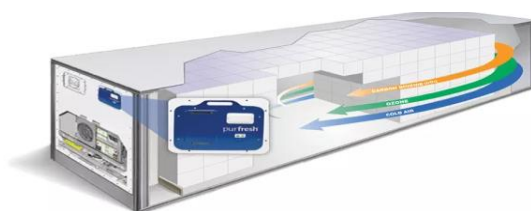
La seguridad en el transporte de mercancías, tanto en transporte marítimo como en transporte terrestre es una prioridad. En el caso del transporte de mercancías internacional, además, es necesario cerciorarse de que las coberturas del seguro sean completas y que incluyan unos supuestos que pueden ser distintos de país a país (por ejemplo, que esté cubierto el camión completo y no solo el contenedor, etc.). (Blog Moldtrans, 2015)

### **Tipo de contenedor para transporte de productos agrícolas**

Existen diferentes tipos de contenedores y de diferentes tamaños o usos, sin embargo, al ser productos perecederos y ser la exportación de frutas frescas, lo más aconsejable es utilizar un contenedor refrigerado, para que la mercancía pueda llegar en buenas condiciones y especificaciones que el comprador solicite. Es importante que la cadena de frío no se puede perder en ningún momento y las temperaturas varían dependiendo del producto, también se debe coordinar con el vendedor cual es el momento más adecuado para enviar la fruta (tiempo de cosecha).

Una opción para no perder la cadena de frío y que el vendedor – comprador puedan tener controlado la temperatura es colocarle al contenedor un dispositivo que envía señales y movimiento del contenedor. Uno por ejemplo es el Purfresh:

**Figura 4. Purfresh**



*Fuente: Elaboración propia imagen suministrada en la página de Purfresh*

El Purfresh es una solución innovadora que crea, controla y supervisa el entorno óptimo para transportar los alimentos más frescos y seguros al consumidor. La solución integral única combina

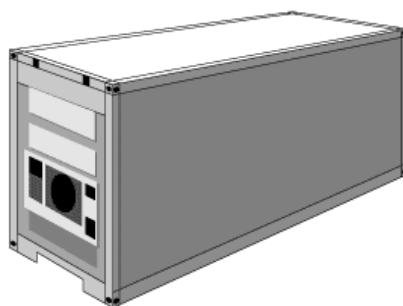
y controla toda la gama de elementos ambientales, como oxígeno, dióxido de carbono y ozono, atmosferas y temperaturas, así como el monitoreo en tiempo real de estos factores.

Las diferentes frutas y verduras tienen necesidades únicas y retos de vida útil, ya sea sensibilidad al etileno, susceptibilidad al moho, daño por frío, control de la maduración y otros. La Atmósfera Controlada de Purfresh brinda la flexibilidad para satisfacer estas diversas necesidades, lo que resulta en un encogimiento mínimo y calidad optimizada, valor nutricional y vida útil.

En cuanto a contenedores para los productos agrícolas los más recomendables son los refrigerados como se indicó anteriormente, a menos que la fruta haya sido procesada y se envíe en otro tipo de producto como; jales, fruta deshidratada, jugos, medicinas, etc. en la cual la mayoría se podrían enviar en un contenedor seco. (Blog Purfresh, 2015)

Contenedores:

**Figura 7. Contenedor Refrigerado**



*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por datos de contenedores*

En este caso se usan para cargas que necesitan tener una temperatura controlada (alimentos) y de conservación baja, puesto que este tipo de contenedor nos proporciona un equipo de generación de frío que permite transportar la carga con una temperatura constante hasta llegar a destino.

- Reefer 20'	
Reefer 20' x 8' x 8,6	
Dimensiones interiores (largo x ancho x alto)	5444mm x 2268mm x 2272mm
Apertura puerta (ancho x alto)	2276mm x 2261mm
Tara	3080 kg
Capacidad	28,1 m3
- Reefer 40':	
Reefer 40' x 8' x 8,6	
Dimensiones interiores (largo x ancho x alto)	11561mm x 2280mm x 2249mm
Apertura puerta (ancho x alto)	2280mm x 2205mm
Tara	4800 kg
Capacidad	59,3 m3
- Reefer High Cube 40':	
Reefer 40' x 8' x 9,6	
Dimensiones interiores (largo x ancho x alto)	11561mm x 2268mm x 2553mm
Apertura puerta (ancho x alto)	2276mm x 2501mm
Tara	4850 kg
Capacidad	67 m3

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por datos de contenedores*

**Figura 10 Contenedor Seco**



*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por datos de contenedores*

Este tipo de contenedores suelen usarse para el transporte de mercancías secas, es decir, que no necesiten ningún tipo de refrigeración (cajas, pallets, bolsas, etc.).

- Standard 20'	
Standard 20' x 8' x 8,6	
Dimensiones interiores (largo x ancho x alto)	5898mm x 2352mm x 2393mm
Apertura puerta (ancho x alto)	2340mm x 2280mm
Tara	2300 kg
Capacidad	33,2 m <sup>3</sup>
- Standard 40':	
Standard 40' x 8' x 8,6	
Dimensiones interiores (largo x ancho x alto)	12032mm x 2352mm x 2393mm
Apertura puerta (ancho x alto)	2340mm x 2280mm
Tara	3750 kg
Capacidad	67,7 m <sup>3</sup>
- Standard High Cube 40':	
Standard 40' x 8' x 9,6	
Dimensiones interiores (largo x ancho x alto)	12032mm x 2352mm x 2698mm
Apertura puerta (ancho x alto)	2340mm x 2280mm
Tara	3940 kg
Capacidad	76,4 m <sup>3</sup>

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por datos de contenedores*

### **Empaque y Embalaje utilizados para los productos agrícolas**

El embalaje y el empaque son los elementos que protegen físicamente la mercadería; su objetivo es, justamente, garantizar que la mercancía llegue a su destino en las condiciones estipuladas en el contrato.

El embalaje es lo que protege al producto durante el trayecto, desde que sale de las bodegas hasta que llega a la puerta del cliente, por eso tiene que estar muy bien pensado. Hay que tener en cuenta las características del producto, la resistencia y la disponibilidad de materiales, el costo y el valor del flete, y los requisitos y especificaciones de los compradores.

Al iniciar el proceso de embalaje es preciso valorar todos los factores que pueden dañar el producto durante su distribución; entre ellos: la fragilidad, el acabado de las superficies, la rigidez, el peso, el tamaño y la cantidad de los artículos que se desea empacar. También se recomienda evaluar la susceptibilidad del producto y del empaque al agua y a la temperatura.

Una vez identificados los posibles riesgos se podrán tomar las medidas necesarias para eliminarlos o al menos disminuir su incidencia.

El “empaque” se define como cualquier material que encierra un artículo, con envase o sin él, a un de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor. Se le conoce también como “empaque secundario” o “empaque colectivo”.

En cuanto al empaque también ayuda a crear una imagen positiva del producto. Por ello, su diseño deber ser atractivo y funcional, para que el consumidor pueda identificarlo fácilmente y logre diferenciarlo de la competencia. Conviene recordar que el empaque no solo es importante en el caso de los productos procesados, sino que los productos frescos, cada vez más, utilizan el empaque como un mecanismo de diferenciación y consolidación en el mercado. Tampoco hay que olvidar que la función primordial de los empaques es la de contener, proteger y facilitar la manipulación de los artículos, y ninguno de estos aspectos se puede sacrificar en beneficio de la apariencia. Además, a la hora de diseñar un empaque siempre hay que tener en cuenta las normas y los reglamentos de empaque y etiquetado del mercado de destino. (Blog Moldtrans, 2015)

**Tabla 4. Materiales utilizados en la elaboración de empaques para alimentos frescos y procesados**

Material	Principales Ventajas	Principales desventajas
Cartón Corrugado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena resistencia al aplastamiento</li> <li>• Facilidades de impresión</li> <li>• No ocupa mucho espacio de almacenamiento porque se puede guardar doblado</li> <li>• Buena relación costo/calidad</li> <li>• Se puede reciclar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Humedad puede cambiar sus propiedades mecánicas. Una manera de evitar este daño es utilizar cartón cubierto de cera</li> <li>• Las cajas de cartón tienen baja resistencia, comparadas con otro tipo de cajas.</li> </ul>
Madera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Material de alta calidad resistencia a golpes, agua y humedad</li> <li>• Se puede reutilizar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El costo</li> <li>• La resistencia no es homogénea</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su almacenamiento demanda más trabajo y espacio</li> <li>• Corea del Sur solicita un sello de fumigación y libre de plagas</li> </ul>
Metálico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena resistencia mecánica.</li> <li>• Mínima interacción química entre este tipo de envase y los alimentos</li> <li>• Buena estabilidad y hermeticidad</li> <li>• Buena opacidad (no deja pasar la luz)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como los envases son preformados, se incurre en mayores gastos de transporte y almacenamiento, por su gran volumen.</li> <li>• Se ofrecen de manera estandarizada</li> </ul>
Papel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideal para la impresión</li> <li>• Fácil de moldear</li> <li>• Fácil de almacenar</li> <li>• Se puede reciclar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco eficiente como barrera a líquidos, aceites y grasas</li> <li>• Altamente higroscópico (capacidad de absorber el agua)</li> </ul>
Plástico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínima interacción química ente el envase y los alimentos</li> <li>• Poco peso, flexibilidad y versatilidad</li> <li>• Buena resistencia mecánica</li> <li>• Se puede reciclar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permeabilidad a gases y radiaciones</li> <li>• Problemas de termo-estabilidad</li> </ul>
Vidrio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Material limpio, puro, e higiénico; es inerte e impermeable para los dines cotidianos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peso y volumen considerable, lo que puede dificultar el almacenamiento</li> <li>• Fragilidad</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resiste la presión interna y las altas temperaturas</li> <li>• Puede apilarse sin aplastarse</li> <li>• El consumidor puede ver el contenido y verificar la apariencia del producto</li> </ul>	
--	---	--

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Logística para la exportación de productos agrícolas, frescos y procesados*

Las cajas de cartón corrugado son uno de los embalajes que más se utilizan en la exportación de productos alimenticios, frescos y procesados. Este tiene que ser lo suficientemente fuerte para garantizar que la caja no se abra durante el transporte, pero, al mismo tiempo, hay que tener en cuenta el costo, la facilidad de aplicación, la rapidez de sellado y la sensibilidad a la humedad. Los materiales que más se emplean son las gomas o pegamentos, las cintas adhesivas, las grapas y las envolturas.

Las cajas de cartón corrugado hay que tener cuidado con el almacenamiento: evitar lugares húmedos o muy calientes, o que sol les pegue directamente. El armado de la caja es fundamental: hay que comprobar que el fondo esté bien sujeto y que las paredes de la caja no se doblen. En cuanto al llenado, hay que evitar que los artículos presionen las paredes de la caja y la deformen, pues esto afecta la resistencia del cartón.

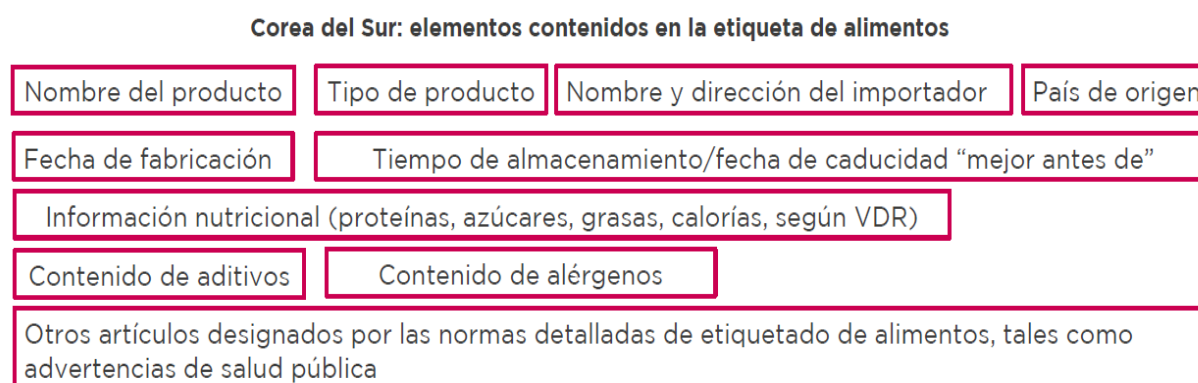
Para la exportación a Corea se debe cumplir con las normas y especificaciones de equipo, envase y embalaje (Standards and specifications for equipment and container/packaging). Esta regulación se refiere a los materiales permitidos que pueden entrar en contacto con los alimentos para asegurar la inocuidad de este. Adicionalmente, considera aspectos sobre el reciclado.

## Etiquetado

La función de la etiqueta va mucho más allá de comunicar la identidad de una marca o información esencial acerca del producto. En las etiquetas pueden estar registrado los códigos de lote, fechas de caducidad, códigos de barras, información nutricional, condiciones de uso o manejo, almacenamiento, entre otros. Estas pueden estar en uno o varios idiomas a la vez.

El etiquetado para el mercado coreano: los productos alimenticios importados están obligados a llevar etiquetas legibles en idioma coreano para entrar en el mercado. Pueden usarse pegatinas, pero no deben ser fácilmente removibles ni deben cubrir la etiqueta original

**Figura 12. Contenido en las etiquetas requeridas por Corea del Sur**



*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Procomer*

El MFDS es la autoridad competente en elaborar las regulaciones relacionadas al etiquetado. Asimismo, controla su cumplimiento sobre los alimentos a su arribo a Corea y en mercado, el idioma de todas las etiquetas debe estar en coreano y la marca del país de origen.

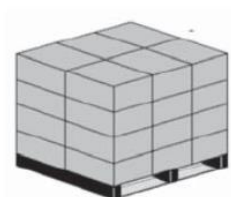
Con los productos de nuevo ingreso tienen que ser inspeccionados por el laboratorio de forma obligatoria y para envíos posteriores del mismo producto que hayan pasado la primera inspección de laboratorio serán elegibles para una inspección documental y visual mucho más

simple, más corta (pero podrían seguir sujetos a pruebas de laboratorio de forma aleatoria). (Procomer, 2016)

## Pallets

Aunque algunos embarques se pueden enviar sin pallets, los pallets brindan una mayor protección a los productos durante el transporte y el almacenamiento. Cuando se utilicen pallets se deberá tener mucho cuidado si durante el proceso de embarque o almacenamiento se deberá colocar un pallet encima de la otra para evitar que el peso haga que los cartones colapsen. Al cargar las paletas generalmente se usan dos patrones:

**Figura 14. Forma de embalaje en los pallets**



*Vertical o columnar*



*Entrecruzadas o transpuestas*

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Logística para la exportación de productos agrícolas, frescos y procesados*

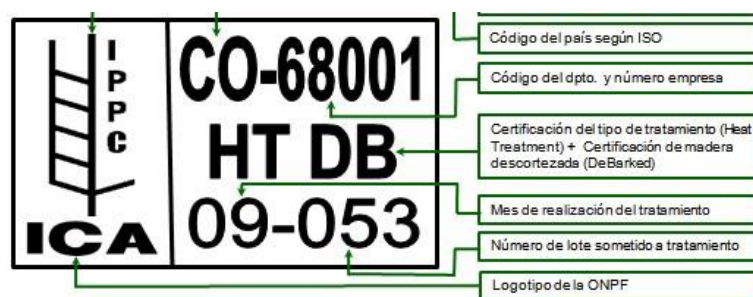
Al preparar un pallet conviene recordar que:

- Los pallets deben tener la cantidad adecuada de tablas en la parte superior, para que puedan soportar el peso de las cajas.
- No se deben utilizar pallets con grandes separaciones en la base porque si las esquinas de las cajas quedan en el aire, se pierde un 50% de la resistencia de la carga
- El diseño del fondo del pallet no debe impedir la circulación del aire.

- El pallet de cuatro entradas facilita el proceso de carga.
- El patrón vertical garantiza que las esquinas de las cajas van a quedar una sobre otra, lo que hace que las cajas sean más resistentes.
- Hay que asegurarse de que las cajas cubran completamente el pallet, si no, las cajas se pueden mover durante el tránsito.
- Es importante estabilizar los pallets con plástico adhesivo y flejes. Si los productos necesitan ventilación no es recomendable utilizar plástico adhesivo.
- Si las cajas que están en el pallet no se aseguran con flejes o mallas es importante que por lo menos las tres hieleras superiores se apilen en forma cruzada, para proporcionar estabilidad.

En el caso de las cajas y pallets de madera hay que prestar atención al cumplimiento de la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias N° 15 (NIMF 15), que establece que todos los embalajes de madera deben recibir un tratamiento especial para impedir el alojamiento de plagas. Además, deben presentar una marca que demuestre que efectivamente recibieron ese tratamiento.

**Figura 17. Sello de fumigación para los pallets de madera**



*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Logística para la exportación de productos agrícolas, frescos y procesados*

El tamaño del pallet que se seleccione dependerá de las medidas internas del contenedor o del camión que transportará los productos, así como del peso y la forma de los bienes que se van a colocar en el pallet.

**Tabla 5. Recomendaciones para mantener la calidad de los productos agrícolas según por el que entre el aire en el contenedor**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las cargas apiladas deben acomodarse de tal modo que se dejen canales de flujo de aire a lo largo del contenedor, para ventilar el calor producto de la respiración.</li> <li>• La estiba cabecera, junto al mamparo frontal del contenedor, deben acomodarse en columnas, para que todos los canales de aire que fluyen a lo largo del contenedor estén conectados y el aire pueda regresar al evaporador</li> <li>• La carga no debe obstruir el contacto de aire en el cielo raso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La carga apilada debe tener ranurar de ventilación que vayan desde la parte inferior hasta la parte superior; de lo contrario debe haber canales verticales entre los contenedores</li> <li>• Debe haber por lo menos 13 cm de espacio libre entre carga y el cielo del contenedor., para asegurar la circulación del aire de retorno</li> <li>• La carga debe cubrir la mayor parte de la superficie del piso para forzar más aire a través de la carga.</li> </ul>
--	---

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Logística para la exportación de productos agrícolas, frescos y procesados*

Entre las buenas prácticas para la carga de productos frescos destacan: mantener la temperatura, mantener la humedad relativa, proteger los productos de los golpes y vibraciones a que estarán sometidos mientras estén en tránsito y prevenir la entrada de plagas a la carga. Para prevenir la entrada de plagas a la carga se recomienda que el área de carga esté cerrada y evitar cargar por la noche, ya que los insectos son atraídos por la luz. Los productos que requieren refrigeración deben pre-enfriarse completamente antes de proceder a cargarlos en el equipo de

transporte. El compartimiento de carga del equipo también debe pre-enfriarse a la temperatura de transporte o almacenamiento recomendada para el producto

### **Logística de exportación a Corea del Sur desde Costa Rica**

Para poder determinar, en su justa medida, las utilidades que se van a generar, es preciso tener en cuenta todos los costos logísticos relacionados con la exportación de un producto. Al calcular el precio de exportación no basta con incluir el costo del producto y el costo del envío hacia su destino final, sino que hay que tener en mente una serie de variables que pueden influir en el éxito de la empresa tanto en la parte de servicio al cliente, como de los márgenes de ganancia para la propia empresa. Es recomendable, definir primero los costos logísticos en relación con el transporte.

#### **Costos Logísticos de transporte**

El tráfico marítimo de Corea se concentra en Busan, tiene un rol estratégico en el comer del país, ya que conecta el Océano Pacífico con el continente asiático.

Su infraestructura aeroportuaria está compuesta por un total de 105 aeropuertos, sin embargo, los aeropuertos de Incheon y Gimhae, son los que concentran el mayor tráfico.

Algunos costos promedios de movilizar una carga a Corea vía marítima son:

**Figura 19. Costo contenedor completo FCL**

Contenedor 20 STD	US\$ 1005
Contenedor 40 STD - HC	US\$ 1300
Contenedor 40 RFR	US\$ 4298

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Procomer*

**Figura 21. Transporte marítimo carga consolidada**

Consolidado 100 Kg.	US\$ 240
Flete marítimo ( + 100 Kg. )	US\$ 1.30
Otros gastos aprox.	US\$ 95
Principal puerto de salida	Pto Limón

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Procomer*

**Figura 23. Costos adicionales**

- Trámites de exportación.....USD\$ 75.00
- Tica free....USD\$ 35.00
- Manejo documentos....USD\$ 25.00
- Confección BL.....USD\$ 35.00
- Inland GAM- LIO.....USD\$ 750.00
- Seguro: 0,06 % sobre el valor a asegurar

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Procomer*

**Figura 25. Transporte aéreo**

Flete aéreo mínimo 100 kg.	US\$ 475
Flete aéreo (+ 100 Kg.)	US\$ 2.96
Otros gastos aprox.	US\$ 235
Aeropuerto de salida	Juan Santamaría

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Procomer*

**Figura 27. Cargos aerolínea**

Combustible Mínimo \$20.00	\$ 0.70 por Kg.
Seguro Mínimo \$ 15.00	\$0.15 por Kg
DGAC Mínimo \$ 1.00	\$0.01 por Kg
Documentación AMS	\$25.00 \$12.00
Guía aérea	\$45.00

Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Procomer

**Figura 29. Cargos origen**

Manipulación carga	\$35.00 por AWB
Pick up SJO Mínimo \$ 55.00	\$0.7 por kg
Embalaje.	Tipo carga
DUA Exportación	\$ 75.00 por AWB

Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Procomer

**Figura 31. Cargos en destino**

Cargos en destino (1)	
Manipulación	\$ 35.00 por embarque
Docum. Transfer (si es necesario)	\$75.00 otro broker
Courier	\$ 50.00
Flete interno (radio 50 Km. aéreo)	\$0.45 por Kg.

Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Procomer

### Figura 33. Costo de transporte marítimo con atmosfera controlada

#### *Ejemplo:*

Tarifa de un contenedor de 40'	4.298 US \$
Costo adicional de AC	800 US \$
<b>aproximadamente</b>	<b>5.098 US \$</b>

*Fuente: Elaboración propia datos suministrados por Procomer*

### **Aduanas**

Las aduanas controlan la entrada y la salida de mercancías para comprobar la legalidad y la idoneidad de las operaciones, el pago de los impuestos correspondientes y el cumplimiento de las normas y requisitos de exportación.

Para facilitar los trámites en aduanas se recomienda trabajar con una agencia aduanal; estas sirven de enlace entre la empresa exportadora, las instituciones gubernamentales relacionadas con las exportaciones y los medios de transporte

### **Requisitos de exportación de Costa Rica de productos agrícolas incipientes**

Para exportar un bien o productos al exterior, el interesado debe inscribirse ante la Promotora de Comercio Exterior (Procomer), y la dirección general de aduanas. Procomer cuenta con un sistema de ventanilla única que le permite al usuario realizar los trámites de pre-registro en línea, así como un Centro de Asesoría para el Comercio Exterior, donde se brinda orientación personalizada. Este registro tiene validez de dos años y debe renovarse un mes previo a su vencimiento.

Para las exportaciones de productos agrícolas, requieren además del registro de Procomer y dirección general de aduanas, un registro especial que se tramita en el Servicio fitosanitario del

Estado (SFE), el cual pertenece al Ministerio de Salud. Este último trámite se puede hacer en línea o en forma presencial. Se debe tomar en cuenta que en cada exportación de este tipo de productos se requiere la nota técnica #265 la cual se tramita mediante el sistema Vuce 2.0 en la página de Procomer y dura aproximadamente ocho días para aprobarse y emitir el certificado fitosanitario requerido para la inspección en puerto de salida, realizada por un funcionario del MAG.

En el caso de productos de origen animal o vegetal, el exportador debe de presentar el resumen de embarques emitido por el regento de planta (funcionario del Ministerio de Agricultura y Ganadería, MAG). Este documento se gestiona en las oficinas del MAG en Barreal de Heredia. Además, en puerto de salida, un funcionario de esa dependencia determina si el producto debe ser objeto de revisión física o no, y finalmente, emite el certificado fitosanitario o zoosanitario correspondiente. También los exportadores deben estar inscritos, activos y al día en la C.C.S.S y en Fodesaf. (Procomer, 2015)

### **Requisitos para exportar a Corea del Sur**

La gran mayoría de productos pueden ser exportados a Corea sin ninguna licencia previa, pero se requiere una declaración de importación al momento de realizar el ingreso en Corea y éstos serán sometidos a sistemas de control dependiendo de la clasificación que tenga el importador en el servicio de aduanas. Si el importador tiene un historial de no conformidad, sus productos serán inspeccionados automáticamente.

De acuerdo con la Ley de Inocuidad Alimentaria (Food Sanitation Act) para importar alimentos se debe realizar una notificación ante el KFDA con la siguiente información: lista de ingredientes, detalles y procesos de fabricación, informe o certificado de inspección, etiquetado coreano, y otros. Si el producto es aprobado por la inspección que realiza el KFDA, la oficina de aduanas realizará el proceso de notificación de importación, según la Ley de Aduanas. Si es rechazado en la inspección, el producto puede ser devuelto, destruido o utilizado para un propósito diferente. Cualquier producto que esté sujeto a cuarentena no podrá ingresar al país hasta que no se haya aprobado el análisis de riesgo de acuerdo con lo que dispone la reglamentación coreana.

El Gobierno de Corea introdujo el registro de los importadores el Sistema Buenas Prácticas de Importación (*GIP Importer*) con el fin de facilitar la importación de productos de plantas productoras registradas. En estos casos no se requiere inspección y el producto puede ingresar al país bajo un sistema *fast-track*. Para realizar el registro como importador, se debe llenar el formulario que se encuentra en la página web del KFDA y adjuntar los documentos necesarios.



Lista de empaque	<p>Facilitará el despacho de aduanas. Debe incluir la siguiente información: Lugar y fecha de envío, número de pedido, descripción, número y tipo de paquetes, los totales de los pesos brutos, neto y legal de los envases y marcas y números de los bultos.</p> <p>Nota: retractilado de PVC para los materiales de empaque está prohibido debido a preocupaciones ambientales. Esta es una revisión de los métodos de embalaje y las regulaciones de materiales y también cubre el control de gestión de residuos sólidos en la mayoría de los productos, tales como, alimentos, cosméticos, juguetes, productos farmacéuticos, etc.</p> <p>Debe indicarse el país de origen. La carne empacada y productos de la carne, leche y productos lácteos y los huevos y ovo productos deberán enumerar todos los ingredientes y proporcionar información nutricional. Productos agrícolas modificados genéticamente deben estar etiquetados como tal.</p>
Factura proforma	El importador debe poseer una factura proforma con el fin de obtener una carta de crédito, así como, si fuera necesario, una licencia de importación. Esta debe ser notariado y legalizado por un Consulado de Corea
Certificado de inspección	Son necesarios certificados de inspección y las declaraciones de la autoridad competente en relación con la fabricación de los productos farmacéuticos, instrumentos médicos, materiales sanitarias y cosméticos, excepto aquellos que están exentos por el Ministerio Coreano de Salud y Asuntos Sociales, o si estos certificados han sido presentados anteriormente. Además, los certificados de inspección pueden ser necesarios para los equipos eléctricos o maquinaria específica. El exportador debe tener claro quién es responsable de los gastos en que pueda incurrir en relación con dicha inspección
Certificado sanitario	Necesarios para el ganado, los animales, plantas y sus productos, semillas y todos los productos vegetales

*Fuente: Elaboración propia con datos de Global Resource Guide, DHL.*

## **Tratado de Libre Comercio**

Un tratado de libre comercio (TLC) constituye una herramienta utilizada para crear una zona de libre comercio (ZLC). El artículo XXIV b) del GATT define una ZLC como:

Un grupo de dos o más territorios aduaneros entre los cuales se eliminan los derechos de aduanas y las demás reglamentaciones comerciales restrictivas con respecto a lo esencial de los intercambios comerciales de los productos originarios de los territorios constitutivos de dicha zona de libre comercio. (Organización Mundial de Comercio, 1994, p. 547).

Los Tratados de Libre Comercio son importantes pues se constituyen en un medio eficaz para garantizar el acceso de los productos a los mercados externos, de una forma más fácil y sin barreras. Además, permiten que aumente la comercialización de productos nacionales, se genere más empleo, se modernice el aparato productivo, mejore el bienestar de la población y se promueva la creación de nuevas empresas por parte de inversionistas nacionales y extranjeros. Pero, además, el comercio sirve para abaratar los precios que paga el consumidor por los productos que no se producen en el país. (Organización Mundial de Comercio, 1994, p. 547)

### **Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Corea del Sur**

En la negociación del TLC se acordó trabajar en procura de un tratado de libre comercio de alto nivel y de alcance, incluyendo el comercio de bienes, comercio de servicios, inversión, cooperación económica y otras áreas de interés mutuo.

En el artículo 1.2 de la Sección A: Disposiciones Iniciales se menciona que los objetivos de este tratado son:

- (a) Estimular la expansión y la diversificación del comercio entre las partes
- (b) Eliminar los obstáculos al comercio y facilitar el movimiento transfronterizo de mercancías y servicios entre los territorios de las partes

- (c) Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio
- (d) Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las partes
- (e) Otorgar protección adecuada para la aplicación y el cumplimiento de este tratado, para su administración conjunta, y para la solución de controversias y
- (f) Establecer un marco para la cooperación bilateral, regional, y multilateral para ampliar y mejorar los beneficios de este tratado.

### **Ventajas del TLC Corea del Sur – Costa Rica**

Corea es un país que, a pesar de tener una economía orientada hacia la manufactura avanzada y la innovación, asigna un rol social a la agricultura, lo cual se traduce en niveles arancelarios altos y políticas gubernamentales de apoyo al sector agropecuario. En este contexto, el objetivo de Costa Rica en la negociación del TLC fue conseguir el mejor acceso posible al mercado coreano para los principales productos de exportación y para productos con potencial.

El TLC mejoró las condiciones de acceso para muchos productos en los que Costa Rica tiene potencial de exportación a Corea, esto impactará directamente en una mayor competitividad de los productos

**Tabla 7. Proceso de desgravación de los productos con potencial**

	Producto	Arancel base	Plazo de desgravación
<b>FRUTAS</b>	Banano	30%	5 años
	Piña	30%	7 años
	Guayabas	30%	5 años
	Mangos	30%	7 años
	Sandías	45%	10 años
	Melones	45%	10 años
	Papayas	30%	7 años

*Fuente: Elaboración propia con datos de Procomer*

## **Certificado de origen**

El certificado de origen es el documento que permite a un importador o exportador acreditar el país o región de donde se considera originaria una mercancía. Este certificado es necesario para que una empresa importadora obtenga la preferencia arancelaria negociada en un Tratado o en un Acuerdo comercial suscrito por su país.

Para completar el certificado de origen correspondiente al TLC con Corea del Sur es bajo el enfoque de “auto certificación”, en el cual el exportador o productor es quien lo confecciona. Para obtener la reducción de los aranceles, según lo establecido en el tratado, este documento deberá ser presentado ante las autoridades aduaneras al momento de la importación. Asimismo, con el principio de “acumulación de origen” se admite acumular materias primas y procesos productivos con los países miembros del tratado, permitiendo así una mayor integración entre los aparatos productivos de las economías centroamericanas, y con Corea.

Las mercancías agrícolas y hortícolas cultivadas en el territorio de una Parte deberán ser tratadas como originarias en el territorio de esa parte, aunque se hayan cultivado a partir de semillas, bulbos, tubérculos, rizomas, esquejes, injertos, retoños, yemas u otras partes vivas de plantas importadas de un país no Parte

Figura 35. Certificado de origen

ANEXO 3-C CERTIFICADO DE ORIGEN					
TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA REPÚBLICA DE COREA Y LAS REPÚBLICAS DE CENTROAMÉRICA					
1. Nombre y dirección del Exportador: Teléfono:                      Fax (opcional): Correo electrónico:		2. Periodo de cobertura: AAAA MM DD                      AAAA MM DD Desde: ____/____/____ / Hasta: ____/____/____			
3. Nombre y dirección del Productor: Teléfono: Correo electrónico:		4. Nombre y dirección del Importador: Teléfono:                      Fax (opcional): Correo electrónico:			
5. Descripción de la mercancía(s)	6. Clasificación Arancelaria SA#	7. Criterio de Origen	8. País de Proveedor	9. VCR	10. País de Origen
11. Observaciones:					
Certifico que: - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y asumo la responsabilidad de comprobar lo aquí declarado. Entiendo que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en, o relacionada con, este documento. - Me comprometo a conservar y presentar, cuando sea solicitado, la documentación necesaria para sustentar este Certificado, e informar por escrito de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez de éste a todas las personas a las que se les entregó este Certificado. - Las mercancías son originarias del territorio de una Parte y cumplen con los requisitos de origen específicos para dichas mercancías en el Tratado de Libre Comercio entre la República de Corea y las Repúblicas de Centroamérica. Este Certificado consta de _____ páginas, incluyendo todos sus anexos.					
12. Firma autorizada:			Empresa:		
Nombre:			Cargo:		
AAAA MM DD			Teléfono:                      Fax (opcional):		
Fecha: ____/____/____					

Fuente: Elaboración propia con datos de Procomer

En el artículo 3.19 de las reglas de origen del tratado de libre comercio Corea del Sur y Costa Rica, “Validez del certificado de origen” menciona que:

- Un Certificado de Origen tendrá validez de un año desde la fecha de su emisión en la Parte exportadora.
- Los Certificados de Origen que sean presentados a la autoridad aduanera de la Parte importadora después de la fecha límite para la presentación, prevista en el párrafo 1, podrán ser aceptados con el propósito de aplicar el trato arancelario preferencial, cuando no se hayan presentado esos documentos en la fecha límite establecida, debido a desastres naturales.

## **Posibles oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes costarricenses**

Las oportunidades para Costa Rica se basan en contar con una base productiva agrícola con calidad certificada, tener un alto reconocimiento mundial por el respeto a la sostenibilidad y desarrollo social, y finalmente, en términos de tecnología contar con un sector tecnológico que permita aprovechar el desarrollo de nuevas tecnologías o aplicaciones en beneficio de la sofisticación y desarrollo del sector alimentario

Corea del Sur es una de las poblaciones más envejecidas del mundo, con una economía altamente tecnificada y riqueza relativamente bien distribuida. Por lo cual siempre buscan productos nuevos que tengan grandes beneficios para la salud y con valores agregados. Les gusta estar innovando en cada comida. (Procomer, 2017)

Además, unos de los factores decisivos de la compra de frutas son el estado fresco (29.2%), el precio (24.2%), el grado de azúcar contenido (11,7%), lugar de origen (11,5%), zona productiva (5,5%), certificación orgánica (1,5%). (Oficina comercial de Chile en Seúl, 2015)

Hay que destacar que Costa Rica juega un papel importante en los mercados internacionales con productos agrícolas, y poco a poco ha ganado terreno con productos procesados, debido a que cada producto tiene un exquisito sabor y dulzura que nace de la diversa topografía y múltiples microclimas. Tan diversos como las bellezas naturales costarricenses y protegidos durante su crecimiento por manos cuidadosas y bondadosas, las piñas, granos de café, bananos, melones, rambutanes, tubérculos, naranjas, mangos, etc. se reconocen en el mundo. (Procomer, 2016)

### **Elementos por considerar para hacer negocios con empresarios coreanos**

1. Los coreanos tienen cultura laboral intensa y suelen relajarse después del trabajo, saliendo a cenar y al karaoke. Se abstienen del contacto físico, pero esto se ablanda un poco cuando han tomado algunas copas. Es importante cultivar la relación fuera de la oficina

2. La cultura coreana respeta muchísimo las jerarquías, las cuales no solo se dan a nivel laboral, sino en otros ámbitos como en la universidad. Es indispensable reconocer las jerarquías y buscar trate con contrapartes al mismo nivel
3. Los chaebols (conglomerados) controlan muchos negocios en Corea y son manejados por familias. El tamaño de estos conglomerados ha requerido la introducción de una clase de gerentes profesionales.
4. Los coreanos tienden a ser más directos que los habitantes de otros países asiáticos. Es una cultura donde la armonía social es esencial, la capacidad de identificar el estado de ánimo de otro, a menudo llamando nunchi, es crucial para los negocios exitosos. Por esta razón, hay que estar atento a las sutilezas en las comunicaciones, observando señales no verbales e indirectas, que a menudo sugieren el verdadero sentido de los que se está comunicando.
5. Es preciso tomar en consideración el concepto de kibun. Si bien este término no tiene traducción al español, se refiere a la imagen o reputación y prestigio de las personas. No respetar el orgullo, dignidad o sentimiento de la contraparte puede arruinar la relación
6. Al negociar con coreanos, usted debe mostrar tenacidad aliada con respeto, nunca debe parecer ingenuo. La puntualidad es imprescindible y se recomienda responder con rapidez las llamadas y correos electrónicos. Al iniciar una relación de negocios, lo ideal es establecer contratos de corto plazo y luego extenderlos dependiendo de la experiencia
7. Comparta humor con ellos siempre que sea posible y recuerde que, en muchos casos, se dan intercambios de regalos en el contexto de los negocios.

Corea del Sur posee una cultura tradicional propia y los coreanos han desarrollado un carácter amante de la paz, pero dinámico que ha creado una cultura contemplativa pero vibrante, optimista y sentimental. (Procomer, 2016)

### **El consumidor coreano**

En Corea del Sur, se pueden encontrar principalmente 5 formatos de punto de venta de alimentos y bebidas: los supermercados, los hipermercados, las tiendas por departamento, las tiendas por conveniencia, y una modalidad que va en aumento que es el homeshopping.

Los hipermercados han crecido rápidamente a partir de la desregulación de esta actividad comercial y la incorporación de capital extranjero; pero además porque este formato ofrece precios más bajos en relación con las tiendas por departamento, por lo que, dada la reciente contracción económica, el consumidor frecuenta más este tipo de establecimiento, favoreciendo a su crecimiento. Cadenas como Walmart y Carrefour ya estuvieron presentes en el mercado, sin embargo, ambas vendieron sus establecimientos a cadenas locales, ya que su estrategia para establecerse en el mercado incluyó poca adaptación al estilo de vida del consumidor coreano. Otras empresas extranjeras presentes a la fecha, es la cadena inglesa Tesco y la norteamericana Costco, esta última bajo el formato de membrecía.

Las tiendas de conveniencia se caracterizan por contar con una oferta reducida de productos de consumo diario. Como su nombre lo indica buscan ser lo más conveniente posible especialmente a través de su horario extendido (generalmente 24 horas) y su ubicación (múltiples puntos de venta en áreas de gran tránsito de personas). En la época reciente, han implicado su portafolio de productos especialmente de alimentos frescos.

Por último, el homeshopping, se refiere a las compras que se realizan desde el hogar, ya sea a través de las ventas por televisión como por internet. Es una modalidad que va en aumento básicamente por dos factores, el extendido acceso a internet de bandas anchas y la conveniencia que brindan las compras de este tipo, al darse mejoras en el sistema de entrega.

Los principales grupos detallistas corresponden a Shinsegae, con tiendas por departamento bajo el mismo nombre y los hipermercados y supermercados E-mart (principal cadena en ventas), Lottle Shopping también con tiendas por departamento bajo el mismo nombre e hipermercados y supermercados, Lotte Mart y los hipermercados homeplus del grupo Samsung Tesco. Por su parte los principales sitios de ventas por internet corresponden a GSeShop, CJ Mall y H Mall, esto adicional a los sitios propios que poseen las distintas cadenas de hipermercados y supermercados

Además, están ofreciendo el servicio “Smart Scan”, que consiste en que el consumidor visite la tienda y pueda escanear los productos que desee comprar y realizar el pago del carrito. Después del pago, los productos comprados son llevados al domicilio dentro de 2 horas. Este servicio, del concepto de rapidez apoya mucho la vida cotidiana de Corea y en especial a las madres trabajadoras

El coreano siempre busca nombre de la marca con reconocimiento, propensión alta a comprar productos extranjeros, investigan y compran productos por Internet, especialmente por redes sociales, productos de calidad y lujosos, características de salud de un producto e impecable servicio postventa. (Procomer, 2016)

### **Tendencias de consumo**

El crecimiento económico y determinados cambios sociodemográficos condicionan y moldean los patrones de consumo de la población surcoreana, y se ponen de manifiesto ciertas tendencias que marcan y marcarán las pautas de consumo en su futuro cercano.

La salud y el verse bien: Por un lado, el envejecimiento de la población ha provocado un incremento en la demanda de productos saludables, vitaminas, y suplementos. Pero también, el consumidor surcoreano se caracteriza por estar altamente consciente o al tanto de su apariencia y su salud.

Ese deseo por verse bien y estar saludable ha generado un incremento en la demanda de alimentos saludables y de bien de cuidado personal asociados a la belleza y la juventud.

Cada vez más consumidores están trasladando su gasto en alimentos a opciones más saludables y bajo el concepto de funcionales y nutracéuticos, anteriormente, la mayoría de las vitaminas y los suplementos dietéticos estaban dirigidos principalmente a personas de mediana edad o mayores, pero ahora el target o la meta es más diversa, e incluye personas de todas las edades. A medida que más consumidores están conscientes de los beneficios de las vitaminas y los suplementos dietéticos, las personas más jóvenes, en sus veintes y treintas, también compran estos productos para su propio consumo.

Lo anterior también muestra ese deseo de los surcoreanos por probar productos nuevos que mejoren o mantengan su salud. De la mano con esta tendencia también crecen aquellos productos con promesas menos técnicas sobre la salud, como es el caso de la categoría de alimentos mejor para usted o better for you, que incluye alimentos y bebidas naturales, sin aditivos, bajos en grasa o sodio, entre otros.

Un factor que impulsa esta tendencia es que las grandes cadenas de hipermercados, como E-Mart y Homeplus, están introduciendo una gama de productos de salud y bienestar bajo sus marcas privadas, dando como resultado que este tipo de productos estén siendo consumidos por segmentos de la población con un nivel de ingreso menor.

Conveniencia., Corea del Sur es el país de la OECD con mayor tiempo promedio laborando, expresado por el número de horas laboradas por trabajador, pero además son conocidos por su acelerado estilo de vida y manera de realizar sus labores. La famosa frase pali pali (rápido, rápido) hace referencia a esa manera acelerada de llevar a cabo sus actividades.

Adicional a este aspecto cultural, la incorporación creciente de la mujer al mercado laboral, y los crecientes tiempos de desplazamiento por la cantidad de tráfico, también han provocado una mayor valorización del tiempo y por ende una búsqueda constante por la conveniencia. Conveniencia en sus productos, pero además en la forma de comprarlos. (Procomer, 2016)

## **Tipos de Consumidores**

Se pueden identificar 3 grupos de consumidores con características particulares:

Consumidor joven (15-30 años, 20% de la población): Financiados por sus padres y usuarios permanentes de redes sociales, compras compulsivas, cafeterías son espacios para socializar

Consumidor adulto (30- 40 años, 17% de la población): solteros y con alto nivel educativo, lo principal es sus vidas es socializar (balance vida / trabajo), buscar relacionarse con extranjeros y adoptan fácilmente tendencias de Occidente, consumidores con propósitos, actividades deportivas y al aire libre

Consumidor maduro (40-55 años, 25% de la población): alto nivel de ingreso, el trabajo es lo más importante, cuidan imagen personal y su estatus social (buen carro y casa en zonas caras de la ciudad), invierten en el cuidado de su salud, invierten en la educación de los hijos (Procomer, 2016)

## **Oportunidades comerciales para los productos agrícolas incipientes**

El mercado de frutas frescas: en Corea alcanzó 3,3 millones de toneladas en 2015. En los últimos 20 años, el consumo de frutas frescas se ha incrementado un 2% anual. En 1990, cada coreano consumía 41,8 kg por año, mientras que en 2015 el consumo alcanzó 65,2 k por año. De esta cifra, 31% correspondió a frutas tropicales (banano, piña, mango, papaya y otras), en su mayoría importadas.

En relación con los patrones de consumo, la mayoría de los coreanos acuden a comprar frutas una vez por semana. Los lugares de compra son las tiendas de conveniencia, los hipermercados y los mercados tradicionales (todos con similar importancia). La frescura, así como el precio son los factores que más influyen en la selección de estas. Corea es importador neto de

frutas y para el segmento de frutas tropicales se abastece predominantemente de países del sudeste asiático.

Los proveedores de Latinoamérica tienen baja presencia en el mercado, la cual se dinamiza cuando hay escasez de fruta en la región. Costa Rica fue el segundo proveedor de piña fresca de Corea en 2015 (3% de las importaciones totales) y el quinto proveedor de banano (1% del total).

Si bien Corea es productor de algunas frutas, la mayoría se destina al consumo de mesa y, por las condiciones climáticas, no están disponibles en todas las estaciones del año. Se considera que Corea es un buen mercado para los jugos de frutas, debido a la demanda creciente de jugos, que responde al hecho de que la población los valora por su contribución a la salud y sus beneficios nutricionales. Además, existe una gran demanda de concentrados por parte de la industria procesadora de bebidas.

Para los jugos que se venden al por menor, los más importantes son los que tienen entre 25% y 99% de contenido de fruta. No obstante, esta categoría ha caído, dado que estos jugos en ocasiones tienen alto contenido de azúcares. En relación con los sabores, predominan los cítricos y la uva como los favoritos. La comercialización de jugos se realiza en su mayoría en hipermercados.

Costa Rica ocupa el lugar 29 entre los proveedores de jugos de frutas de Corea, con envíos que en 2015 alcanzaron US\$256 mil (0,2%). Gracias al tratado, se logrará la eliminación de los aranceles coreanos en plazos que oscilan entre siete y 16 años.

Frutas tropicales: países del sudeste asiático tiene gran predominancia como proveedores de frutas tropicales. Proveedores de Latinoamérica tiene baja presencia en el mercado, la cual se dinamiza ante ausencia o insuficiencia de fruta en la región.

La comercialización de frutas tropicales se da tanto como insumo en la industria alimentaria, como para el consumidor final.

Frutas procesadas – pulpas y congeladas: La participación en el mercado debe considerar la preferencia del consumidor y las adaptaciones que se requieran en cuanto a presentación, sabor y certificaciones de calidad. Innovación en las industrias alimentarias impulsan la inclusión de frutas tropicales en diferentes alimentos.

La búsqueda de alimentos saludables, y la facilidad de comprar comidas preparadas son otro factor que impulsan la demanda por frutas congeladas y pulpas en Corea del Sur

Frutas procesadas – jugos y concentrados: el mercado de jugos ha presentado una caída general en el último quinquenio, debido a una mayor preferencia por aguas gasificadas y otro tipo de softdrinks. A nivel de canal, el consumo de jugos dentro del establecimiento presenta un crecimiento explicado por las mayores ventas de jugos premium en cafeterías y restaurantes

Para los jugos que se venden en canal minorista, los más importantes son los que tiene contenido de fruta entre 25% y 99%. No obstante, esta categoría ha caído dado que estos jugos en ocasiones tienen alto contenido de azúcar. En relación con los sabores, predominan los cítricos y la uva como los favoritos.

Hay una industria local fuerte que depende de la importación. La comercialización de jugos se realiza en su mayoría en hipermercados, KikkomanCorpes el fabricante más importante con casi un tercio del mercado y su marca líder es Del Monte con una cuarta parte de las ventas.

Los impulsores de la industria indican oportunidades para jugos de frutas tropicales y exóticas, sobre todo concentrados que son comprados por industrias coreanas para la fabricación de jugos para el consumidor final.

El gusto del consumidor coreano por diversificar y por consumir productos de calidad premium están generando una mayor demanda por los jugos, precios de las frutas frescas son muy costosos, Corea mantiene una fuerte demanda de jugo de frutas dado los beneficios de salud y nutricionales de los jugos de pina. Gran parte de los jugos importados son procesados concentrados que se utilizan para ser procesados, mezclados y embotellados por las empresas coreanas.

Consumo de jugos “super frutas”, frutas tropicales y exóticas se han incrementado debido a las propiedades funcionales y beneficios para la salud.

Frutas procesadas- deshidratadas/ secos: En la industria alimentaria es el principal consumidor de frutas secas importadas para usos de panadería, cereales y otros sectores de alimentos. Marcas surcoreanas como Jayeonjoeui Organic y Pulmuone comienzan a utilizar la fruta deshidratada en barras de cereal aprovechando el surgimiento de un nicho que busca alimentación sana y natural.

También existen un gran incremento en las ventas de tiendas minoristas como snacks saludables y en presentaciones pequeñas. Opción para comer contenidos de fruta dado los altos costos de las frutas frescas. Se distribuyen en el comercio retail tradicional y a través de internet y canales de televenta. (Procomer, 2016)

### Canales de distribución de alimentos al detalle en Corea

Entre 2010 y 2015 las ventas de los minoristas de alimentos tuvieron un crecimiento anual de 3%, alcanzando casi 65 mil millones de USD, este dinamismo se explica por mayores ventas en el canal moderno, en tanto el canal tradicional ha perdido relevancia.

**Figura 37. Ventas de alimentos según tipo de establecimiento**


Corea del Sur: ventas de alimentos según tipo de establecimiento  
2010 y 2015

Tipo de canal	2010		2015		CAGR 10-15
	Millones USD	%	Millones USD	%	
Moderno	38.430	67,4%	45.475	70,3%	3,4%
Hipermercados	22.585	39,6%	23.992	37,1%	1,2%
Tiendas de conveniencia	5.994	10,5%	11.458	17,7%	13,8%
Supermercados	9.805	17,2%	9.979	15,4%	0,4%
Tiendas de gasolinera	.47	0,1%	.46	0,1%	-0,2%
Tradicional	18.616	32,6%	19.224	29,7%	0,6%
Tiendas especializadas en alimentos, bebidas y tabaco	9.219	16,2%	9.094	14,1%	-0,3%
Tiendas independientes pequeñas	8.051	14,1%	8.742	13,5%	1,7%
Otras tiendas de alimentos	1.346	2,4%	1.388	2,1%	0,6%
<b>Total</b>	<b>57.046</b>	<b>100,0%</b>	<b>64.699</b>	<b>100,0%</b>	<b>2,5%</b>

Tiendas de conveniencia tienen el mejor desempeño dentro de todos los minoristas

Supermercados desarrollan sitios Web y apps para comprar por internet

Minoristas irán perdiendo dinamismo debido al crecimiento de canal de ventas por internet. CAGR 15-20<sub>proy.</sub>: -1%



Fuente: Elaboración propia con datos de Procomer

La comercialización de alimentos es liderada por grandes corporaciones coreanas como Shinsegae y Lotte, que además son destacados fabricantes e importadores de alimentos, además hay participación del grupo europeo Tesco y cadenas de tienda de conveniencia como CU y 7eleven.

La particularidad del comercio minoristas en Corea del Sur son las ventas por internet, en 2015, de cada 100 dólares de venta, más de un tercio se realizó por medios electrónicos (computadora o celular).

Supermercados desarrollan sitios web y aplicaciones para comprar por internet, las tiendas reales son cada vez más escaparates para exhibición, poco tiempo disponible es la principal razón para comprar por internet. (Procomer, 2016)

Con respecto al sistema de compras, los grandes hipermercados buscan conseguir los proveedores de materias primas, en vez de los productos finales para poder ofrecer un precio más económico. Si los productos son finales, significa que en el precio está añadido el valor agregado. Tal es el caso de E-MART, que empezó a importar las materias primas en vez de comprar o importar los productos terminados. Uno de los ejemplos, los polvos de cacao y el café para hand drip han sido importados directamente por E-mart y procesado en las plantas coreanas. Esta compra directa de E-Mart ha podido bajar el costo y el precio de importación por los grandes volúmenes de pedidos y la implicación del canal de distribución. Considerando el tamaño de los pedidos de estos grandes hipermercados, el precio se ha podido bajar aproximadamente en un 20% del precio final de dichos productos. (Oficina Comercial de Chile, 2015)

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **Enfoque de la Investigación**

Se puede definir la investigación cualitativa como el estudio de la gente a partir de lo que dicen y hacen las personas en el escenarios social y cultural. El enfoque cualitativo permite que tanto el investigador como las personas entrevistadas para dicha investigación tengan un acercamiento más igualitario a la información que se obtenga, esto provoca que exista un acercamiento más natural con las personas por entrevistar y se pueda obtener más profundidad en las respuestas de estos.

La presente investigación acerca de las posibles oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes a Corea del Sur bajo la aprobación del TLC en el periodo 2018, tiene un enfoque cualitativo, ya que se desea dar a conocer el potencial de exportación de dichos productos a un nuevo mercado y el proceso de exportación con la facilidad del TLC, el país coreano tiene buena relación comercial con Costa Rica y, además, es una de las economías más grandes del mundo.

El motivo de este enfoque es debido a la dirección de esta investigación, en la misma se utiliza opiniones, visiones y estudios de expertos en el tema. Para la recolección de información se utilizaron distintos instrumentos como: entrevistas, historia, investigaciones realizadas por Procomer, etc.

Además, unas de las ventajas del enfoque cualitativo es que no es necesario realizar estadísticas, sino solo interpretar los resultados de las entrevistas y las experiencias de las personas que han estado cerca de los procesos de comercialización y exportación.

El enfoque cualitativo permite fundamentar opiniones dadas por expertos y así facultar al investigador a dar un análisis más profundo en el tema de investigación y poder verificar si la situación será factible o no, en la exportación de productos agrícolas incipientes ya sean frescos o procesados al mercado de Corea del Sur, tomando en cuenta todo el proceso logístico que los mismos conlleva.

Primeramente, se estudiará y analizará quienes serán los entrevistados, los cuales aportarán datos importantes relacionado a la investigación, siempre tratando de mantener un orden y que no se salgan del tema.

Una vez enfocado las personas o empresas a entrevistar que tienen relación a este tema se definirá una muestra, la misma ayudará a obtener con mayor facilidad los datos esperados de la investigación. Esta muestra se escogerá pensando en las experiencias y cualidades de las personas para poder tener una respuesta más adecuada y así cumplir con los objetivos de la investigación. Por lo cual los instrumentos para la recolección de datos serán los cuestionarios y las entrevistas.

En segundo lugar, una vez que se tenga toda la información se procederá a analizarla y tomar lo más importante para dar lugar al análisis de resultados y obtener las diferentes categorías y por último se darán las conclusiones y recomendaciones.

Este capítulo es esencial en la investigación debido a que en este punto es donde se expone la dirección que se le dará a la investigación.

### **Diseño de la Investigación**

Según Salgado “Universidad de San Martín de Porras”, 2007 menciona que el término diseño en el marco de una investigación cualitativa se refiere al abordaje general que se utiliza en el proceso de investigación, es más flexible y abierto, y el curso de las acciones se rige por el campo (los participantes y la evolución de los acontecimientos), de este modo, el diseño se va ajustando a las condiciones del escenario o ambiente.

El diseño de esta investigación tendrá un enfoque naturalista con un diseño etnográfico y fenomenológico debido al planteamiento del problema, considerando la siguiente pregunta: “¿Cuáles son las oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes costarricenses a Corea del Sur a partir de la aprobación del TLC en el periodo 2018?” y a los

objetivos específicos los cuales hacen referencia a las posibles comercializaciones y procesos de exportación por medio de estudios ya realizados.

El diseño etnográfico se establece debido a que en la pregunta de la investigación se plantea las oportunidades de comercialización que tienen los productos agrícolas incipientes al mercado de Corea del Sur y para ello se debe estudiar su cultura, grupos sociales, capacidades económicas de los consumidores, tendencias o preferencias, etc. Y de la misma manera verificar las consecuencias positivas o negativas en el ámbito social y económico de los productores costarricenses.

También, en diseño etnográfico hace relación a los objetivos específicos los cuales plantean todo el proceso que se tiene considerar para la exportación de productos agrícolas incipientes y la posible comercialización, lo cuales toma de estudios realizados por Procomer, Comex e instituciones interesadas en exportar dichos productos.

Álvarez- y Gayou (2003) considera que el propósito de la investigación etnográfica es describir y analizar lo que las personas de un sitio, estrato o contexto determinado hacen usualmente: así como los significados que le dan a ese comportamiento realizado bajo circunstancias comunes o especiales y presentan los resultados de manera que se resalten las regularizaciones que implica un proceso cultural.

Según Denis & Gutiérrez (2003), el rigor de los estudios etnográficos, este dado por las reconstrucciones teóricas, y por la búsqueda de coherencia entre las interpretaciones y a la realidad estudiada.

En cuando al diseño fenomenológico, se enfoca en que por motivo a la pregunta de la investigación se deberá entrevistar personas o instituciones que hayan experimentado alguna situación directa o indirectamente referente a la comercialización de productos agrícolas.

Esto quiere decir, que Costa Rica ya tiene experiencia de exportar estos tipos de productos desde hace varios años a diferentes mercados, principalmente porque unos de los productos estrella son las exportaciones de banano y piña, las cuales cuentan con procesos o tramites parecidos,

además de que el país cuenta con excelentes instituciones que ayudan, aconsejan e incentivan al exportador primerizo a comercializar sus productos.

Estas instituciones también realizan estudios mercadológicos que facilitan al exportador conocer más el mercado final.

De acuerdo con Creswell, Álvarez-Gayou y Mertens, citado por Hernández, Fernández & Baptista, 2014, la fenomenología se fundamenta en las siguientes premisas:

- Se pretende describir y entender los fenómenos desde el punto de vista de cada participante y desde la perspectiva construida colectivamente.
- Se basa en el análisis de discusiones y temas específicos, así como en la búsqueda de sus posibles significados
- El investigador confía en la intuición y en la imaginación para lograr aprehender la experiencia de los participantes
- El investigador contextualiza las experiencias en términos de su temporalidad (tiempo en que sucedieron), espacio (lugar en el cual ocurrieron), corporalidad (las personas físicas que la vivieron), y el contexto relacional (los lazos que se generaron durante las experiencias)
- Las entrevistas, grupos de enfoque, recolección de documentos y materiales e historias de vida se dirigen a encontrar temas sobre experiencias cotidianas y excepcionales

Una vez establecido que es lo que realmente importa o la utilidad de la investigación, se debe establecer los alcances de esta, con el objetivo de cumplir los objetivos específicos y dar respuesta al planteamiento del problema.

Esta investigación tendrá un alcance exploratorio y explicativo. Esto se dedujo después de encontrar poca información acerca de los productos agrícolas incipientes, los cuales no tienen reportes significativos de exportación y Costa Rica no los ha explotado al máximo, sin embargo, estos productos cuentan con grandes propiedades para el desarrollo y tienen la capacidad de ser una innovación para Costa Rica, esto sería para el caso de alcances exploratorio.

Alcance explicativo hace referencia a todos los conceptos y procesos que se deben tomar en cuenta para la exportación de estos productos, como lo son: tiempo de producción, empaque y embalaje; los cuales deben cumplir con las especificaciones del país de destino o requeridas por el cliente, las regularizaciones arancelarias y no arancelarias en el país de origen y destino, tiempos de tránsito, modo de envío, etc.

Este alcance también se visualiza en la relación que tiene con el tratado de libre comercio entre Corea del Sur y Centroamérica en donde se explica el impacto social y económico de las 2 partes involucradas. Así como conceptos básicos para la aplicación del tratado y el beneficio en las exportaciones.

## **Fuentes de la Investigación**

### **Población**

“La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” Lepkoswki (2008), citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.174)

La población para esta investigación se compone por: productores de frutas frescas, instituciones relacionadas con los procesos de exportación, empresas exportadoras, empresas importadoras, Procomer, Comex y consolidadoras de cargas.

### **Muestra**

Una muestra es un subconjunto de elementos de la población. El mejor resultado para un proceso estadístico sería estudiar a toda la población. Pero esto generalmente resulta imposible, ya sea porque supone un coste económico alto o porque requiere demasiado tiempo.

La muestra debe de acotarse con el fin de que obtener los datos de las personas, de las cuales requerimos respuesta. Esta delimitación, puede ser mediante, personas con experiencias, empresas ya exportadoras de dichos productos, personas que conozcan el mercado de Corea del Sur, empresas que ya exportan a Corea de Sur diferentes productos, entre otras características.

En esta investigación se debe establecer una muestra de expertos que será de utilidad para dar respuesta a los objetivos y dar información más real acerca de todos los trámites relacionados. Por lo que se utilizará una muestra no probabilística debido a que la elección de la muestra dependerá de las características que poseen las personas para entrevistarlos y así cumplir con los objetivos del trabajo.

La muestra no probabilística no es un producto de un proceso de selección aleatoria. Los sujetos es una muestra no probabilística generalmente son seleccionados en función de su accesibilidad o a criterio personal e intencional del investigador.

En la presente investigación, la muestra se delimita según el conocimiento de las personas y quienes tengan la disposición de colaborar con el aporte de sus conocimientos. Debido que los participantes deben conocer del tema o haberse involucrado alguna vez. Las respuestas de los entrevistados ayudaran a cumplir con los objetivos de la investigación.

Para la recolección de datos se debe tener claro la cantidad de personas que se desean entrevistar y por qué a ellos, si en el transcurso de la investigación aparecen nuevas ideas o entrevistados, es posible incluirlos sin ningún problema.

La muestra de expertos será de gran ayuda para evacuar dudas acerca de los procesos de exportación para los productos perecederos como los son los frutos incipientes y así dar una idea más clara a los lectores sobre el manejo y los tramites a realizar. Todos los datos suministrados por los expertos serán de gran importancia.

Además, las muestras teóricas o conceptuales que están conformadas por casos que puedan ayudar al investigador a comprender un concepto o teoría. Este tipo de muestra estará presente en

la investigación debido a que es necesario entender y comprender algunos conceptos relacionados al comercio internacional y a los Tratados de Libre Comercio.

Para esta investigación sería una muestra mixta, la cual ayudara mucho para los resultados del estudio y poder contar con datos relevantes para poder dar un análisis más profundo y de importancia para todos aquellos que quieran empezar con una comercialización de productos incipientes.

La muestra actual consta de 10 entrevistados, la cual está desglosada de la siguiente manera:

**Tabla 8. Muestra de la investigación, 2018**

<b>Nombre</b>	<b>Puesto</b>	<b>Empresa</b>
<b>Entrevistado 1</b>	Coordinador de Logística	Empresa Asesoría en Alimentos Alfa
<b>Entrevistado 2</b>	Asesor de Ventas	Naviera Crowley
<b>Entrevistado 3</b>	Gerente de Operaciones	Agencia Aduanal A&G
<b>Entrevistado 4</b>	Asesor de Ventas	Empresa exportadora del monte
<b>Entrevistado 5</b>	Asesor de Ventas	Florida
<b>Entrevistado 6</b>	Gerente de Logística Regional	Empresa Asesoría en Alimentos Alfa
<b>Entrevistado 7</b>	Encargado de Nacionalizaciones y trámites aduanales	Empresa Asesoría en Alimentos Alfa
<b>Entrevistado 8</b>	Agricultores	Feria del agricultor de Heredia
<b>Entrevistado 9</b>	Gerente de Operaciones	Agencia Aduanal Viscosa Cargo
<b>Entrevistado 10</b>	Agricultor	Feria del agricultor de Santa Barbara de Heredia

*Fuente: Elaboración Propia con datos de la presente investigación, 2018*

## **Unidad de Análisis del Estudio**

### **Posibles oportunidades de comercialización**

Como primera unidad de análisis se tiene el concepto de posibles oportunidades de comercialización del segundo objetivo específicos, el cual es identificar las posibles oportunidades que tienen los productos agrícolas incipientes a ingresar al mercado de Corea del Sur mediante el Tratado de Libre Comercio.

Gracias a las respuestas obtenidas y estudiadas se estudiará las oportunidades que tienen los productos agrícolas incipientes al mercado de Corea del Sur, manteniendo las siguientes características: cadenas de mayor distribución en Corea del Sur, tipos de consumidores coreanos, aplicación del tratado de libre comercio en Corea del Sur, competencia y crecimiento productivo de los agricultores (impacto económico).

Se debe identificar las cadenas de mayor distribución en Corea para poder plantar una buena estrategia de mercadeo. Además, Corea del Sur tiene una buena experiencia con productos costarricenses ya que los mismos consumen banano y no tienen dificultades de consumir nuevos productos. Existen diferentes tipos de consumidores por lo que se debe estudiar el tipo más adecuado para estos productos.

Por otro lado, en la investigación se estudiará los beneficios que tiene el tratado de libre comercio, tanto para los compradores como a los vendedores para introducir y exportar un producto.

### **Proceso de exportación**

En la presente investigación se establece como segunda unidad de análisis: proceso de exportación, que proviene del primer objetivo específicos, el cual es explicar el proceso de

exportación de los productos agrícolas incipientes hacia el mercado de Corea del Sur con la facilitación del Tratado de Libre Comercio.

Se explicará conceptos importantes que van a permitir definir una serie de características y aspectos fundamentales cuando se realiza la exportación. La primera unidad de análisis cuenta con seis indicadores: realizar los trámites de exportación a tiempo, modo de envío (rutas para llegar a Corea del Sur), regularizaciones arancelarias y no arancelarias, capacidad productiva de la empresa, empaque, embalaje y tener una buena comunicación entre el comprador-vendedor

Se estudiarán los tramites de exportación a tiempo, que se debe tomar en cuenta a la hora de exportar un producto perecedero ya que el tiempo es indispensable para mantener el producto en buen estado y cumplir con las especificaciones del cliente, como ejemplo el tiempo de cosecha de los productos. En este indicador también se debe tomar en cuenta los tiempos que requiere una naviera para llegar al destino y el tiempo que se dura en el almacén fiscal.

Además, la forma de envío más recomendable ya sea marítima o aérea para la exportación de estos productos, así como el tipo de empaque y embalaje que mejor se adapte o solicitadas por el cliente.

En cuento a las regularizaciones arancelarias y no arancelarias, se estudiará las que aplican a los productos agrícolas incipientes ya que no son iguales para todos, además, de las instituciones involucradas y las regularizaciones que solicita Corea del Sur para que puedan entrar al país.

Un indicador importante es la capacidad productiva de la empresa, por lo que se evaluara aspectos de interés que deben tomar en cuenta una empresa antes de empezar exportar y conceptos para tener una buena negociación entre comprador – vendedor.

## **Instrumentos Utilizados en la Investigación**

### **Cuestionario**

“El cuestionario es instrumento de recolección de datos, compuesto de un listado de preguntas: cuyo propósito es solicitar información referente a un problema, objeto o tema de investigación” (Gómez. 2011. P. 20)

Se aplicará a la muestra a diez personas en un cuestionario de diez preguntas abiertas, las cuales servirán de referencia cuando se realicen las entrevistas para estudiar los conocimientos de los entrevistado en cuanto a los procesos de exportación para productos agrícolas y las oportunidades de comercialización. Cada respuesta se expresará y estudiará con fines didácticos.

Las preguntas abiertas se basan en las características y aspectos estudiados, dando al entrevistado la oportunidad de ampliar las respuestas según sea el conocimiento o experiencia.

El investigador deberá ser específico en las preguntas para obtener las respuestas deseadas referente a los objetivos de la investigación.

### **Entrevista**

“Una entrevista es un intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar.” (Gómez. 2011. P. 20)

Para realizar la entrevista se utilizará el cuestionario, para recolectar información más ágil, y con oportunidad de conversar y ampliar el tema. Y de esta manera transmitir confianza al entrevistado sin que se salga de los objetivos de la investigación.

Por medio de la entrevista, se interrogará a aquellas empresas relacionadas con la producción y el proceso logístico para la exportación de productos agrícolas, ya que son las expertas que poseen mayor conocimiento del tema.

La entrevista se realizará por medio de diez preguntas estructuradas de forma de opinión, conocimiento y experiencias vividas, las mismas se aplicarán personalmente y por vía correo electrónico.

### **Proceso para la Recolección de Datos para la Investigación**

Según Hernández et al. (2014), “la recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis”. (p.394).

Los datos para la presente investigación serán obtenidos de fuentes primarias, aplicando entrevistas a las empresas productoras y exportadoras de productos agrícolas, junto con las compañías relacionadas a la logística y permisos de exportación. Estas entrevistas permiten un intercambio de opiniones y así poder crear datos confiables.

Es importante, a la hora de realizar las entrevistas tener buena observación y ser detallista en la expresión, ya que si hay conceptos desconocidos se debe hacer una pregunta extra para poder entender mejor.

En cuanto a fuentes secundarias, también se recolectará datos de estudios realizados por Procomer, en los cual se muestra grandes potenciales para el desarrollo de la investigación, tesis páginas web, noticias, artículos de revista, etc. Las cuales ayudan a dar un mejor resultado en la investigación.

### **Método de Análisis de la Investigación**

Cada entrevista y/o cuestionario deberá aplicarse de forma ordenada y sin perder el hilo de los objetivos de esta investigación, además las preguntas serán explicadas para que el entrevistado pueda entender y responder adecuadamente.

Luego de obtener los datos de las entrevistas, se crean las categorías para cada una de las respuestas, luego se describe cada una de ellas y finalmente se interpretan y analizan los resultados.

Además, se tomará los datos de las fuentes secundarias para ser comparados con las entrevistas y sacar las interrogantes que se hayan presentado en el proceso de investigación.

Al tener todas las categorías y análisis se construye una idea general de todo lo encontrado con el propósito de cumplir con los objetivos específicos y dar respuesta a la pregunta del planteamiento del problema y así poder cumplir con todo lo relacionado a la investigación, al final se darán las conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADO

En este capítulo se estudiará las unidades de análisis indicadas en el capítulo tres, las cuales se obtuvieron de los objetivos específicos de la investigación, además se analizarán las categorías recopiladas de las entrevistas realizadas por medio de correo electrónico y entrevistas personales, a las personas escogidas de la muestra y correspondientes a cada unidad de análisis.

En el presente capítulo se desarrollará de la siguiente manera: primero una tabla grafica indicando las unidades de análisis y las categorías correspondientes y segundo se analizará y se describirá cada una, con ayuda de teoría e investigaciones anteriores.

**Tabla 8 Unidades y Categorías de Análisis**

Unidad	Categoría
Posibles Oportunidades de Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficios</li> <li>• Mercado</li> <li>• Temporada</li> <li>• Ventajas Competitivas</li> <li>• Volumen</li> <li>• Canal de distribución</li> <li>• Precio Competitivo</li> <li>• Cultura</li> <li>• Competencia</li> <li>• Incentivar la exportación</li> <li>• Variedad de productos</li> <li>• Promocionar</li> <li>• Productos Procesados</li> </ul>
Proceso de Exportación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección</li> <li>• Experiencia</li> <li>• Transporte</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguros</li> <li>• Tiempo de Transito</li> <li>• Tipo de Producto</li> <li>• Aranceles</li> <li>• Requisitos</li> <li>• Cadena de frio</li> <li>• Vida Útil</li> <li>• Factores de riesgo</li> </ul> <p>Coordinación</p>
--	---

### **Unidad de Análisis 1: Posibles Oportunidades de Comercialización**

En la primera unidad de análisis se relaciona con el primer objetivo específico en el cual se identificará las oportunidades de comercialización de productos agrícolas incipientes por medio del Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica.

En esta unidad se detallará aspectos acerca de la importancia de hacer un estudio interno de la empresa y verificar la capacidad exportable; tanto en volumen de producto como en capacidad económica. Además, la importancia de un estudio externo a Corea del Sur para mostrar si cuentan con la necesitan de adquirir nuevos productos agrícolas incipientes en su mercado.

Según Díaz (2013) “Las oportunidades de comercialización es una zona de necesidad e interés del comprador en la cual hay una alta probabilidad de que una empresa pueda actuar rentablemente satisfaciendo esa necesidad”. (pp.1)

El Centro Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos (CITA), menciona que en Costa Rica coexiste, las tecnologías tradicionales y modernas para el procesamiento de frutas y vegetales. Dentro de las tradicionales se encuentran la elaboración de pulpas y cocteles y jugos, deshidratados y frituras. Por otra parte, las modernas incluyen procesos más sofisticados que las tradicionales, y es por eso por lo que generalmente tienen un costo más alto, por ejemplo, la congelación rápida

(IQF, por sus siglas en inglés), empaques asépticos, deshidratación osmótica, liofilización, microondas o frituras al vacío. (Procomer, 2016)

Después de revisar las respuestas de los entrevistados se derivan 13 categorías:

- Beneficios
- Mercado
- Temporada
- Ventajas Competitivas
- Volumen
- Canal de Distribución
- Precio Competitivo
- Cultura
- Competencias
- Incentivar la exportación
- Variedad de productos
- Promocionar
- Productos procesados

### **Categoría 1: Beneficios**

#### **Descripción.**

Con la aprobación del Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica se va a ver la apertura de incursión a nuevas empresas entre los países favoreciendo un amplio mercado tanto para productos agrícolas como en general.

- *“Dentro de los beneficios considero que, para ambos países, podemos mencionar la apertura de mercados lo cual genera más y mejores empleos, la experiencia demuestra que los países que han mantenido acuerdos comerciales han tenido un mayor desarrollo*

*comercial, debido a la integración de mercados adicionales mediante el TLC se reduce y en muchas ocasiones se logra eliminar, las barreras arancelarias” (Entrevistado 1)*

- *“Los que ya comercializan, inmediatamente se apegaran al tratado y básicamente serán más fácil de competir, pero para aquellos que de primera entrada presentan participar activamente en el Tratado, deberán ser pacientes para lograr obtener resultados que les sean favorables” (Entrevistado 2)*
- *“El TLC con Corea del Sur es estratégico para Costa Rica ya que consolida las exportaciones hacia el continente asiático, siendo este uno de los que mantiene un mayor auge y mayores perspectivas y promueve la incursión de los productos costarricenses en nuevos mercados incrementando de esta forma las exportaciones especialmente de productos agrícolas” (Entrevistado 3)*
- *“Mayor mercado a favor de Costa Rica con relación a las corporaciones, probabilidades de diversificar la gama exportable” (Entrevistado 5)*
- *“Un flujo más versátil de los productos y más oportunidades de bienes de intercambio” (Entrevistado 6)*
- *“Abre un mercado amplio para los productores nacionales ya que algunos de ellos ingresan libres de impuesto” (Entrevistado 7)*
- *“Con el Tratado de Libre Comercio puede abrir mercados que ayuden a las pequeñas empresas a crecer y vender sus productos, para empresas como la nuestra que es transporte de carga nos va a ayudar ya que van a existir más exportaciones” (Entrevistado 9)*
- *“Las empresas nacionales pueden obtener beneficios colocando diferentes productos (permitidos o comercializados entre ambas partes) en territorio coreano, generando un*

*aumento positivo a la economía costarricense, conllevando esto al aumento laboral en el país” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

Con el Tratado de Libre Comercio unos de los beneficios van a ser la incursión de nuevas empresas tanto en Corea como en Costa Rica de todo tipo, pero en este caso cabe la posibilidad que ingresen empresas relacionadas a alimentos y ayuden a generar empleos a los pequeños agricultores principalmente para los de frutos incipientes que no han tenido gran desarrollo en Costa Rica o no los han tomado en cuenta para futuras exportaciones.

De esta forma, la comercialización de estas se vuelve más fácil y ágil y los exportadores pueden encontrar más contactos para estudiar el mercado y promocionar sus productos. Adicional, se puede haber la opción que las empresas que ingresen a Costa Rica quieran exportar o importar y de esta forma crear volumen para que varias navieras ofrezcan servicios directos y con más frecuencia.

El Ministerio de Comercio Exterior explicó que “bajo una correcta gestión y administración de este acuerdo, se podrían generar grandes beneficios, no sólo para nuestro país, sino para el resto de Centroamérica, principalmente porque el tratado no se limita únicamente al comercio de bienes, sino que incluye regulaciones para otros temas de actualidad y ampliamente relevantes, el TLC es un acuerdo que es ejemplo de cómo se puede lograr un adecuado balance entre abrir nuevas oportunidades de mercado para los productos y, al mismo tiempo, atender las sensibilidades de los sectores productivos”

Los países se trazaron el objetivo de trabajar en pro del aprovechamiento de sus ventajas productivas y de las complementariedades de sus economías. Para Costa Rica, este TLC con Corea se enmarca en los esfuerzos del país por mantener la plataforma de comercio exterior competitiva, desarrollar un marco jurídico seguro y con reglas claras, abrir nuevos mercados y atraer inversión extranjera

Corea es un país que, a pesar de tener una economía orientada hacia la manufactura avanzada y la innovación, asigna un rol social a la agricultura, lo cual se traduce en niveles arancelarios altos y políticas gubernamentales de apoyo al sector agropecuario. En este contexto, el objetivo de Costa Rica en la negociación del TLC fue conseguir el mejor acceso posible al mercado coreano para los principales productos de exportación y para productos con potencial, a partir de lo identificado en el respectivo proceso nacional de consulta.

Adicionalmente, este acuerdo establece reglas claras y predecibles en temas relacionados con: origen, procedimientos aduaneros y facilitación del comercio, cooperación, defensa comercial, solución de controversias, laboral y ambiental, medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos técnicos al comercio, propiedad intelectual, contratación pública, competencia, comercio transfronterizo de servicios, servicios financieros, comercio electrónico, telecomunicaciones, entrada temporal de personas de negocios e inversión.

Establece disciplinas sobre publicación de la normativa, despacho de mercancías, automatización de procedimientos, gestión de riesgos y envíos de entrega rápida. Promueve los programas de operadores económicos autorizados y establece mecanismos para la asistencia mutua y las consultas técnicas entre autoridades para temas aduaneros y de origen.

Crea un marco flexible para trabajar las iniciativas en esta materia de manera individual o en grupo. Identifica una serie de áreas prioritarias para promover proyectos en el corto y mediano plazo, y habilita al Comité de Cooperación para discutir e incluir otras áreas en el futuro. Desarrolla tres anexos, uno para cooperación para pequeñas y medianas empresas. (Tratado de Libre Comercio, Procomer, 2017)

En una lógica de diversificación y generación de nuevas oportunidades, se quiere ofrecer a los exportadores costarricenses nuevos mercados para diferenciar y posicionar su oferta entre las opciones preferidas de los consumidores. Tener una oficina de Procomer en Corea es estratégico para Costa Rica, se quiere que sirva como una herramienta para sacar provecho temprano de este atractivo mercado, al que se espera poder ingresar prontamente con condiciones más favorables de acceso bajo el TLC. (La Nación, 2016)

## **Categoría 2: Mercado**

### **Descripción.**

Antes de empezar con una exportación es primordial hacer un estudio de mercado a Corea, establecer estrategias puntuales que puedan crear una buena negociación y que las dos partes tengan beneficios.

- *“Considero que es vital conocer sobre el mercado, precios de venta de productos similares, cultura, auge de productos no tradicionales importados de otras naciones, saber qué requisitos de importación requieren de acuerdo con los estándares de calidad de la población, y conocer qué tipo de estrategia de mercado van a utilizar para promocionar los productos. Definir los términos de pago, además del incoterm a utilizar” (Entrevistado 1)*
- *“Trabajar en estrategias de mercado que permitan educar a los consumidores potenciales resaltando los beneficios de los productos agrícolas para promover su consumo” (Entrevistado 3)*
- *“Contactar inicialmente mediante canales oficiales, de gobierno o promotoras comerciales, órganos que puedan brindar información inicial para evaluar el mercado, Evaluando el mercado, con la información inicial, decidir si es conveniente o no seguir en el proceso” (Entrevistado 6)*
- *“Todo mercado es bueno y aprovechable, siempre que se realicen con anterioridad estudios que nos ofrezcan una visión clara del territorio que como país nos gustaría explorar” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

Al ser productos nuevos y tanto para Costa Rica como para Corea del Sur, unos de los primeros pasos es hacer un estudio del mercado interno y externo, interno se refiere a la capacidad de la empresa para entrar al ámbito de las exportaciones y si cuenta con el suficiente volumen para

comercializar en caso de que se diera la oportunidad, pero lo más importante es si la empresa cuenta con capital para hacer una inversión grande y que pueda cumplir con todos los requerimientos establecidos. También se puede tomar como interno el estudio de mercado dentro de Costa Rica, la posibilidad de venta local para que el gobierno vea el potencial que tienen estos productos y para crear exportaciones nuevas y que ayuden a la balanza comercial del país.

En cuanto al estudio de mercado externo, se debe realizar investigaciones sobre la demanda de estos tipos de producto en Corea del Sur, todo lo que conlleva a competencia, precios, cultura, promociones, estrategias, negociaciones, etc. para así analizar si el producto puede ser aceptado o no. Existen varias empresas como Procomer que ayudan a los pequeños productores a expandir sus negocios y para ello realizan estudios en diferentes países y tienen oficinas fuera de Costa Rica para conocer más sobre el país de destino, este tipo de ayuda en muchas ocasiones son gratis por lo que el agricultor puede buscar información sobre el país al que quiere ingresar con su producto.

Un estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución.

El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

Con un buen estudio de mercado debería quedar clara la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda. Cuál es el target con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), cual ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, máxime si sus productos o servicio vienen a aportar valores añadidos y ventajas competitivas.

Para que el ingreso en un nuevo mercado sea de interés para la empresa importadora, es importante considerar los costes que dicha acción va a representar, no solo a corto sino también a

medio y largo plazo. Es evidente que antes de iniciar una política de penetración comercial es necesario encontrar un método para atraer el mercado coreano.

Las empresas que deciden salir al mercado exterior se encuentran, desde un punto de vista teórico, frente a 180 posibilidades diferentes, que es el número de países que conforman la economía mundial. El primer problema sobre el que tiene que reflexionar la empresa es decidir cuáles de estos mercados cumplen unas mínimas exigencias y tienen la demanda suficiente como para considerarlos interesantes para iniciar una investigación más profunda. (Blog Estudio de Mercado, 2017)

En cuanto al mercado coreano se puede mencionar un poco que el comportamiento de los consumidores de Corea del Sur ha ido siguiendo cada vez más los patrones de consumo de las economías desarrolladas.

Los consumidores coreanos suelen preocuparse por el nombre de la marca y las características de salud de un producto, pero también buscan un servicio de posventa irreprochable. Los consumidores coreanos, conocedores de tecnologías, en general investigan los productos por Internet, especialmente por redes sociales, antes de comprar; les gusta estar bien informados al comprar un producto.

Los consumidores se preocupan cada vez menos por comprar productos coreanos, siendo más propensos a comprar productos extranjeros, muchas veces por precios más bajos. En años recientes, el lento crecimiento y los altos niveles de deuda personal han hecho que algunos consumidores surcoreanos vigilen su gasto. Sin embargo, los compradores de nivel alto siguen gastando a un ritmo elevado. Los surcoreanos actualmente participan del materialismo y aspiran a estilos de vida que son retratados por los medios. Ven cada vez más el dinero como una representación y signo del éxito, y se enfocan en productos visibles públicamente porque están apegados a su significado y valor simbólicos. (Santander, 2018)

### **Categoría 3: Temporada**

#### **Descripción.**

Existen productos que se producen dependiendo del clima en la zona de cosecha, debido a ello es indispensable adecuar los productos que se quieren negociar e identificar las temporadas en la que se puede ofrecer el producto.

- *“El hecho que nuestro país realice exportaciones a Corea del Sur de productos agrícolas incipientes no generara un gran volumen en el desarrollo económico, ya que muchos de estos productos no se mantienen en temporada todo el año, por lo cual el desarrollo que se alcance será en pequeños picos, pero no muy significativos” (Entrevistado 8)*
- *“Habría beneficios, pero no en un alto volumen, algunos de estos productos son de temporada, lo cual no generaría salidas a territorio coreano de manera continua” (Entrevistado 10)*

#### **Análisis.**

Gracias a su ubicación a sólo 10 grados del ecuador, Costa Rica tiene un clima tropical durante todo el año. Dándole acceso constante a una increíble selección de frutas exóticas de Costa Rica. Más allá de los favoritos familiares como mango, piña, plátano y sandía, existen numerosas variedades de deliciosas frutas que usted debe probar. ¡Sus papilas gustativas se lo agradecerán! Probar el dulce del mamey, la guanábana. Mientras que algunas son nativas de Costa Rica, otros fueron introducidos de Asia, África y Oceanía. (Costa Rica.org, 2015)

Costa Rica está ubicada en una zona geográfica bastante atractiva para la agricultura comparado a Corea del Sur debido a que en ese país existe mucha población, por ende, ha disminuido las tierras y existe territorios montañosos que se caracterizan por ser pocos aptos para las actividades agrícolas, además que el clima no ayuda para la siembra de algunos cultivos que Costa Rica si posee gracias a que hay zonas frías, calientes, lluviosas, húmedas, etc. en donde los productos agrícolas no tradicionales se pueden adaptar mejor según sus especificaciones.

Sin embargo, al existir zonas con diferentes climas esto no quiere decir que el producto vaya a estar disponible todos los meses, algunos árboles o semillas duran años para que den los primeros frutos y esto puede causar desconformidades con el importador interesado. No obstante, aquí es el punto más importante donde el exportador debe saber negociar y ofrecer variedad de productos para no perder una posible comercialización.

Los productos de temporada son aquellos que se producen como respuesta a la demanda en las diferentes épocas del año y en la mayoría de los países existen este tipo de productos, por ejemplo, en Costa Rica el aguacate, los mangos, el rambután, pejibaye, etc. Salen a la venta cada cierto tiempo, pero esto no quiere decir que no vaya a ver ventas sino al contrario las personas siempre esperan esa época para comprar más; hay que tomar en cuenta que no todos los productos salen a la venta en la misma época, sino que cada uno tiene su tiempo y de esta manera se tiene frutos frescos durante todo el año, pero variado.

#### **Categoría 4: Ventajas Competitivas**

##### **Descripción.**

Costa Rica se ha diferenciado a nivel mundial por ofrecer productos de calidad y con valor agregado y con Corea del Sur no puede ser la excepción, se debe buscar aquellas ventajas competitivas que se puedan ofrecer y que sea diferenciado de los demás países que exportar el mismo producto.

- *“Corea del sur es un mercado atractivo con una población de aprox. 52 millones de habitantes y son pocos los países como Costa Rica que cuentan con las condiciones tropicales para producir los frutos indicados, además la imagen de Costa Rica está muy bien posicionada como un país ecológico y esto es una ventaja competitiva importante”*  
(Entrevistado 3)
- *“Se benefician de productos de alta Calidad debido a la marca esencial Costa Rica”*  
(Entrevistado 4)

- *“Los beneficios son mutuos en los productos en que cada país tenga ventajas competitivas, dando acceso en bienes a los consumidores de cada país” (Entrevistado 6)*
- *“Un beneficio de Costa Rica es contar con una variedad de productos por temporada, lo cual hará muy atractivo el arte culinario al crear nuevas tendencias” (Entrevistado 8)*
- *“Tener un producto de calidad, compararse con otros países que están exportando el mismo producto y hacer un estudio para conocer si Costa Rica lo puedo hacer mejor, que se puede ofrecer para que el producto tico sea mejor, por el país más feliz del mundo, país sin ejército, sello verde y otras cosas que puedan servir para poder el producto arriba que otros” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

Para que Costa Rica logre ser competitivo en el mercado coreano existen miles de estrategias, pero para ello debe existir una ventaja competitiva y que sirva para diferenciarse de los demás países que exportan el mismo producto o similar como sus países vecinos, Chile, Perú, Colombia, Ecuador.

Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, y dicha ventaja le permite obtener mejores resultados y, por tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado.

Existen multitud de fuentes para generar este tipo de ventajas, como por ejemplo la ubicación de nuestra empresa, la calidad, innovaciones en los productos que fabricamos, el servicio que ofrecemos o menores costes de producción entre otras. (Blog, Roberto Espinoza, 2017)

Entre las ventajas competitivas de Costa Rica, destaca una trayectoria comprobada con empresas que están a la vanguardia tecnológica, aunado a una buena localización estratégica, un clima seguro de negocios y, lo más importante, un recurso humano altamente capacitado.

El costarricense sobresale por su preparación de alta calidad y el dominio de varios idiomas, lo que le permite lograr una rápida curva de aprendizaje, una mayor facilidad para adaptarse a nuevas tecnologías, planteando innovaciones y siendo proactivo en la mejora de procesos. (La República, 2017)

También se puede mencionar la marca país que ayuda a que Costa Rica a que sea un país diferenciado, esta marca país fue concebida como una herramienta de posicionamiento, diferenciación y competitividad de Costa Rica para impulsar las exportaciones, atraer inversionistas y promover el turismo.

Esencial COSTA RICA refleja la esencia de lo que somos: un país pequeño, concentrado y con gente llena de talento, especialización, ingenio, calidez, innovación y vocación emprendedora.

En nuestra esencia se concentran las grandes riquezas de nuestra tierra: hogar de bellezas naturales reconocidas en el mundo y de frutos sabrosos, coloridos y de la más alta calidad. Una tierra que, a pesar de representar sólo el 0,03% del territorio global, es hogar de alrededor del 5% de la biodiversidad y que con una población de 4,6 millones de habitantes produce y exporta más de 4.500 productos a 146 países.

En nuestra esencia también se encuentra nuestra gente: ticos trabajadores, talentosos y capacitados, listos para asumir trabajos altamente especializados, auténticos, solidarios, emprendedores, innovadores, pura vida. Los ticos formamos una nación orgullosa de su legado y dispuesta a hacer historia. (Procomer 2015)

En esta categoría también se relaciona al estudio que tiene que hacer la empresa para poder comercializar su producto en Corea del Sur y es que dentro de la investigación es importante estudiar los países de competencia para revisar que están ofreciendo ellos y como Costa Rica puede mejorar para ser competitivos, la idea es que el país de origen ofrezca una ventaja atractiva y que casi ningún otro pueda ofrecer, por ejemplo que los frutos vienen de un país que no tiene ejercito por lo que el gobierno no tiene gastos en armas y ese dinero es distribuido hacia los agricultores para que mejoren sus empresas.

## **Categoría 5: Volumen**

### **Descripción.**

Otro punto importante que se debe tomar en cuenta ante una posible comercialización es la capacidad que tiene el exportador de producir, terreno, personal, capacidad económica, etc. Para cumplir con las cantidades demandadas por cliente en caso de que se cumpla una negociación grande. Lo comentado es:

- *Primero debe asegurarse que el país de destino conozca y demande el producto y que Costa Rica cuente con un volumen que haga rentable la operación en caso de que haya una demanda interesante. Por otra parte, es interesante evaluar la aplicación de procesos industriales que permitan llevar productos de mayor valor agregado y mayor vida en el anaquel” (Entrevistado 6)*
- *“Puede ser una oportunidad de mercado si se exporta productos tradicionales y se tiene volumen de venta, que se mantengan durante todo el año, no así en caso de los productos que sean de temporadas, ya que al dañarse un cultivo por las diferentes razones (tormentas, hongos, etc.) harán que el empleo en nuestro país se vea afectado” (Entrevistado 8)*

### **Análisis.**

Cada vendedor debe tener la conciencia que si se quiere empezar con una negociación tanto local como internacional; en este caso a Corea del Sur, un país grande y la mayor parte de la alimentación es importada para cubrir todo el país, así que su demanda puede ser bastante grande y el agricultor costarricense que tenga el interés por entrar en las exportaciones y ser diferenciado por su producto tiene la obligación de contar con el inventario suficiente para la comercialización tanto en terrenos para la siembra como personal en toda la empresa para que el proceso de la exportación sea más fácil y sobre todo la capacidad económica para invertir.

Esta categoría se relaciona con la tercera categoría de esta misma unidad que es temporada, debido que al ser productos agrícolas incipientes cada producto tiene su época del año para ser sembrados o cosechados y por ello los agricultores deberán ser cuidadosos en las negociaciones y

ofrecer aquellos que cumplan con los requerimientos de los clientes en las fechas acordadas. El agricultor o vendedor debe crear estrategias para despertar el interés al importador y aceptar que no todo el año se le puede exportar el mismo producto.

Por otro lado, esta categoría hace referencia a la capacidad que tiene el exportador para comercializar, se sabe que, para introducirse al mercado internacional, el exportador debe contar con un capital suficiente para cubrir cualquier eventualidad y en este caso es sumamente importante ya que, si son primerizos ninguna agencia aduanal, transportista, empresas de materia prima, etc.

No les va a ofrecer un crédito y ningún empleado también va a trabajar de gratis. Este último se debe tomar en consideración para cumplir con el volumen de venta establecido, tener suficiente personal capacitado en cada área de trabajo, es lo que hace una empresa eficiente.

Contar con ventajas relativas en el abastecimiento del producto a exportar o en las materias primas o insumos necesarios para producir la mercancía que se pretende exportar. Los productos finales, las materias primas, productos intermedios y otros insumos deben obtenerse en condiciones de precio, confiabilidad y calidad análogas a las de la competencia internacional.

Sobre la capacidad productiva para exportación: Debe ofrecerse solamente lo que se está capacitado para producir en forma estable y continua, para los efectos de cumplir con una demanda externa, sin tener que postergar el mercado nacional. (Blog Comercio Exterior [Came], 2018)

La capacidad de producción o capacidad productiva es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos.

Los incrementos y disminuciones de la capacidad productiva provienen de decisiones de inversión o desinversión (por ejemplo, la adquisición de una máquina adicional). además, se debe tener en cuenta la mano de obra, inventarios, entre otros

Es un error muy común definir la capacidad de producción en función del resultado alcanzado (producción obtenida), ya que ello es consecuencia de aplicar los recursos disponibles a la producción de ciertos bienes o servicios. Si los recursos disponibles se orientan a producir ciertos bienes de baja productividad, los volúmenes de producción obtenidos serán más bajos que si se orientaran a producir ciertos bienes de más elevada productividad. Sin embargo, la capacidad de producción es la misma en ambos casos. Por lo tanto, resulta más conveniente definir la capacidad productiva a la disponibilidad de recursos para producir, los cuales pueden aplicarse a elaborar diferentes bienes y servicios, a decisión de los responsables de tomar las decisiones productivas. (Blog Came, 2018)

## **Categoría 6: Canal de Distribución**

### **Descripción.**

Los productos agrícolas incipientes en Costa Rica todavía no se han explotado al máximo según los estudios de Procomer y los agricultores que los cultivan son muy pequeños y no tienen experiencia de cómo comercializarlos, sin embargo, existen varias formas de ofertar dichos productos, lo comentado por los entrevistados es:

- *“Al ser uno de los mercados con mayor potencial de crecimiento, hay muchas probabilidades de promocionar productos no tradicionales, sin embargo, considero que la mejor forma de iniciar es con empresas ya establecidas que conozcan todos los procesos que requieren para ingresar al país, además de saber en qué sectores puede ser más atractivos los productos, por medio de encuestas o entregando productos de muestra en los mercados, haciendo paneles para medir sabor, calidad, gustos, etc., con personas que asisten a ferias o lugares muy concurridos” (Entrevistado 1)*
- *Por las características del producto, se debe acceder a ese mercado a través de una empresa establecida y ojalá que tenga un canal de distribución fuerte y amplio. La logística de transporte y almacenaje de un perecedero marca en sobremanera el devenir de cualquier negociación en Corea. Se debe tener muy presente, como ingresaremos a ese mercado, se deben crear alianzas estratégicas que permitan un ingreso rápido y*

*garantizarse un acceso a una parte de mercado de tal forma que la repetición de la venta sea la más corta posible” (Entrevistado 2)*

- *“Debido a que es un mercado del cual se tiene poca experiencia comercial en los productos agrícolas incipientes, sería más recomendable ingresar por medio de un distribuidor establecido en Corea del Sur. Contactar socios estratégicos para la comercialización de los productos en Corea del Sur” (Entrevistado 3)*
- *“Con comercializadoras ya establecidas y abarca más terreno” (Entrevistado 4)*
- *“La comercialización es preferible hacerla mediante un buen canal de distribución. Solo volúmenes de ventas muy altos se podrían considerar para ventas directas. De seguir en el proceso buscar posibles agentes comercializadores, mediante visitas a ferias comerciales y o contactos directos” (Entrevistado 6)*
- *“Primero que todo realizando estudios de mercado que nos permita conocer la mejor forma de ingresar, una posible podría ser mediante empresas que nos puedan ofrecer la distribución de nuestros productos en territorio coreano, teniendo claro pros y contras” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

Como se ha mencionado anteriormente los agricultores de estos tipos de productos son pequeños y pueden que no tengan el capital suficiente para hacer llegar su producto directamente al consumidor final, pero tienen la intención de ingresar poco a poco al mercado y para ello es necesario de un intermediario o un canal de distribución adecuado y beneficioso.

Un canal de distribución es el conducto que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor de la forma más completa, eficiente y económica posible. Es la variable de marketing que permite poner en contacto el sistema de producción con el de consumo de forma adecuada; es decir, la distribución tiene como misión poner el producto a disposición de los consumidores en la cantidad, el lugar y el momento apropiados, y con los servicios necesarios. El

cumplimiento de este objetivo justifica la existencia de un sistema de intermediación entre la empresa productora (producción) y el consumidor (consumo), que se denominará sistema de distribución comercial. (Escuela de negocios y Dirección, 2016)

Los canales de distribución en Corea son bastantes grandes debido a la gran población del país y según estudios realizados por Procomer y otras compañías se puede indicar que la tendencia del consumo de frutas está cambiando, aumentando las preferencias por frutas tropicales importadas y los lugares en que las familiar compran sus alimentos son los pequeño supermercados del barrio, los hipermercados y los mercados tradicionales por orden de prioridad, en la región metropolitana de Seúl, los pequeños supermercados (SSM supermarket) son los más buscados cuando compran alimentos (33,5%) y en los hipermercados (28,5%). Pero en pequeñas ciudades y aldeas, el mercado tradicional ocupa una mayor proporción, sobre los demás, con un (35,9%).

En el mercado coreano existe varias cadenas de hipermercados, entre ellas: E-MART CO, LTD, HOMEPLUS, LOTTE MART, NH HANARO MARTA, entre otras. En el canal de televenta Home Shopping, hay varias empresas: GS SHOP, HYUNDAI HOMESHOPPING, LOTTE HOMESHOPPING, las que pertenecen a las grandes empresas conglomeradas, tales como: CJ GROUP, LOTTE GROUP, HYUNDAI DEPARTMENT GROUP.

E-MART es la primera cadena de hipermercados en Corea con 156 tiendas operadas alrededor del país, estas tiendas presentan muchos productos alimenticios de otros países y también productos eco-naturales y orgánicos. HOMEPLUS es la segunda cadena de hipermercados con 141 tiendas de hipermercados, 375 supermercados y 327 tiendas de conveniencia. LOTTE MART es la tercera cadena de hipermercados de Corea y que opera con 116 tiendas de hipermercados. (Estudio de canales de distribución Fruta Fresca en Corea del Sur, Chile, 2015)

Por otro lado, existe también la posibilidad que el agricultor se convierta en un proveedor de materia prima para una empresa exportadora de fruta o de productos derivados, es una forma de darse a conocer y de ir creciendo hasta poder convertirse en una canal de distribución directa.

Un proveedor es un ente que se encarga del abastecimiento de un bien o servicio hacia otro ente al que le haga falta, visto desde este punto de vista es un término bastante amplio, que puede ser empleado desde lo más básico como el hecho de que el proveedor de un hogar es el padre o madre, responsable de suministrar todo aquello que sea necesario para el fortalecimiento del núcleo familiar.

Las organizaciones toman en cuenta varios aspectos que para ellas son relevantes para poder elegir a sus proveedores, como por ejemplo el hecho de elegir a aquellos que los surtan de materiales de calidad, pero que a la vez le produzca el menor costo posible, y que al mismo tiempo los proveedores les brinden otros tipos de beneficios como buenas condiciones de financiamiento.

### **Categoría 7: Precio Competitivo**

#### **Descripción.**

Para entrar a un mercado tan desarrollado como Corea del Sur, el vendedor o intermediario deberá tener una negociación bastante atractiva y tener el poder de ofrecer precios.

- *“Considero que todo país lo puede ser siempre y cuando se pueda promocionar de la forma muy acertada y mientras el precio sea competitivo, que no sean productos sensibles a plagas, siempre y cuando sean producto que su producción se mantenga durante todo el año, para evitar desabastos del producto” (Entrevistado 1)*
- *“El beneficio más importante, consiste, para Corea en mejorar su posibilidad de acceso a productos frescos y agroindustriales de excelente calidad basados en un precio competitivo” (Entrevistado 6)*

#### **Análisis.**

En esta categoría se evidencia el proceso que tiene que llevar cada empresa exportadora en cuanto a la reducción de costos para poder ofrecer un precio agradable y competitivo con respecto los demás países. Se debe tomar en cuenta los gastos de producción, salarios, compra de materia prima, costos por documentación para los tramites de exportación, costo fletes y seguros,

volúmenes de venta y sobre todo el margen de ganancia que la empresa tiene que conseguir para que pueda generar utilidad.

Una ventaja es el beneficio arancelario que se tiene por medio del Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica, sin embargo, hay otras consideraciones por tomar en cuenta como que otros países ya cuentan con un tratado de libre comercio desde hace años con Corea, por lo que sus impuestos de la importación van a hacer menores que a los que Costa Rica pueda empezar a ofrecer en este momento.

Una estrategia competitiva de precios es una técnica que las organizaciones utilizan para atraer a los clientes y lograr que compren productos de ellos en lugar de la competencia. Hay muchos aspectos para tener en cuenta al fijar el precio de un producto. Una estrategia competitiva de precios debe tener en cuenta todas las variables controlables, así como las variables que no se pueden controlar, como la confianza de los consumidores. Una buena estrategia competitiva de precios anima a los clientes a preferir una tienda que a otra.

Al ser agricultores pequeños no muchos tienen el conocimiento adecuado para fijar un precio y lo hacen empíricamente, esto puede causar un problema a la hora del crecimiento de la empresa en cuanto a la liquidez y próximos proyectos, por ende, es necesario buscar estrategias de fijación de precios que ayuden a crear un precio atractivo para Corea del Sur.

En un estudio llevado a cabo por la organización de consumidores de Corea del Sur, se indica que los coreanos pagarían los más altos precios por alimentos de producción propia, así como también por los productos agrícolas y ganaderos importados, en comparación con otros países del mundo. Como resultado de la comparación de los precios de los productos agrícolas y ganaderos, incluidas las importaciones, Corea se ubica dentro de los cinco países más caros a nivel mundial en 31 artículos de los 35 investigados. Los precios para los productos agrícolas como frutas, así como lácteos y otros alimentos resultan ser más caros en Corea en comparación con otros países. (Un mercado con alto consumo de frutas y uno de los países con mayores precios al consumidor de alimentos a nivel global, 2017)

## **Categoría 8: Cultura**

### **Descripción.**

Todo país tiene su forma de pensar, actuar, negociar, etc. Y sin querer estos puntos afectan bastante a la hora de querer ingresar un producto a ese país, el vendedor debe ajustarse a todas estas regulaciones para tener una excelente venta.

- *“Además, se debe tener presente el aspecto cultural, al momento de ingresar e iniciar alguna negociación con una empresa allá” (Entrevistado 2)*
- *“Ante cualquier negociación o en el proceso de negociación siempre se debe considerar la cultura del país y así poder dar una publicidad de acuerdo con el mercado meta y tener un valor agregado” (Entrevistado 5)*
- *“El mercado de Corea es muy grande y tiene una cultura muy diferente a la nuestra por lo que si se quiere exportar a ese país es necesario conocer los gustos, las formas de comercialización, idioma, hasta la educación para poder hacer una negociación con ellos, quizá ayude con un bróker que pueda servir de intermediario, aunque siempre van a ver limitantes que no se van a entender” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

Antes de realizar una estrategia de mercado se debe tener presente su cultura, la forma del comercio en ese país, conocer la cultura de un nuevo mercado, es más importante de lo que parece para crear un negocio exitoso. El idioma es uno de los factores principales ya que es la forma en la que las dos partes se puedan entender; y aquí es donde entra una dificultad debido a que en Costa Rica el idioma oficial es el español y en Corea del Sur es coreano, aunque el idioma inglés es universal y se pueda utilizar en las negociaciones no siempre va a existir una buena comunicación puesto ese idioma no es nativo de ninguno de los dos.

Otros factores importantes es el tipo de publicidad que se quiera dar en el país, en Corea del Sur las personas tienen un nivel de educación bastante alto y son muy conservadoras, por este motivo se debe cuidar o elegir un tipo de publicidad adecuada y que les llame la atención, aquí también aplica la forma de presentar el producto; etiquetas, envasado, lugar donde se vende, etc. Y para ello es necesario una investigación en el propio país para estudiar el comportamiento de los coreanos.

En cuanto a la cultura en tema de comercialización, Corea del Sur se ha estado implementando un sistema de vigilancia de calidad y frescura, esto permite a los consumidores tener confianza del control de la calidad. También están realizando de la misma manera de poner los productos en las vitrinas como Whole Food Market de USA. Es decir, ha introducido la manera de poner los productos de una sola unidad para que los consumidores puedan verificar la calidad de cada unidad, el color, el aroma, etc. Antes de comprar

Además, están fomentando e intensificar la venta de los productos frescos y del negocio en línea, renovando las tiendas offline. Se enfoca en la búsqueda de alta calidad de productos frescos, los cuales son más buscados por los consumidores visitantes, entre otros productos y ofrecer el mejor precio sin variar durante el año.

Corea presenta una elevada calidad de vida lo que ha generado que los pobladores sientan un mayor bienestar social. Ello ha ocasionado que los estratos de nivel y medio altos cambien sus patrones de consumo hacia productos de mayor calidad con una debilitada incidencia sobre el costo de adquisición. Existe un mayor consumo por productos suntuosos o lujosos con mayor preferencia hacia las marcas internacionales. La palabra bienestar para los coreanos se extiende no sólo a la adquisición de productos; sino además a la posición de una mejor vivienda en términos de infraestructura y mejores condiciones de salud. Los coreanos se encuentran interesados en conservar una vida saludable, es decir presentar una apariencia de ser personas muy jóvenes, que gozan de muy buena salud. Esta situación los lleva a comer saludablemente adquiriendo productos orgánicos, dejando de lado el consumo del tabaco y el alcohol. En esta tendencia, existe además el consumo de productos ecológicos, naturales y dietéticos con su debida certificación. Los productos que son modificados genéticamente deben considerar en el empaque respectivo el sello de autorización sanitaria

Los coreanos presentan un alto grado de selección y evaluación por los productos naturales, que considera no sólo la calidad de estos sino además los efectos que ellos poseen para conservar la salud; prefiriendo aquellos productos que incrementen el nivel intelectual de los estudiantes, mayor estatura genética en niños, que sean más saludables, entre otras características. (Guías de mercado a Corea del Sur, 2012)

Corea del Sur es un país moderno. Sin embargo, tanto para las relaciones sociales como las empresariales, es muy importante para ellos el protocolo. En el país asiático se tiene desconfianza hacia todo lo relacionado al exterior. Por eso se recomienda que un tercero, de preferencia coreana (símbolo de confianza), sea el intermediario.

## **Categoría 9: Competencia**

### **Descripción.**

Corea del Sur no solo tiene Tratados de Libre Comercio con Centroamérica, sino que también con otros países más grandes y con los cuales lleva años comerciando. Por lo que para Costa Rica es una tarea difícil crear esa confianza con Corea y poder abrirse en ese mercado. Los entrevistados indican:

- *“Básicamente la diversidad de posibles productos no tradicionales, debemos tener presente que por su ubicación geográfico algunos productos pueden tener de fácil ubicación en las cercanías de Corea, con productos tradicionales, se debe vender un concepto ampliado de producto para ser competitivo” (Entrevistado 1)*
- *“Las facilidades son similares a todos los Tratado que tiene Costa Rica, el tema está en disponer de un producto que, a pesar del tiempo de tránsito, posibles retrasos, esté en condiciones competitivas al llegar al punto de venta.*

*Por supuesto, que se debe analizar mi competencia y ver si ellos también están cubiertos por un Tratado de Libre Comercio, lo que implica que la estrategia de ingreso debe ser diferente, tengo que tener claro las condiciones de mi producto, y la calidad del producto de mi competidor en Corea, que es contra quien voy a competir.” (Entrevistado 2)*

### **Análisis.**

Corea del Sur importa la mayoría de sus alimentos y sus mayores proveedores son China, Chile, Estados Unidos, Filipinas, Tailandia, Colombia, entre otros, y de los cuales tienen una relación comercial de varios años, por ende, la confianza entre ellos es bastante, aparte de contar con un Tratado de Libre Comercio con cada uno de ellos. Esto quiere decir que los productos que actualmente se están comercializando tienen beneficios arancelarios mejores a los que Costa Rica puede ofrecer en este momento que apenas se está estableciendo el Tratado.

Es cierto que Costa Rica ya exporta a Corea y unos de los productos son piña y banano en pequeñas cantidades, pero tiene la experiencia y conoce el proceso de exportación hacia ese país, sin embargo, siempre se debe tomar en cuenta que todo es una competencia y que existen países más cerca de Corea como es el caso de Japón, Tailandia, Filipinas, Singapur que pueden ofrecer el mismo producto a un precio más bajo, el transporte puede salir mejor y tiempo de tránsito más corto y como se mencionó antes existe un Tratado de hace varios años que puede complicar nuevas negociaciones.

Realizar un análisis de competencia es una alternativa que tiene el agricultor para buscar estrategias o ayuda para poder entregar al mercado coreano, el análisis de la competencia consiste en el estudio y análisis de los competidores, para que posteriormente, en base a dicho análisis, tomar decisiones o diseñar estrategias que permitan competir adecuadamente con ellos. La importancia del análisis de la competencia radica en que al contar con determinada información de los competidores se pueda saber provecho de ella y utilizara a favor de la empresa que quiera exportar. Para que una pequeña empresa tenga éxito debe saber tanto acerca de sus competidores como acerca de su propia empresa y sus propios negocios

Una de las primeras tareas a la hora de emprender un nuevo negocio es el análisis de tus competidores, también es una de las tareas más importantes en toda tu aventura empresarial que te permite conocer el entorno en el que va a convivir tu empresa. Conocer las necesidades de tus clientes es el objetivo de cualquier estrategia de marketing, pero no es suficiente para garantizar el éxito. El verdadero reto a la hora de entender la importancia de analizar a la competencia para crear una empresa está en satisfacer las necesidades tus clientes mejor que tus competidores. (Blog Emprende Pyme, 2016)

### **Categoría 10: Incentivar la exportación**

#### **Descripción.**

Esta categoría hace referencia al papel importante que tiene Costa Rica hacia los pequeños agricultores o Pymes que quieran agrandar el negocio y empezar con las exportaciones.

- *“Costa Rica debería poner más atención a otros productos agrícolas que no sean banano y piña. Ayudar más al agricultor y las pequeñas pymes que quieren exportar, se debería incentivar la exportación y de esta manera tener una balanza económica más grande (exportar más de lo que importa. La función del estado es promocionar y promover de Costa Rica pueda exportar fácilmente y no poner trabas e impuestos y montón de cosas que no permitan hacerlo fácilmente” (Entrevistado 9)*

#### **Análisis.**

La mayoría de los agricultores de productos agrícolas incipientes tienen una pequeña empresa familiar o son pymes que su único interés es tener su propia empresa y ser reconocidos; en primera instancia a nivel local, país y si fuera posible a nivel internacional, pero para ello es necesario pasar varios procesos requeridos por Costa Rica como inscribirse como exportador ante Procomer y los Ministerios implicados dependiendo del tipo de producto que se quiere exportar, en este caso sería el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)

Pero antes que todo es muy importante tener claras las razones por las cuales se inicia un proceso de exportación. Entre las razones es posible encontrar las siguientes: diversificar mercados

y no depender exclusivamente de la economía local, adquirir experiencia y alianzas con empresas extranjeras, o también la búsqueda de ventas en mayor volumen.

Sin embargo, al ser empresas relativamente pequeñas existen la posibilidad que tengan obstáculos en el camino como, por ejemplo; la solicitud de algún tipo de crédito que necesiten para invertir en las exportaciones se sabe que los bancos ponen muchas trabas en temas de requisitos y desmotivan al empresario, pero existen empresas que tienen el interés de ayudar y tienen como objetivo aumentar las exportaciones del país para ayudar la balanza comercial.

Procomer es una de las principales instituciones que tiene Costa Rica para ayudar a las empresas que quieran entrar al ámbito de las exportaciones, ellos ofrecen una serie de capacitaciones orientadas a incentivar la exportación y el encadenamiento para la exportación, así como para asesorar y actualizar los conocimientos, para que los negocios en los mercados internacionales se concreten con éxito. La labor de Procomer es evaluar las capacidades de las proveedoras nacionales generalmente pequeñas y medianas empresas requeridas para la elaboración de un producto o servicio. La evaluación se realiza mediante procedimientos certificados bajo la norma ISO 9001 y califican: infraestructura, capacidad productiva, mercadeo, capital humano, sistemas de información, gestión ambiental y capacidad de inversión e innovación.

### **Categoría 11: Variedad de productos**

#### **Descripción.**

Existen muchos productos que Costa Rica todavía no ha estudiado para la comercialización, pero con ayuda del Tratado de Libre Comercio y para los agricultores que tengan una mente amplia, quieran expandir el negocio y tengan ayuda del estado, Costa Rica tiene la capacidad de exportar diferentes productos relacionados a frutos frescos como lo son los incipientes. Lo comentado por los entrevistados es:

- *“Dentro de los beneficios de Corea del Sur, recibirán variedad de productos de alta calidad, frescos, saludables, no tradicionales, los cuales se pueden explotar de diversas formas para el desarrollo de sus mercados” (Entrevistado 1)*

- *“Se debe tener presente que es un inicio, realizar una primera venta, lograr un posicionamiento del producto, llevara su tiempo. Si considero que, si la cartera de producto es amplia y variada, permite tener un margen más amplio de reacción. Se debe tener en cuenta el tiempo de tránsito y cualquier factor por mínimo que sea puede ser el causante de una experiencia no grata. No considero que sea por poco desarrollado, sino que se convierte en un as debajo de la manga, para el exportador. No es lo mismo ir a vender piña y competir, en condiciones muy limitadas, que llegar con un producto novedoso” (Entrevistado 2)*
- *“Mayor variedad de frutas, nuevas oportunidades culinarias, conocer un poco de Costa Rica por medio de las frutas” (Entrevistado 5)*
- *“Sería tener más variedad de productos para el ingreso y consumo, lo que provoca también una mejora en la calidad al aumentar la competencia” (Entrevistado 7)*

### **Análisis.**

Corea de Sur es productora de varios frutos frescos pero estas producciones cada vez son más bajas debido a la poca tierra disponible para cultivar y la zona geográfica no ayuda, por esa razón Corea a estado incrementado sus importaciones en frutos frescos, además de que se caracterizan por buscar nuevas ideas, tendencias y tener gustos por productos nuevos y con atributos de salud y sostenibilidad.

Costa Rica tiene la capacidad de ofrecer gran variedad de frutos frescos que todavía no sea han estudiado al máximo y que puedan ayudar a crecer las exportaciones costarricenses, cada uno de los productos tienen atractivos para mercado coreano y con ayuda del estado y el esfuerzo del agricultor pueden generar grandes negociaciones entre los países, también se puede considerar como una ventaja competitiva y ofrecer diferentes productos en cada época del año.

Cuando una empresa quiere posicionarse mejor en el mercado, no sólo tiene que ofrecer productos con un alto valor agregado, sino también variedad. Además, el ciclo de vida de estos

productos debe cambiar tan rápido como los deseos de los clientes. Las empresas normalmente no fabrican un solo producto sino una amplia variedad de productos. A todo ese conjunto extenso de productos denominamos gama.

La gama de productos aparte de ser acertada para los clientes es de suma importancia que se mantenga actualizada. De igual manera, tiene que cumplir cada una de las exigencias de los clientes y evitar los pequeños huecos que dan paso a la competencia. (Blog Solutions, 2014)

El mercado coreano de frutas importadas se ha incrementado en los últimos 5 años, según el registro de Korea Customs Service del año 2015. Este incremento ha sido en virtud de la apertura de mercado local mediante TLC suscritos con varios países y la aceptación positiva de los consumidores locales y los importadores hacia las frutas importadas y también debido a la ayuda del rol del retail, en especial los hipermercados, considerados como uno de los factores claves en el suministro de estas en todo el país (Estudio de canales de distribución de Fruta Fresca en Corea del Sur, Chile, 2015)

## **Categoría 12: Promocionar**

### **Descripción.**

Para que todo producto tenga un éxito de venta depende de la forma en que es promocionado y aceptado en el país de destino, lo mencionado por los entrevistados es:

- *“Considero que estos productos en un inicio como en todo lugar, si se logran promocionar bien pueden tener auge, principalmente si se hace saber sobre los beneficios que pueden tener en la salud, son países donde la población se preocupa más por mantener hábitos alimenticios, sin embargo, pueden que de 6 productos en un principio solo se tenga éxito en 2, es parte del desarrollo” (Entrevistado 1)*
- *“Gestionar la participación en ferias internacionales en el sector agrícola en Corea del Sur” (Entrevistado 3)*

- *“Como todo Tratado de Libre Comercio se tendría que esperar para saber si esto va a generar un gran desarrollo económico, primero porque es un mercado difícil de llegar por el tema de tránsito, además que estos productos en este momento no son tan fuertes en el mercado mundial por lo que se tendría que ver la forma de promocionarlos de una forma adecuada para poder generar ventas” (Entrevistado 7)*
- *“Llevar muestras de producto como promoción a ferias, exponer las propiedades del producto” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

Corea del Sur es uno de los países más tecnológicos y cualquier país que quiera ingresar a ese mercado se debe ajustar a sus costumbres y crear promociones que sean atractivas para ellos, hoy en día Corea ha desarrollado diversas acciones de promoción y las más importantes son cadenas retail, así como medios de comunicación, redes sociales, canales de televenta y venta on-line

En las promociones es primordial que se identifique las cualidades del producto y que cada una se adapte al segmento de mercado en el que se quiere llegar. Por ejemplo, Costa Rica proyecta un anuncio de la marca país Esencial Costa Rica en una valla publicitaria ubicada en el centro de Seúl, que promueve el turismo, las exportaciones, la inversión extranjera y la cultura costarricense de manera integral. (Procomer, 2017)

Participar en las ferias internacionales de alimentos a realizarse en Corea para conocer las últimas tendencias del mercado y la tecnología aplicada a la venta de frutas en el mercado local, envases, contenidos, el uso de las aplicaciones móviles, diseño del lugar de ventas, etc. es un método efectivo para establecer socios estratégicos y también es sobresaliente que en estas ferias los agricultores lleven muestras para regalar y así los clientes puedan degustar de sus productos.

Los propietarios de pequeñas y medianas empresas deben ser conscientes de la importancia de las estrategias de promoción y comercialización. Éstas ayudan a la organización a utilizar las habilidades de tus empleados y grupos de interés y pueden ayudarte a desarrollar enfoques creativos para las ventas y servicio al cliente.

Las estrategias de promoción y comercialización son a menudo una lluvia de ideas primero y se escriben como parte del plan de marketing de una organización. Si tu negocio no tiene un plan de marketing, deberías considerar seriamente el desarrollo de uno. La mayoría de los planes de marketing son las estrategias actuales o esperadas que tienes para tus productos, los puntos de precio de esos productos, cómo se van a distribuir los productos y su publicidad y herramientas de marketing. Un plan de marketing también es importante para el desarrollo de una estrategia de promoción, ya que ayuda a la empresa a identificar sus mercados objetivos y establecer metas mensurables. Es de vital importancia para el éxito de la organización que implementes un plan de marketing que apunte al crecimiento y al cambio positivo en la cuenta de resultados. (Blog, mercado, 2017)

### **Categoría 13: Productos Procesados**

#### **Descripción.**

La última categoría menciona que Costa Rica no solo tiene la capacidad de exportar productos frescos, sino que se tiene la opción de presentar o promocionar también productos procesados y las exportaciones pueden que no sean tan complejas como las exportaciones de productos frescos que requieren más tramites. Lo indicado es:

- *“Es un mercado bastante grande, se puede explotar la imagen ecológica que tiene Costa Rica en el mundo, entre más procesado este el producto podrá tener mayor aceptación, los productos procesados podrán agregar mayor valor a toda la cadena productiva” (Entrevistado 3)*
- *“Sería mejor como productos procesados y con empresas ya establecidas” (Entrevistado 5)*
- *“Lo ideal sería por medio de empresas ya establecidas y con productos procesados que conozcan el mercado y las exigencias de este” (Entrevistado 7)*

- *“Para poder ofrecer productos agrícolas a Corea del Sur, lo recomendable es hacerlo por medio de empresas ya establecidas y de acuerdo con el consumo que se presente (fruta fresca o procesadas) será la mejor manera de penetrar en el mercado coreano el cual es desconocido para nuestro país” (Entrevistado 8)*
- *“para exportar estos tipos de productos sería mejor como productos procesados debido al tiempo de tránsito y mantener el contenedor refrigerado, los procesados no requieren refrigeración y el manejo es más fácil y hay más alternativas y por medio de una empresa ya establecida, pero es un tema entre comprador y vendedor” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

Existen gran variedad de productos agrícolas incipientes que no se han exportado, y por ello el proceso de exportación se puede complicar debido al desconocimiento del manejo y el costo es más alto puesto que los frutos frescos se tienen que exportar por medio de un contenedor refrigerado y este tipo de contenedor tiene un alto valor, más los gastos que requieren para el mantenimiento.

También se puede mencionar la vida útil de los productos frescos, la cual es muy corta y cualquier problema de atraso la puede afectar, en cambio para los productos procesados el manejo es fácil, no requiere tantos documentos para la exportación y la mayoría se movilizan en contenedores secos. Por este motivo algunos de los exportadores prefieren ofrecer este tipo de productos ya que saben que la inversión no va a ser tan grande y no les afecta tanto la liquidez de la empresa.

La comida procesada es un tipo de alimentos que cada día son más consumidos por la población general. Estos alimentos han sido modificados de alguna forma con la finalidad de mejorar su aspecto y su sabor haciéndolos más atractivos para el consumidor, e incluso llevando a que desarrollen una suerte de adicción hacia ellos.

La mejor forma de reconocerlos es el hecho de que no se encuentran en forma natural. De hecho, al ser procesado implica que han sufrido algún tipo de transformación, esto es cocción

previa, ahumado, congelado, deshidratado, aliñado o simplemente conservado. Estos procesos de conservación requieren el uso de aditivos químicos que no siempre son buenos para la salud. Incluso muchos ingredientes adicionales se emplean para cambiarles el sabor, principalmente azúcar, sal, jarabe o sabores artificiales, también es posible que se le agreguen aditivos para cambiare el color. (Blog ABC Definitions, 2017)

## **Unidad de Análisis 2: Proceso de Exportación**

En esta unidad hace referencia a todo el proceso que implica la exportación de productos agrícolas, lo cual conlleva al manejo, documentos, tiempos y una buena coordinación entre el exportador e importador, para tener el producto a tiempo y en buenas condiciones, tomando en cuenta la facilidad de la comercialización por medio del Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica. Para entender más esta unidad se explicarán conceptos de forma teórica.

Antes de realizar cualquier exportación relacionada a productos agrícolas, la empresa debe estar registrada o debe registrarse antes el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y además de registrar también los productos a exportar. Cada producto tienes sus propios requisitos de exportación por lo que el vendedor debe buscar información ante el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE) y Servicio de Salud Animal (SENASA) del MAG. (Procomer, 2016)

En cuanto a los Tratados de Libre Comercio corresponden a instrumentos de la política comercial que adoptan los países para normar las relaciones con sus socios comerciales. Estos documentos pueden incluir temas de inversión, contratación pública, propiedad intelectual, medidas de defensa comercial, procedimientos aduaneros, entre otros, siendo el principal el tema de la disminución de los aranceles de las mercancías. (Procomer, 2016).

Al ser una unidad bastante extensa se derivan 12 categorías para analizar:

1. Inspección
2. Experiencia
3. Transporte

4. Seguros
5. Tiempo de Tránsito
6. Tipo de Producto
7. Aranceles
8. Requisitos
9. Cadena de frío
10. Vida Útil
11. Factores de riesgo
12. Coordinación

A continuación, se desarrollará cada categoría y se analizará con respecto a lo descrito por los entrevistados y se complementará con teoría para poder dar una mejor explicación.

### **Categoría 1: Inspección**

#### **Descripción**

De acuerdo con lo entrevistado y comentado por la muestra de la investigación, se define la segunda categoría, la cual hace referencia a una parte del proceso de exportación en el cual incluye una inspección que realiza el MAG a los productos y revisa si están en buenas condiciones o cumplen con las características para la exportación.

A continuación, respuestas que brindaron los entrevistados con respecto a la inspección de productos:

- *“Es vital averiguarse sobre todos los requisitos de importación que conlleva el producto cuando ingrese en su país de destino, asegurarse con suficiente tiempo se hayan enviado los documentos necesarios para la revisión en puerto, para que esto no ocasione retrasos en alguna eventual inspección que se realice en puerto, inclusive evitar una posible destrucción del producto debido a la falta de estos. La mayor complicación, pienso debe ser el proceso de investigación con los organismos estatales, todas las medidas sanitarias, fitosanitarias, estándares de calidad, etc” (Entrevistado 1)*

- *“Estar inscrito como exportador ante Procomer, verificar si mi producto requiere alguna certificación para comercializar en el exterior y contar con permisos fitosanitarios para inspección y permisos del MAG” (Entrevistado 4)*
- *“La parte más importante es asegurarse un buen acondicionamiento de los productos perecederos, empaque, maduración a tiempo y de acuerdo con el producto, el empaque y uso de los insumos fitosanitarios y de mantenimiento adecuados que disminuyan el riesgo de perescinilidad” (Entrevistado 6)*
- *“El punto más importante es establecer el tipo de producto que se va a exportar, a partir de ahí revisar cuales son los requisitos para que el producto pueda ingresar al país de importación. La complicación radica en los tiempos de tránsito y la manera de tener estos productos libres de cualquier plaga o daño durante el tránsito” (Entrevistado 7)*
- *“Entre los puntos más importantes que deben de considerarse esta la inspección de los productos verificar los requisitos de importación en el país al cual deseamos evitar la mercancía y sobre todo garantizar que el equipo en el cual se enviara el producto esté libre de plagas y cumpla con todos los requisitos de calidad” (Entrevistado 8)*

### **Análisis.**

Antes de exportar el producto se debe conocer las características de este y así junto con la agencia aduanal de conveniencia dar una posible clasificación arancelaria; lo más recomendable es que el exportador envíe una muestra del producto al laboratorio aduanero para tener un criterio arancelario y una clasificación arancelaria correcta. Con la clasificación se pueden identificar las notas técnicas aplicables y los requisitos de exportación que solicita el Ministerio implicado.

El Ministerio de Salud y sus entes no solo realizan una inspección de producto en puerto (antes de cargar la mercancía al barco) sino que cada cierto tiempo deben inspeccionar las

instalaciones del exportador; principalmente el departamento de producción, esto para asegurarse que la empresa cuente con los estándares de calidad requeridos y evitar contaminaciones como plagas que son muy comunes en los productos agrícolas.

Las inspecciones de productos son un elemento clave del control de calidad que le permiten verificar la calidad del producto en el sitio en diferentes etapas del proceso de producción y de forma previa a su expedición. Inspeccionar un producto antes de que salga de las instalaciones del fabricante es una forma efectiva de prevenir problemas de calidad e interrupciones de la cadena de suministros en pasos posteriores. (Servicio Fitosanitario del Estado, 2012)

Las inspecciones son exámenes visuales oficiales de plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados para determinar si hay plagas y/o determinar el cumplimiento con las reglamentaciones fitosanitarias por medio de un inspector que es la persona autorizada por el Ministerio de Salud.

Medida fitosanitaria es cualquier legislación, reglamento o procedimiento oficial que tenga el propósito de prevenir la introducción y/o diseminación de plagas cuarentenarias o de limitar las repercusiones económicas de las plagas no cuarentenarias reglamentadas. Las plagas son cualquier especie, raza o biotipo animal o vegetal o agente patógeno dañino para las plantas o productos vegetales. (SFE, 2012)

## **Categoría 2: Experiencia**

### **Descripción.**

Esta categoría ha sido mencionada por los entrevistados al momento en que se tiene que elegir una agencia aduanal y transporte para movilizar la carga. Las respuestas fueron:

- *“Es importante considerar una empresa que tenga suficiente experiencia en la logística de entrega de productos similares, que la compañía ofrezca un seguro de carga atractivo que pueda cubrir cualquier eventualidad, que puedan asesorar en todo momento el proceso con profesionales que conozcan a fondo como actuar en caso de presentarse algún*

*imprevisto, es importante conocer además los itinerarios y días transito que ofrecen” (Entrevistado 1)*

- *“Una de las condiciones más importantes es la experiencia que puedan tener manejando mercancías de naturaleza perecedera, además es necesario asegurarse de que cuenten con el Know how necesario en materia de regulaciones y gestiones aduanales, este es un punto crítico” (Entrevistado 3)*
- *“Respaldo Internacional, tiempos y costos” (Entrevistado 5)*
- *“Se debe estar seguro de la confiabilidad en cuanto a los tiempos de tránsito. La consolidación de carga perecedera en tiempos de transito largos no es recomendable por el tipo de manejo de los diferentes perecederos en un mismo contenedor” (Entrevistado 6)*
- *“Lo ideal es investigar la empresa que vamos a contratar en este caso naviera o consolidador de carga si cuenta con los equipos ideales para el transporte de estos productos, con la agencia de aduanal, determinar si conocen el procedimiento a nivel de requisitos y tramitología para no tener inconvenientes en el momento de exportar” (Entrevistado 7)*
- *“Ante todo saber que la agencia de aduanas tendrá la capacidad de reaccionar en caso de algún contratiempo, sobre la naviera o consolidador de carga tener en conocimiento que es una empresa seria y que garantice reservar el equipo necesario para despachar la mercancía, ya que algunos documentos aduanales e incluso documentos del Ministerio de Agricultura soliciten indicar el numero de la unidad de transporte” (Entrevistado 8)*
- *“Primero tiene que ser un consolidador o agente naviero con experiencia con el manejo de cargas perecederas porque no es lo mismo mover un contenedor seco que un contenedor refer, el refer tiene ciertos requisitos en su manejo y tiene ciertos tiempos para el manejo, por lo tanto, cualquiera puede cotizar una tarifa, pero es sumamente importante que esa compañía tenga cierta experiencia en el manejo perecedero. Que la ruta a Corea la tenga*

*bien definida que a lo mejor le cotiza un flete super económico, pero resulta que se va a dar la vuelta al mundo para poder llegar a Corea; eso no sirve, o presentar una tarifa sin especificar una ruta por lo tanto la gente debe conocer bien a quien contratar, también debe tomar en cuenta el tiempo de respuesta ante una situación y el servicio al cliente” (Entrevistado 9)*

- *“Su experiencia en todo el ámbito aduanal, años de trayectoria, que cuenta en realidad con personal que ofrezca soluciones en vez de problemas o excusas, que conozcan la tramitología de exportación de dichos productos al 100%, que tenga buen tiempo de reacción ante posibles complicaciones en el tránsito, empresas que ofrezcan asesorías en relación con el tema y que brinden confianza” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

La experiencia es uno de los puntos más importantes al escoger una empresa de transporte o agencia aduanal, para el manejo de la carga y sobre todo que transmita confianza en la que el exportador se puede sentir tranquilo y asegurar que el producto va a llegar en buenas condiciones al país de destino a menos que pase factores que están fuera de control como, por ejemplo; cambios climáticos.

Existen muchas empresas que ofrecen el mismo servicio tanto grandes como pequeñas, pero se debe hacer un estudio de cuál sería la más recomendable, no precisamente por ser una empresa grande es la que da mejor servicio. En muchas ocasiones las empresas grandes no se preocupan con los pequeños exportadores, no los ven como clientes potenciales, en cambio las empresas pequeñas siempre tratan de cuidar al máximo los clientes.

La elección de una empresa de transporte es un factor fundamental en la estrategia comercial de cualquier compañía que distribuya productos. En muchas ocasiones, los negocios que buscan una empresa de transporte suelen lanzarse a la compañía que les ofrezca el precio más agresivo. Es cierto que el precio puede ser un factor determinante. Sin embargo, existen otros aspectos para tener en cuenta. (Blog Servicio de Transporte, 2016)

Toda elección dependerá de la forma en la que quieran movilizar el producto, aéreo, marítimo, terrestre o multimodal y en la forma en la que este empacado, por lo que se debe hacer un análisis de precios, experiencia y servicio al cliente.

La empresa de transportes o agencia aduanal deberá ajustarse a las necesidades en caso de urgencia. Es muy habitual que ofrezcan un servicio de transporte express, pero hay que asegurarse de que la garantía se plasme por escrito y comprueba que la mercancía ha llegado en el tiempo establecido. Dependiendo de que se quiera transportar, se necesitara una cantidad de espacio u otra. Asegurarse de que la empresa que se contrate puede ofrecer un servicio de calidad y para pagar solo por el espacio que ocupe la carga. (Blog Servicio de Transporte, 2016)

Antes de iniciar una relación con una empresa de transportes, se debe hacer una investigación exhaustiva. Leer opiniones de clientes actuales y preguntar a los colegas del sector. Asegúrate de contratar a una agencia especializada, con una buena reputación, que sea capaz de darte el servicio. (Blog Servicio de Transporte, 2016)

### **Categoría 3: Transporte**

#### **Descripción.**

Esta categoría se refiere a las condiciones, tipos o forma en que se debe manejar los productos agrícolas para que facilite el tránsito, es unas de las principales categorías. Los entrevistados mencionan:

- *“Se debe tener en cuenta que no se pueden buscar la opción más barata; en cuento a navieras – por cierto, muy pocas – sino negociar directamente con la naviera, debe contactar a un consolidador de carga que tenga peso de negociación tanto con la naviera, para garantizarse un trato que brinde cierta seguridad. Un producto que se tarde en llegar 8 días a puerto en Corea; el resultado será desastroso para el producto y para la relación comercial que se tenga” (Entrevistado 2)*

- *“El modo de transporte puede variar dependiente de la naturaleza del producto, esto impacta directamente los costos del producto. El empaque y embalaje debe ser el adecuado, de lo contrario pueden verse afectados los estándares de calidad y comprometerse la comercialización de la mercadería” (Entrevistado 3)*
- *“Considerar los costos de fletes internacionales” (Entrevistado 4)*
- *“La parte más importante es asegurarse un buen acondicionamiento de los productos perecederos, empaque, maduración a tiempo y de acuerdo con el producto, el empaque y uso de los insumos fitosanitarios y de mantenimiento adecuados que disminuyan el riesgo de perescibilidad. De existir la debida demanda y que haya suficiente logística para su comercialización, es una oportunidad para evaluar” (Entrevistado 6)*
- *“Si considero que sea un buen nicho de mercado, siempre y cuando se realice las investigaciones en tema de productos que se puedan desarrollar y que en materia de transporte y conservación se mantenga para que la calidad se pueda mantener” (Entrevistado 7)*
- *“Al ser productos perecederos se debe establecer una buena negociación entre comprador y vendedor y de ello depende los Incoterm y las formas del transporte, forma marítima existen muchos riesgos por ejemplo la huelga que está pasando en Costa Rica o se puede mover aéreo, pero se movería menos cantidad, pero a un costo más alto, tiempo de transito más corto y las cargas pueden ser más frecuentes” (Entrevistado 8)*

### **Análisis.**

Transportar productos perecederos es bastante complicado si no se tiene las medidas o procedimientos ya establecidos y si no conoce bien el producto a exportar, la falta de estos dos puntos puede presentar problemas en las ventas. Todo vendedor debe tener una persona o un departamento de la empresa en la que se especialice en la forma de empaquetar y embalar el producto, manteniendo siempre la comunicación con la persona que conozca todas las características del producto y regulaciones del país de destino.

El transporte de alimento perecederos está sometido a requisitos de higiene que pretenden preservar la inocuidad y características del producto alimentario para el consumidor final. Por lo que la empresa de transporte debe mantener o estar dentro de todos los requisitos y el exportador debe solicitar siempre en cada cotización un transporte apto para alimentos.

Las distancias que los productos tienen que recorrer para llegar al consumidor final, hacen que cada día adquiera mayor importancia la calidad del transporte alimentario, su reglamentación y su control para garantizar unas condiciones óptimas para su consumo final y de esta manera tener una buena presentación ante el comprador.

Por otro lado, se debe tomar en cuenta que debido al manejo que se tiene que dar en la movilización de carga perecedera en un transporte exclusivo, los costos como manejo, flete marítimo, seguro, etc. puede ser elevados y afecte el costo final del producto.

Para tener el producto en buenas condiciones es importante mantener siempre lo siguiente: La temperatura, por mucho la variable crítica de la cadena logística, las repercusiones de la temperatura es un alto impacto un exceso o una falta de calor o frío harán cambios inmediatos en las características del producto, tales como peso, color, rigidez, flacidez, y otras características organolépticas que inciden en el valor final del producto. Es una variable totalmente regulada por los expertos de control de calidad, así como de las autoridades reguladoras de la industria, por lo tanto, el control tiene carácter obligatorio. (Blog Lunaca, 2016)

El control de golpes y movimientos, los equipos y la mano de obra que participan en el movimiento deben tener la conciencia y capacitación, todo golpe del producto resta el valor y la calidad de producto. Este movimiento desde la cosecha, transporte inbound, almacén, alisto, despacho, transporte y entrega es un largo camino de movimientos y golpes que sufre el producto. Deben evitarse los movimientos repentinos, los acomodos riesgosos y el uso de equipos y embalajes inapropiados.

El embalaje, debe escogerse de manera cuidadosa los diferentes embalajes que deben componer el concepto del producto. Embalajes primarios, secundarios y en casos inclusive terciario, son básicos para el éxito de una logística exitosa. En aquellos casos como la fruta americana y tropical, donde sus pieles de fruto son tan sensibles, el embalaje es fundamental para evitar pérdidas de calidad del producto.

El etiquetado, existen verdaderas y graves fallas en los centros de distribución y logística al realizar de mal manera los etiquetados. Principalmente se debe llevar un control muy estricto de la fecha de vencimiento y el nivel de temperatura que debe ser administrado el producto. Aquellas etiquetas que adolecen de información clave conllevan a decomisos e inclusive incitan al error logístico.

La higiene, de toda la infraestructura logística en el manejo de los productos alimenticios es fundamental y una obligación con sentido de responsabilidad social. No solo debe existir higiene en la planta de manufactura o en el transporte, es en toda la cadena, desde el piso, montacargas, racks, romanas, áreas de lavado y aseo. Las bacterias, roedores y otros patógenos van a estar atentos a cualquier hospedero que le permita hacer el daño al producto fresco. (Blog Lunaca, 2016)

#### **Categoría 4: Seguros**

##### **Descripción.**

La cuarta categoría muestra la importancia de contar con un seguro para las cargas, principalmente las perecederas, debido a que el manejo de ellas es bastante delicado y pueden existir algún tipo de daño que se sale de control, lo mencionado por los entrevistados es:

- *“Es importante considerar una empresa que tenga suficiente experiencia en la logística de entrega de productos similares, que la compañía ofrezca un seguro de carga atractivo que pueda cubrir cualquier eventualidad, que puedan asesorar en todo momento el proceso con profesionales que conozcan a fondo como actuar en caso de presentarse algún*

*imprevisto, es importante conocer además los itinerarios y días de tránsito que ofrecen”*  
(Entrevistado 1)

- *“Los principales riesgos los constituye la calidad del transporte en términos de tiempo de tránsito, temperatura y manejo fundamentalmente. Deben usarse seguros que cubran estos riesgos para minimizar las consecuencias de un eventual siniestro. Así como evaluar muy bien la calidad de servicio de las navieras y los agentes de carga y aduanales”*  
(Entrevistado 6)
- *“Normalmente para las cargas perecederas el % de seguro es muy alto y la mayoría de los exportadores no aseguran la carga, se juegan el chance, ejemplo que el seguro sea un 30% por pagar más el costo del producto más el flete, el costo puede subir bastante o se puede asegurar el producto, pero hay un deducible muy alto”* (Entrevistado 9)

### **Análisis.**

En cargas perecederas existen miles de riesgos de que el producto no llegue en buenas condiciones al destino final, ya sea por problemas de mal manejo hasta factores externos que pueden ocasionar daños, por ello tener un seguro significa tranquilidad al exportador en el cual puede recuperar una parte de lo invertido en la exportación.

Los seguros van muy ligados a los Incoterm que escojan en la negociación, una persona que no conozca bien las obligaciones de cada parte involucrada puede generar pérdidas en su negocio, por ello es importante que en una negociación escojan bien el Incoterm a utilizar y que tenga beneficios para las 2 partes

Las mercancías enviadas de un lugar a otro pueden sufrir deterioros, daños o pérdidas durante el transporte, por lo que se debe cubrir con una garantía y el respaldo del seguro de carga importación y exportación. Este seguro cubre las pérdidas por daños que puedan sufrir durante el traslado, así como en las operaciones de carga y descarga y estancia en un almacén o bodega intermedia previa a la llegada a su lugar de destino.

Existen diferentes modalidades para el seguro, Póliza Cerrada: ampara un solo traslado. Póliza Abierta de Declaraciones: Ampara la totalidad de los transportes que el asegurado realiza durante la vigencia anual del seguro. La suma asegurada puede ser definida a elección del Asegurado:

Costo de la mercancía: Es el valor de la mercancía según la factura comercial expedida por el vendedor o mediante algún otro documento idóneo que permita comprobar en forma objetiva el valor de los bienes que se aseguran.

Costo y Flete: Se adiciona al valor de la mercancía según el punto anterior, el costo del transporte del embarque desde el punto de origen hasta el punto de destino. (Procomer, 2016)

Costo y Flete más 10%: Se adiciona al valor de Costo y Flete hasta un 10% para cubrir otros gastos en que se incurra durante el transporte y que son difíciles de aportar documentos probatorios. Se refieren a gastos de aduana, impuestos, timbres, bodegaje y otros. (Procomer, 2016)

Frente a la realidad es necesario que los usuarios del comercio exterior contraten pólizas de seguro que amparen sus mercancías durante los movimientos de la carga desde su origen hasta su destino final. La duración o vigencia del contrato de seguro es el lapso determinado por la fecha de iniciación y de expiración de la cobertura. Los riesgos corren por cuenta del asegurador 24 horas después de que se perfecciona el contrato, salvo que se haya pactado otra negociación.

A pesar de la existencia de los Incoterms, las partes tienden a modificar o alterar en muchas ocasiones las condiciones previstas en dichos términos, por lo que es necesario hacer la siguiente recomendación: *“Si una exportación es convenida con pago a plazo, se aconseja que el vendedor sea quien contrate el seguro en las condiciones que más le convenga”* (Procomer, 2016)

## Categoría 5: Tiempo de Tránsito

### Descripción.

Uno de los puntos más importantes a considerar para realizar una exportación a un país, es el tiempo de tránsito, pero de ello también depende el Incoterm que las partes involucradas escojan en la negociación. En el caso de Costa Rica a Corea del Sur el tiempo de tránsito es bastante extenso y debido a ello puede haber dificultades en la comercialización. Los descrito por los entrevistados es:

- *“El principal riesgo que se puede generar respecto a los productos perecederos que se exportarían a este destino, es que no haya investigado lo suficiente sobre la vida útil del producto versus el tiempo de tránsito y las condiciones a las que se expone el producto y si requiere especial para conservar el producto en óptimas condiciones” (Entrevistado 1)*
- *“Las facilidades son similares a todos los tratados que tiene Costa Rica, el tema está en disponer de un producto que, a pesar el tiempo de tránsito, posibles retrasos; esté en condiciones competitivas al llegar al punto de venta” (Entrevistado 2)*
- *“La mayor complicación se puede presentar en los tiempos de tránsito y regulaciones propias del país exportador como el importador, cualquier retraso que se presente puede comprometer la calidad del producto” (Entrevistado 3)*
- *“Yo diría que el principal riesgo se da con las navieras, ya que las rutas al oriente son con transbordos, el tiempo de tránsito aproximado desde Caldera a Busan (Principal puerto de Corea) oscila entre 28-33 días; sin embargo, se presenta muchas ocasiones problemas de conexión con los barcos de transbordo, al perder una conexión se debe esperar el vapor de la semana siguiente, ocasionando un atraso de 8 días adicionales, tiempo perjudicial para productos como la piña” (entrevistado 4)*

- *“Se debe estar seguro de la confiabilidad en cuanto a los tiempos de tránsito. La consolidación de carga perecedera en tiempos de tránsito largos no es recomendable por el tipo de manejo de los diferentes perecederos en un mismo contenedor” (Entrevistado 6)*
- *“La complicación radica en los tiempos de tránsito y la manera de tener estos productos libres de cualquier plaga o daño durante el tránsito” (Entrevistado 7)*
- *“Para la exportación de productos perecederos, existe el riesgo que la carga se dañe durante el tránsito por lo cual habrá que realizar un estudio de mercado bastante exhaustivo para tratar de obtener el menor tiempo posible de tránsito para garantizar que el producto llegue en óptimas condiciones” (Entrevistado 8)*
- *“Exportar productos perecederos a un país que tiene un tiempo de tránsito super largo, es complicado porque se debe negociar con diferentes navieras o transportistas para conseguir la mejor opción y que den un buen servicio y también a que el producto se puede dañar, y hay situaciones que afectan más por ejemplo la huelga que hay en Costa Rica actualmente, no permiten sacar los contenedores perecederos, tiempo que afecta el tiempo de tránsito, pérdida de transbordos mínimo 2 semanas de atraso, factores climáticos que la nave por el clima no pueda pasar al puerto de conexión, etc.” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

A la hora de hacer una negociación con un país que está bastante lejos, es indispensable conocer las rutas que se puede ofrecer tomando en cuenta que el producto es perecedero y cualquier atraso afecta la calidad del producto, además de la opción de mover cargas aéreas, que pueden ocasionar menos problemas, pero los costos pueden subir.

El tráfico marítimo de Corea del Sur se concentra en Busan, tiene un rol estratégico en el comercio del país, ya que conecta el Océano Pacífico con el continente asiático. Su infraestructura aeroportuaria está compuesta por un total de 105 aeropuertos, sin embargo, los aeropuertos de Incheon y Gimhae, son los que concentran el mayor tráfico.

Costa Rica tiene servicio tanto por Caldera, como por Puerto Limón para movilizar mercancías a Corea del Sur, frecuencias semanales, todos los días excepto lunes y Domingo. Corea del Sur exige la norma NIMF-15 (medida fitosanitaria). Movilizar mercancías a Corea del Sur, es un 16% más bajo que movilizarlas a Miami, USA. Ruta: Caldera CR, Corinto NI, Manzanillo MX, Busan, Corea del Sur, el tiempo tránsito aproximado es de 22 días. (Procomer, 2016)

Para el caso del servicio aéreo Costa Rica tiene salidas diarias, tiempos de tránsito cortos entre 2 y 3 días. Ruta de algunas líneas aéreas son: Delta (Atlanta, New York, ), Continental (Houston, San Francisco), Iberia (Madrid, Praga), British Airways (Miami, Londres), United (New York, Los Ángeles), una escala de origen a destino. El costo aéreo es casi 3 veces mayor al marítimo. Más de un 70% operadores logísticos inscritos IATA ofrecen servicio hacia Corea Sur. (Procomer, 2016)

## **Categoría 6: Tipo de producto**

### **Descripción.**

Antes de exportar un producto se debe conocer exactamente que se está comercializando, sus características, funciones, aplicaciones, todo acerca del producto para que el proceso de exportación sea más ágil.

- *“No hay mayor riesgo, si tengo claro las características de mi producto y si puedo ofrecer las condiciones para que cuando arribe a puerto, este en las condiciones óptimas de comercialización” (Entrevistado 2)*
- *“La calidad del producto” (Entrevistado 4)*
- *“Tipo de producto de acuerdo con el mercado meta, valor agregado a la fruta, exaltar las propiedades naturales de los productos e impulsar la denominación de origen” (Entrevistado 9)*

- *“El punto más importante es establecer el tipo de producto que se va a exportar, a partir de ahí revisar cuales son los requisitos para que el producto pueda ingresar al país de importación” (Entrevistado 7)*

### **Análisis.**

Antes de empezar con la exportación y sobre todo con la negociación de una posible venta es un requisito que el vendedor conozca a fondo el producto que se quiere comercializar, no solo para tener una exportación exitosa sino también para dar una excelente posventa. También esta categoría hace referencia a que el exportador debe considerar todas las características del producto cuando se está cosechando, proceso de lavado, en el proceso de empaque y embalaje, paletizado, forma de acomodar los pallets en el contenedor, conocer la temperatura adecuada, etc. esto para que el producto llegue en buen estado al destino y si se presenta algún problema en puerto saber cómo actuar. Además de conocer los requisitos de salida del país de origen y saber dónde, cómo y cuándo tramitarlos.

Desde el momento en que se decide comenzar un negocio internacional en el que se vayan a exportar productos, cualquier empresa debe tener en cuenta múltiples factores: legales, culturales, de marketing, etc., pero sin duda siempre necesitará tomar decisiones sobre embalaje, ya que será la protección que haga llegar intacto el producto al destino elegido.

Elegir un embalaje para la exportación es imprescindible, como en cualquier otro tipo de negocio, para mantener la imagen de marca, pero también tiene que cumplir ciertos requisitos de resistencia o durabilidad, y así mismo debe adaptarse a normativas y leyes propias de los países por los que transite la mercancía. (Blog Rajapack, 2014)

Por otro lado, el tema de percibir las características de producto para dar una mejor venta es importante:

Conocer bien los productos puede significar mejores ventas, debido a que el conocimiento es poder. Es difícil de vender de manera efectiva si no se puede mostrar todas las bondades de un producto en particular frente a las necesidades de los compradores:

- Fortalece las habilidades de comunicación: tener un conocimiento profundo de los productos en las estanterías permite al vendedor utilizar diferentes técnicas y métodos para presentar el producto a los clientes. De tal forma sus habilidades comunicativas se verán fortalecidas porque tratará con distintos tipos de clientes.
- Aumenta la motivación: el conocimiento pleno sobre un producto aumenta la motivación en el vendedor y su entusiasmo contagia al cliente, puesto que no habrá ninguna duda sobre los grandes beneficios del producto.
- Brinda confianza: si un cliente no está completamente comprometido a completar una venta se puede deber a la falta de confianza hacia el producto, esto por la ambigua información dada por el vendedor. Por ello uno debe educarse en el producto que está vendiendo.
- Ayuda a superar las objeciones: las objeciones hechas por los clientes pueden ser superadas con información objetiva sobre el producto. Esta información debe ser bien sustentada y si es posible con productos similares de la competencia. (Blog Psicología y Empresa, 2011)

## **Categoría 7: Aranceles**

### **Descripción.**

Esta categoría es relacionada al nuevo Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica con base a las oportunidades que se abre para ofrecer más productos a un precio más competitivo debido a la reducción de impuestos que ahora en adelante se va a dar, lo mencionado por los entrevistados es:

- *“Se facilita la inversión extranjera, además la cobertura de este TLC con Corea tiene el objetivo de lograr que al menos el 90% de las partidas arancelarias quedaran a 10 años para eliminar impuestos de entrada y que por lo menos un 95% quedaran a un máximo de 15 años, brindando el beneficio de obtener mejores costos de importación y por ende mejores precios en el mercado. Debemos de tomar en cuenta proteger los productos correspondientes a los sectores de la economía, mayor sensibilidad en el proceso de negociación, los cuales deben ser protegidos con determinados mecanismos de defensa*

*comercial. Sin embargo, los efectos negativos sobre ciertos productos también pueden facilitar la toma las medidas adecuadas para impulsar su competitividad o en todo caso incentivar un mayor potencial de crecimiento” (Entrevistado 1)*

- *“Permite que los productos exportados desde Centroamérica y Costa Rica sean más competitivos” (Entrevistado 3)*
- *“Corea es una potencia mundial de exportación, es un país altamente tecnológico y automotriz; al reducirse los aranceles a productos como repuestos, vehículos, circuitos integrados, entre otros; los costarricenses nos beneficiaremos de precios más competitivos de la misma manera que el sector agrícola de nuestro país; ya que serán más competitivos en precios por lo cual hay mucha posibilidad de que aumenten las ventas, Facilita que los exportadores tengan más oportunidades para concretar ventas con Corea, ya que al eliminarse o reducirse las barreras arancelarias hay mayor probabilidad de ser competitivo en termino de costos” (Entrevistado 4)*
- *“EL tratado de Libre comercio entre Corea del Sur y Centroamérica tendrá muchos beneficios a nivel laboral, ya que muchas empresas podrán conseguir su materia prima a precios más cómodos lo que hará que el producto final sea más accesible. Adicionalmente, muchas empresas podrán ofrecer sus productos lo que hará estimular el comercio entre las partes” (Entrevistado 8)*
- *“Existen productos que puedan ingresar a Corea del Sur de forma gradual, el arancel que va a pagar en destino va ir bajando poco a poco, así que obviamente esto permite que Costa Rica pueda vender más productos dejando a un lado las trabas de impuestos, obviamente de uno u otra manera sea los porcentajes que sean como parta eso puede iniciar con porcentajes altos y se van graduando dentro de 4 o 5 años es un mercado más para Costa Rica por que un país que crezca y se desarrolle es fundamental en el comercio, lo que nosotros podamos traer de Corea pagando menos impuesto y lo que nosotros podamos vender en Corea” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

Con la apertura del Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica, uno de los puntos que se mencionaron fue la reducción de aranceles gradualmente y de esta manera incentivar las exportaciones e importaciones entre las partes con costos más bajos y así extender los mercados. Pero para poder aplicar este beneficio es necesario que cada país cumpla con ciertas reglas de origen descritas en el texto del tratado, además de emitir un certificado de origen de auto certificación, esto quiere decir que tanto exportador como productor lo pueden completar y se debe presentar ante la autoridad aduanera en el momento de la importación para tener la reducción de impuestos.

El arancel son tarifas que gravan las mercancías en la importación, la exportación y el tránsito, así como los impuestos fiscales, las disposiciones complementarias y los índices correspondientes. Los impuestos sobre los productos adquieren importancia a partir de los siglos XVI y XVII a raíz de la doctrina mercantilista, más tarde en el siglo XIX se inicia una política de convenios arancelarios entre algunos países. Actualmente muchos países pertenecen a asociaciones y uniones aduaneras lo que ha provocado la reducción paulatina de los aranceles (Comercio-Exterior, 2016)

El arancel de ingreso al mercado coreano promedia el 30%, siendo un poco más alto para aquellas frutas que Corea produce. Al amparo del acuerdo comercial con Costa Rica, Corea eliminará el arancel del banano en un plazo de cinco años, mientras que para la piña y otras frutas tropicales lo hará en siete años. (Procomer, 2017)

Salvo disposición en contrario en el Tratado, ninguna parte podrá incrementar un arancel aduanero existente, o adoptar un arancel aduanero nuevo, sobre una mercancía originaria. Salvo disposición en contrario en este Tratado. Cada parte eliminara progresivamente sus aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias. (Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica, disposiciones iniciales, Comex, 2017)

### Artículo 3.1: Mercancías Originarias

Salvo disposición en contrario al capítulo 3 reglas de origen del tratado de libre comercio entre Corea del Sur y Centroamérica, una mercancía será tratada como originaria en una parte cuando la mercancía sea:

- Totalmente obtenida o producida enteramente en el territorio de una parte
- Producida enteramente en el territorio de una parte, exclusivamente a partir de materiales originarios bajo el capítulo 3 del tratado
- o producida enteramente en el territorio de una parte utilizando materiales no originarios.

Para efectos del Artículo 3.1 (a) las siguientes mercancías serán consideradas totalmente obtenidas o producidas enteramente en el territorio de una parte

- plantas y productos vegetales cultivados y cosechados, recogidos o recolectados en el territorio de una parte

### Artículo 3.4 Materiales Intermedios

[Cuando una mercancía originaria se utiliza en la subsecuente producción de otra mercancía, no serán tomados en cuenta los materiales no originarios contenidos en la mercancía originaria para propósitos de determinar el carácter originario de la mercancía producida subsecuentemente. (TLC, Reglas de origen, Comex, 2017)

Los frutas frescas y congeladas, además del café, cacao y los jugos concentrados, son los productos con mayores oportunidades de venta en el mercado de Corea del Sur, según indica un estudio de la promotora de comercio exterior, Procomer, 2016

Tras la firma de un tratado comercial con esta nación asiática, en conjunto con los demás países centroamericanos Costa Rica debe aprovechar para comercializar alimentos ya que la economía de Corea se basa en manufactura y servicios

Aunque varios países vecinos de Corea ya suplen esta necesidad de bienes alimenticios, aún hay espacio para que las naciones latinoamericanas, por ejemplo, Costa Rica que puede aprovechar su diversidad de frutos frescos para comercializar a un buen precio con la ayuda de reducción de aranceles. (Procomer, 2016)

## **Categoría 8: Requisitos**

### **Descripción.**

Esta categoría describe la importancia que toda empresa debe tomar al comercializar un producto fuera de Costa Rica, buscar información acerca de los requisitos que el país destino exige para importar. Los entrevistados mencionan:

- *“Es vital averiguar sobre todos los requisitos de importación que conlleva el producto cuando ingrese en su país de destino, asegurarse con suficiente tiempo se hayan enviado los documentos necesarios para la revisión en puerto, para que eso no ocasione retrasos en alguna eventual inspección que se realice en puerto, inclusive evitar una posible destrucción del producto debido a la falta de estos. La mayor complicación, pienso debe ser el proceso de investigación con los organismos estatales, todas las medidas sanitarias, fitosanitarias, estándares de calidad, etc., mencionadas anteriormente” (Entrevistado 1)*
- *“Verificar si mi producto requiere alguna certificación para comercializar en el exterior” (Entrevistado 4)*
- *“Se debe tener claro las proyecciones de crecimiento de la empresa en ese mercado, en qué sentido voy a exportar una vez o más frecuente, los márgenes de ganancia, que tan confiado es el comprador, porque puede ser el caso que la negociación sea muy buena, pero al final no se cumpla, tomar en cuenta si la empresa puede solventar los requisitos de importación que solicita Corea del Sur, es muy importante para seguir comercializando” (Entrevistado 8)*

- *“un punto importante a tomar en cuenta es los requisitos que se debe cumplir para el comprador pueda importar el producto, como documentación (hasta el tipo de letra puede cambiar, un certificado de un laboratorio aparte para verificar que el producto está bien, el tipo de pallet, etc. El único problema es que cada requisito es dinero y habría que hacer un estudio para ver si la empresa es capaz de soportarlo” (Entrevistado 9)*
- *“Conocer al 100% todo lo que gira alrededor de la tramitología de permisos en relación con las exportaciones de estos productos, tanto en el país de origen como en el de destino, conocer tiempos de entrega o aprobación de permisos en ambas partes involucradas en el tratado internacional, es un aspecto que se debe manejar o conocer de buena forma para evitar contratiempos y pérdidas en lugar de ganancia” (Entrevistado 10)*

### **Análisis.**

Cada país tienen sus propias regulaciones para productos alimenticios y que puedan provocar alguna contaminación de plagas o enfermedades, por ello tanto el exportador como importador deben asegurarse cuales son y el procedimiento para cumplirlas. En este caso al ser productos perecederos los tramites no arancelarios deben estar muy bien coordinados y cumplirse en los tiempos establecidos para que el producto no se dañe.

Sin embargo, con la ayuda del Tratado de Libre Comercio estos procesos pueden mejorar la comunicación entre autoridades competentes durante los procesos de aprobación de los productos de origen vegetal y animal, acrecienta la transparencia e intercambio de información y dirige la cooperación al apoyo en el cumplimiento de la reglamentación. Se establece un Comité MSF el cual funcionará como una herramienta para resolver efectivamente cualquier asunto que surja de la aplicación. De esta forma, se asegura la utilización de la ciencia y el análisis de riesgo como base para el establecimiento de las MSF, así como el uso de procedimientos transparentes que brinden previsibilidad a los productores y exportadores costarricenses.

Antes de exportar, es necesario asegurarse cuales son los requisitos sanitarios y fitosanitarios específicos para el producto, por lo que es recomendable que el contacto en Corea realice la consulta a la autoridad competente.

Los interesados en exportar deben consultar con la autoridad costarricense competente en relación con la elegibilidad del producto y los requisitos específicos establecidos por Corea, por lo que en el caso de productos agrícolas frescos sujetos a requisitos fitosanitarios se deben consultar al Servicio Fitosanitario del Estado para corroborar si el producto cuenta con los requisitos establecidos por Corea o en caso contrario realizar a través de esta institución la solicitud formal para que las autoridades coreanas inicien el análisis de riesgo de plagas (ARP) sobre el cual establecerán las medidas fitosanitarias que aplicaran al producto. La QIA es la agencia encargada de elaborar los ARP. Los productos de origen vegetal, tales como plantas, verduras, frutas y té estos sujetos a los controles de cuarentena vegetal con base en la ley de protección fitosanitaria (Plant Protection Act)

Los productos frescos de origen vegetal requieren de la presentación de un certificado fitosanitario que se ajusta al formato según lo prescrito por la concepción internacional de protección fitosanitaria y emitido el servicio fitosanitario del Estado. El MAFRA puede establecer condiciones específicas de importación para un producto vegetal fresco como, por ejemplo: tratamientos para mitigar el riesgo de ingreso de plagas. Estas medidas específicas se establecerán según la indique el ARP

No se requiere el registro sanitario del producto para importar productos alimenticios en Corea, Sin embargo, todo nuevo producto alimenticio que se comercialice en ese país estará sujeto a pruebas de laboratorio obligatorias llevadas a cabo por el organismo de control correspondiente. Los envíos posteriores del producto que hayan superado la primera prueba de laboratorio están exentos de pruebas adicionales

EL MFDS es la autoridad competente en elaborar las regulaciones relacionadas al etiquetado. Asimismo, controla su cumplimiento sobre los alimentos a su arribo a Corea y en mercado, El idioma de las etiquetas deben de estar en coreano, la marca país de origen deben marcarse individualmente (Comex, 2017)

El gobierno coreano ha emitido diferentes leyes a fin de garantizar la calidad de los alimentos. Todas esas leyes y normas se enmarcan en la Ley de Inocuidad Alimentaria (Food Sanitation Act) y la Ley de Proyección fitosanitaria (Plant Protection Acts.), además de estas existen otras leyes que regulan diferentes tipos de alimentos como el Código alimentario, Código de aditivos alimentarios, entre otras. (Estudio de Canales de Distribución Fruta Fresca en Corea del Sur, 2015)

### **Categoría 9: Cadena de Frío**

#### **Descripción.**

La novena categoría explica acerca la logística que se tiene en la exportación de productos agrícolas, la cual si son frutos frescos se debe exportar siempre en un contenedor refrigerado, manteniendo siempre la cadena de frío en todo el trayecto, los entrevistados comentan:

- *“Riesgo de pérdidas relacionadas a la interrupción de la cadena de frío, para mitigar este riesgo se debe gestionar muy bien el proceso de logística, desde la producción hasta el consumidor final, el punto más importante es mantener el producto en las condiciones de temperatura óptimas evitando que se interrumpa la cadena de frío” (Entrevistado 3)*
- *“Proceso de refrigerado, preservar la cadena de frío, mayor complicación en la manipulación carga y descarga tanto en origen como en destino” (Entrevistado 5)*

#### **Análisis.**

Para todos los productos perecederos, principalmente para frutos frescos, es obligatorio enviarlos por medio de un contenedor refrigerado y manteniendo la cadena de frío en todo el tránsito para que el producto no pierda sus características y cumpla con las especificaciones del cliente y que pueda ingresar al mercado con todos sus nutrientes.

Las frutas, verduras y hortalizas son productos perecederos y como tales, su distribución adopta unas características propias, con una operativa logística adecuada a esta tipología de productos, que en ocasiones necesita asegurar una temperatura determinada constante, es decir mantener la cadena de frío.

Tratándose de alimentos se debe responder a unos requisitos de temperatura determinados. Es lo que se conoce como transporte a temperatura controlada. La temperatura controlada se refiere al aseguramiento del rango de temperatura contratado con el cliente en todos los procesos de trabajo, es decir, mantener la 'temperatura' no 'enfriar'. Se busca de preservar las condiciones del servicio desde el momento de la recogida hasta el punto de entrega final.

El sector alimenticio se ha caracterizado tradicionalmente por una alta complejidad a lo largo de toda la cadena logística debido a la caducidad de las mercancías y el consiguiente control de la cadena de frío. Esta la podemos definir como: el proceso de optimizar la utilización de la temperatura en la producción, el transporte y la comercialización de los productos perecederos, objeto de este tratamiento térmico, hasta su consumo final. La competitividad pasaría en este caso por aprovechar las tecnologías y técnicas del frío en conjunción con las estrategias logísticas y la oferta de operadores logísticos con temperaturas controladas. (Blog Zona logística, 2013)

## **Categoría 10: Vida útil**

### **Descripción.**

Todo producto para consumo humano tiene cierto tiempo en el mercado una vez que se ha producido y no es la excepción para los productos agrícolas, principalmente estos que no contienen ningún tipo de preservante y la maduración es muy rápida. Lo detallado por los entrevistado es.

- *“El principal riesgo que se puede generar respecto a los productos perecederos que se exportarían a este destino, es que no se haya investigado lo suficiente sobre la vida útil del producto versus el tiempo de tránsito y las condiciones a las que se expone el producto y si requiere un equipo especial para conservar el producto en óptimas condiciones”*  
(Entrevistado 1)

- *“La vida útil de estos productos es corta, para ello se requiere un alto conocimiento técnico sobre el producto que se está exportando, de lo contrario se puede ver comprometida la mercadería” (Entrevistado 3)*
- *“Considerar la vida útil de los productos a exportar y tomar en cuenta el tiempo de tránsito marítimo” (Entrevistado 4)*
- *“Proceso natural de maduración y su composición por lo que conlleva a mayores costos para preservar el producto” (Entrevistado 5)*
- *“Todo mercado debe ser aprovechado al máximo, en este caso, es importante medir o tener claro los escenarios posibles de tránsito, tiempos en trámites y todo aquello que pueda generar pérdidas de vida útil del producto exportado, así como medir la posibilidad de internamente realizar despachos con producto con vida anaquel que permita soportar los días de circulación de un país a otro sin afectar el embarque que se vaya a entregar en destino” (Entrevista 10)*

### **Análisis.**

Todo tipo de producto tiene una vida útil y no es la excepción para las frutas o verduras frescas, que de una vez que se cosechan tienen cierto tiempo para ser consumido. Esto puede causar un problema a la hora de comercializarlos a un país con un tiempo de tránsito tan largo como lo es a Corea del Sur.

La vida útil de un alimento es el periodo de tiempo que transcurre entre la producción o envasado del producto alimenticio y el punto en el cual el alimento pierde sus cualidades físico-químicas y organolépticas. La vida útil es establecida por cada empresa alimentaria.

Los parámetros de calidad vienen determinados por diferentes aspectos: organolépticos (textura, sabor, aroma), nutricionales (cantidad de nutrientes), higiénicos (ausencia de patógenos)

Así, determinados procesos (físicos, químicos o microbiológicos) pueden provocar el deterioro del producto y el fin de la vida útil del mismo.

Entre los factores que más influyen en el deterioro del producto se encuentran:

- La naturaleza del producto en sí
- El proceso de elaboración y conservación
- Las condiciones de envasado y almacenamiento (la exposición a la luz solar influye en la pérdida de vitaminas y en el enranciamiento de las grasas, el contacto del alimento con el oxígeno del aire puede provocar las mismas pérdidas, la temperatura puede destruir, inactivar o hacer que se reproduzcan rápidamente agentes patógenos, el grado de humedad favorece o impide el desarrollo bacteriano y el enmohecimiento)

La vida útil de estos productos es muy importante para el mercado coreano, ya que son muy exigentes con la calidad y frescura. En cada supermercado tienen a una persona especializada en la parte de frutos frescos y se encarga de estar cambiando el inventario cada vez que el producto empieza a madurar. Sin embargo, el enfoque de esta categoría se basa en el riesgo de importar productos agrícolas incipientes que no han salido de Costa Rica o no tienen exportaciones recientes o significativas y al querer exportarlos a Corea del Sur con tanto tiempo de tránsito pueden existir detalles que afectan la vida útil, como, por ejemplo, el desconocimiento de presentar los documentos a tiempo para una inspección, no conocer bien el producto y enviarlo en una etapa adecuada para la exportación, etc.

### **Categoría 11: Factores de riesgo**

#### **Descripción.**

Como en toda logística de exportación e importación existen factores que puedan afectar el tiempo de tránsito y que se sale de control provocando pérdidas de producto y hasta de dinero, lo comentado por los entrevistado es:

- *“Los factores de riesgo para exportación de estos productos son las pérdidas de producto por el tiempo de tránsito, algo que tendrán que contemplar los productores nacionales y buscar la manera de disminuir estos riesgos” (Entrevistado 7)*
- *“existen factores de riesgo incontrolables que puedan afectar el producto debido a que son perecederos como, por ejemplo, el clima que haya alguna tormenta en un puerto de conexión y por ello pierda el buque, esos tiempos de tránsito puede afectar a que se dañe la carga. También factores operativos el daño de una grúa, factor social como la huelga de Costa Rica que está atrasando bastantes las exportaciones” (Entrevistado 9)*

### **Análisis.**

En todo comercio internacional existen factores de riesgo que se salen de control de una naviera, transportista, agencia aduanal, hasta del mismo exportador o importador y los cuales afectan directamente la comercialización de la mercancía hasta la vida útil del producto, no importa la forma en la que se está enviando la carga ya sea marítima, aérea o terrestre pueden existir problemas.

Existen muchos factores que afectan el comercio, pero uno de los más importantes es, el clima, problemas sociales o políticos, daños en el barco y en el avión. En cuanto al clima puede afectar cuando hay tormentas, terremotos, huracanes, etc. en un país de transbordo o en el mismo país de destino, en este caso muchos de los barcos toman la idea de terminar la ruta y al final volver a pasar por el país de destino o del todo no volver a pasar hasta que el clima haya mejorado. Este atraso puede durar días, semanas o meses y en ese tiempo el producto ya se ha dañado, aquí es donde ingresa el tema de los seguros donde el exportador o importador lo puede aplicar para no perder todo el dinero invertido.

En cuanto al factor social o político se puede mencionar las huelgas de trabajadores, en donde paran sus trabajos para manifestar algún desacuerdo contra el país y los trabajadores del puerto no son la excepción, afectando las embarcaciones y debido a ello muchos barcos prefieren irse para no perder su itinerario y dejan la carga en otro país esperando un nuevo barco.

Para los daños de un barco o un avión es un factor muy poco común, pero puede presentarse, el daño de un barco o avión es complicado y más si tiene un tiempo para llegar a un país en específico para una conexión, esto hace que el tiempo de transito se alargue y pueda existir un daño en el producto.

## **Categoría 12: Coordinación**

### **Descripción.**

En la última categoría del proceso exportación se menciona el punto más importante de todo proceso de exportación, principalmente para las exportaciones de productos perecederos, la empresa exportadora debe de contar con una excelente coordinación con todos los departamentos para poder cumplir con las fechas acordadas. Ellos detallan lo siguiente:

- *“Per se no hay mayor problema, es bastante simple, el tema es que todos deben trabajar muy coordinados, Exportador, transportista, Agencia Aduanal y Naviera. El gran problema, se presentará por problemas muy simples, un registro de exportador que no esté a tiempo, un atraso de la CCSS, un despacho tarde de puerto, la no colocación para revisión y el semáforo rojo, sino se sabe manejar. Más importante aún es que el exportador debe trabajar con el tiempo suficiente que garantice que, en casi de un error, o un problema de cualquier tipo no se pierda el buque, son buques que no pasan todas las semanas, allí está el tema medular” (Entrevistado 2)*
- *“Primero se deberían de contar con fincas registradas y autorizadas para la exportación, esto hará que al momento de tramitar la documentación de exportación todo sea un poco más ágil y el producto ser enviado con una mayor vida útil” (Entrevistado 8)*
- *“Se debe tener una coordinación exacta desde que se siembra el producto hasta la fecha en la que podría estar llegando al destino, al ser producto perecedero la coordinación es sumamente importante y el exportador debe controlar muy bien, principalmente el manejo de un contenedor refrigerado” (Entrevistado 9)*

**Análisis.**

Al ser un producto relativamente nuevo para una exportación como lo son los productos agrícolas incipientes, el exportador deberá conocer o buscar todos los requisitos de exportación en el país de destino y en el país de origen, tiempo de producción, tipo de envase o embalaje, tiempo de tránsito, tiempo de una inspección en puerto, etc. Y coordinar todos estos procesos para cumplir con el cliente en el tiempo acordado.

Para la coordinación de este tipo de productos todos los departamentos de la empresa deben estar coordinados, desde un departamento de contabilidad en donde se verifica si el cliente está bien con los pagos de las cargas o el exportador está al día con las cuotas del estado como en la CCSS, el departamento de producción; los cultivos de las frutas se siembren adecuadamente y cuidados hasta el día de la cosecha, proceso de lavado y empaque, departamento de exportaciones quienes se encargan de verificar los documentos necesarios y tramitarlos junto con la agencia aduanal. Todos estos procesos deben de estar bien coordinados para no perder una salida del barco y para que el producto empiece la maduración en los tiempos establecidos y llegue en buenas condiciones.

Lo que busca la administración de una forma directa es la obtención de resultados de máxima eficiencia, y esto solo se logra con la coordinación, esto quiere decir que es la máxima eficiencia o aprovechamiento de los recursos materiales, estos pueden ser capital, materias primas, maquinas, etc.

Un buen administrador, no lo es por el hecho de ser ingeniero, contador, economista, abogado, etc., sino que este se es bueno respecto a las cualidades y técnicas que posee para coordinar de una manera eficiente. Por ello mismo, la coordinación es considerada como la esencia de la administración.

La división del trabajo permite reducir complejidad asignando parcelas de problemas a unidades menores, a subsistemas especializados, pero al mismo tiempo incrementa la complejidad interna del sistema, entre otros motivos por crear conflictos entre las decisiones de dichas unidades. Esta complejidad, en problemas de comunicación y problemas de sintonización de decisiones y

actividades parciales es el problema que debe reducirse mediante la coordinación de las decisiones elementos del sistema que guían la cooperación dentro de todo lo organizado.

El proceso de organización supone no sólo la creación de puestos especializados en el desempeño de ciertas tareas, sino también la coordinación de esas partes para lograr una unidad de rendimientos. Diferenciación e Integración son así los dos polos en tensión, una tensión tanto mayor, cuantos más complejos sean los problemas con que se enfrenta el conjunto. (Blog gestiopolis, 2014)

### **Interpretación de los Datos**

Se tiene claro que las mayores exportaciones que tiene Costa Rica de productos agrícolas son la piña y el banano, las cuales se exportan a diferentes países y uno de ellos, aunque no con números muy representativos es a Corea del Sur, pero se tiene la experiencia de comercializar esos productos a dicho país con un tiempo de tránsito bastante largo, no obstante, las exportaciones de productos agrícolas incipientes son nulas o con números muy bajos, esto quiere decir que el país o los agricultores no se han interesado en tener una variedad de productos por ofrecer y ser reconocidos, este tipo de productos tienen grandes potenciales para ser aceptados en Corea del Sur y en otros países.

Se ha encontrado que la mayoría de los agricultores incipientes son empresas pequeñas o pymes que no tienen gran capital para invertir y al ser productos frescos los gastos de exportación puede ser altos y les puede afectar en su desarrollo, debido a que primero el vendedor deberá inscribirse como exportador ante Procomer, Ministerio de Hacienda y ante el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), esto para que tenga más agilidad en los procesos siguientes como la inscripción de los productos que se quiere exportar, para ello es importante conocer las características, propiedades, modo de siembra y cosecha, el uso y las aplicaciones, etc. Dentro de los requisitos de exportación solicitados por Costa Rica es la inspección en el puerto de salida y el certificado fitosanitario que se debe emitir ya sea con una agencia aduanal de confianza. Adicional, el MAG también se encarga de revisar las plantas del exportador cada cierto tiempo para verificar si cuentan con los estándares de calidad establecidos, así como la calidad de la planta.

En esta investigación se logró identificar que para que una exportación sea exitosa el vendedor deberá tener una excelente coordinación con todos los departamentos de la empresa y tener los tiempos establecidos para cada tarea asignada e investigar los requisitos que tiene Corea del Sur para poder ingresar alimentos, como ejemplo, el etiquetado, información nutricional, documentación, entre otros. Ahora con el Tratado de Libre Comercio entre los países se detalla que el intercambio de información va a ser más ágil y eficiente por lo que cualquier persona que esté interesado en comercializar tendrá la ventaja de tener todos los detalles claros para la exportación.

Se debe tener en consideración que la vida útil de estos productos es muy poca, por lo que la única manera en la que puede ser transportada de forma marítima es mediante un contenedor refrigerado, en el cual siempre se debe mantener una cadena de frío durante todo el tránsito y un embalaje adecuado en el producto para que mantenga sus condiciones, sin embargo, los entrevistados se enfocan que al ser productos frescos existen muchos riesgos en relación al tiempo de tránsito por motivo de que el producto pueda llegar dañado y es por ello de la importancia que es asumir un seguro desde que la carga sale de la planta, el tema de los seguros va ligado mucho al incoterm que las partes negocien y por eso que el conocimiento de estos es una obligación para evitar problemas.

En cuanto a las oportunidades de los productos agrícolas incipientes y según lo investigado tienen un gran potencial en este mercado, solo es saber cómo desarrollarlos y saber cómo agradarle a un coreano debido a que son personas inteligentes y muy desconfiadas, por esa razón la promoción y la forma de comercialización deben mantener siempre el precio, el origen del producto, trazabilidad, sostenibilidad y sobre todo la frescura del producto.

Adicional, se determinó que con ayuda del Tratado de Libre Comercio el sector agrícola va a ser uno de los beneficiados, dado a que Costa Rica posee gran variedad de frutos y aunque la época de cada uno afecte para no exportarlos en todo el año, se puede clasificar por temporadas y así crear un volumen de venta.

Con el TLC y la Marca Esencial país se demostró que Costa Rica es un gran competidor en el mercado de las frutas y puede ofrecer una excelente calidad y de esta forma los agricultores quieran expandir sus negocios y dejar al país con buena reputación.

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

### **Conclusiones de la Investigación**

Las inspecciones de productos frescos requieren revisiones obligatorias en los puertos de salida y las plantas de los agricultores para asegurar que el producto no contenga plagas y cumpla las condiciones establecidas por el MAG.

Para contratar una empresa de transporte, agencia aduanal o instituciones relacionadas al manejo de la carga deben contar con experiencia en productos agrícolas y que transmitan confianza para solucionar problemas que se presenten en el proceso.

Para el cuidado de los productos el transporte debe contar con buena higiene y mantener la cadena de frío, el embalaje y envase tienen que cumplir con las regulaciones del país de origen y de destino

Por motivo al tiempo de tránsito y el tipo de productos, el seguro es indispensable para evitar pérdidas totales si la carga sufriera algún daño

El tránsito marítimo de Costa Rica a Corea del Sur es bastante largo y puede afectar la comercialización, en cambio el aéreo es más corto, pero tiene un costo alto. Tanto marítimo como aéreo el exportador debe conocer todas las rutas.

El exportador debe conocer el tipo de producto que quieren comercializar para saber el tipo de envase, embalaje y procesos relacionados con la producción para que no se pierda las características.

Con el beneficio arancelario por medio de Tratado de Libre Comercio los impuestos de importación en Corea bajan y por ende el costo del producto es mejor.

Para que Corea del Sur acepte el ingreso de los frutos frescos provenientes de Costa Rica, el exportador costarricense deberá investigar los requisitos solicitados y buscar la manera de cumplirlos.

Los frutos frescos para que puedan mantener las características y las especificaciones del cliente se debe acondicionar el producto en cuartos y/o en transportes refrigerados, conservando la cadena de frío en todo momento, hasta las bodegas del cliente

Los frutos frescos tienen poca vida útil que afectan la distribución en Corea; ya que son exigentes con la frescura de sus productos.

Existen factores externos que pueden afectar el tiempo de tránsito de los productos perecederos al país de destino y en la mayoría son difíciles de controlar provocando daño en la vida útil o pérdida total de los productos.

La coordinación es el éxito de una empresa exportadora para cumplir con las metas establecidas ya de ello depende la eficiencia con la que se entrega la carga al importador.

Con el Tratado de Libre Comercio van a ingresar nuevas empresas que pueden ser de gran ayuda a los agricultores para promocionar el producto.

Para que el producto tenga éxito en Corea del Sur es necesario un estudio de mercado para ver la capacidad de la empresa si puede o no cumplir con la demanda.

Al ser productos incipientes las producciones no están disponibles todo el año y algunos productos solo se pueden ofrecer por épocas.

Para ser reconocidos y tomados en consideración es importante ofrecer un valor agregado que nadie más tenga.

Todos los agricultores deben ser conscientes que si se gana una negociación para la exportación de frutos frescos se tiene que contar con volumen suficiente para cumplir con la demanda del mercado.

Al ser agricultores pequeños no tienen la capacidad de comercializar directamente el producto y necesitan a un intermediario, además de estudiar los principales distribuidores en Corea.

Es necesario reducir los costos de producción al máximo y gastos de la empresa para ofrecer un precio agradable al mercado coreano, sin dejar en cuenta la calidad del producto.

Antes de comercializar a Corea del Sur se debe identificar la cultura principalmente antes hacer publicidad para no tener ninguna negación en el mercado.

Corea del Sur cuenta con varios Tratados de Libre Comercio desde hace años por lo que las relaciones comerciales son mejores comparado con la que tiene con Costa Rica.

Los pequeños agricultores o pymes no sienten el apoyo del estado para mostrar los productos a nivel local e internacional.

Contar con gran variedad de productos que puedan ser comercializados es una ventaja que tiene Costa Rica con respecto a otros países, además de que se cuenta con la capacidad para producirlos y ser exportados.

Las promociones de productos es una de las principales estrategias del mercado para vender productos, pero en caso de Corea del Sur es un país altamente tecnológico por lo que cada promoción se debe ajustar a su cultura.

Al mercado coreano se pueden ingresar los productos agrícolas incipientes por diferentes formas, frutas frescas o procesadas según lo que más convenga tanto para el vendedor y comprador.

### **Recomendaciones de la Investigación**

Es necesario que los agricultores busquen una agencia aduanal especializada o con experiencia en exportaciones de productos agrícolas por medio de Procomer o buscar referencias de empresas ya exportadoras para asegurarse que las cargas vayan en buen estado y con la documentación completa.

Para que los productos sean reconocidos es recomendable que los agricultores primero los ofrezcan localmente mediante ferias del agricultor, ferias municipales y también inscribirse ante Procomer para participar en las ferias internacionales y así los productos se puedan ir desarrollando y la empresa gane más capital para que puedan invertir en las futuras exportaciones

Se recomienda que una vez incorporado ante Procomer los agricultores realicen el proceso de licenciamiento para Marca País mediante requisitos establecidos por la marca y un evaluador para así acceder más fácil a los mercados internacionales, y de esta forma dar a conocer sus productos.

Los agricultores al ser pequeñas empresas es importante que negocien una forma de envío conveniente para reducir costos por medio de estrategias de mercado y de esa forma ser competitivos.

Como se ha indicado la mayoría de los productos incipientes son de temporada y algunos agricultores no tienen el capital para exportarlos por lo que es recomendable negociar con otros productores para unir sus productos y así ofrecer variedad, con ayuda de Procomer pueden buscar listas de productores.

Ya que son productos perecederos y cualquier problema afecta la vida útil del producto es importante que los agricultores cuenten con empresas aseguradoras para evitar pérdidas si la carga sufriera algún daño, se podría buscar información por medio del INS.

Es recomendable que los agricultores se inscriban en Procomer ya sea por ventanilla única o de forma presencial, para recibir charlas, capacitaciones y ayuda de como exportar o información acerca del mercado coreano para que se pueden preparar en las exportaciones de sus productos.

Los agricultores también tienen la opción de promocionar los productos como materia prima para las empresas coreanas productoras de productos finales para la venta en supermercados y de esta forma se reducen costos en las exportaciones ya que los productos pueden ser, pulpas y fruta deshidratada

El mercado coreano es muy tecnológico por lo que se recomienda a la empresa exportadora tener una página web con todos los productos que ofrecen, así como sus características y de ser posible usuarios con canastas de compras, por lo que se debe buscar expertos en programas computacionales y de esta forma ajustarse y ser tomados en cuenta en la cultura coreana.

Al ser exportaciones de poco volumen lo mejor es que los agricultores busquen consolidadores de carga y comparen tarifas, servicio al cliente y rutas de tránsito para escoger al que más convenga, la información de los contactos de consolidadores de carga se encuentra en Procomer.

Por medio de la oficina de Procomer en Corea del Sur, los exportadores pueden conseguir información acerca de las principales cadenas de alimentos para crear posibles socios comerciales

Es recomendable que la empresa exportadora cree procesos en cada departamento para coordinar las funciones, tareas, tiempo, entre otros para que la carga no tenga ningún atraso y cumplan con los contratos establecidos con los clientes.

Es importante que los agricultores y productores apoyen y cuiden el turismo del país para que los extranjeros lleven buenas referencias de los frutos frescos de Costa Rica, mediante las ferias y actividades de facilitación al comercio local y rural.

Se recomienda a la Universidad Internacional de las Américas, mediante la carrera de Comercio Internacional continuar con esta investigación para generar más conocimiento acerca del mercado coreano y las posibilidades de Costa Rica para exportar variedad de frutos frescos

## Referencias

- Arias, J. P. (29 de enero de 2017). *crhoy*. Obtenido de noticias 24/7:  
<https://www.crhoy.com/economia/procomer-estudia-comercializacion-de-8-productos-incipientes/>
- Arias, J. P. (29 de enero de 2017). *CRHoy*. Obtenido de Noticias 24/7:  
<https://www.crhoy.com/economia/procomer-estudia-comercializacion-de-8-productos-incipientes/>
- Barquero, M. (18 de Noviembre de 2016). *Fruas, Cacao y Cafe son los productos con más potencial en mercado de Corea del Sur* . Obtenido de  
<https://www.nacion.com/economia/politica-economica/frutas-cafe-y-cacao-son-los-productos-con-mas-potencial-en-mercado-de-corea-del-sur/SZP3SNWGZZEIDPCZFEBZTO4MD4/story/>
- Barquero, M. (16 de Noviembre de 2016). *Periodico*. Obtenido de La Nacion :  
<https://www.nacion.com/economia/politica-economica/costa-rica-acuerda-tlc-con-corea-del-sur-y-logra-exclusiones-industriales/TRGYSEHKRJA3NPCQQS27X4DTZA/story/>
- Barquero, M. (16 de junio de 2017). *La Nación* . Obtenido de  
<https://www.nacion.com/economia/agro/ocho-productos-agricolas-se-erigen-con-alto-potencial-exportador/PPTTNSJXQ5BZLCSL5VXYS2K5EY/story/>
- Buchot, E. (15 de Junio de 2016). *Fotografias* . Obtenido de Agricultura en Asia :  
[http://www.voyagesphotosmanu.com/agricultura\\_asiatica.html](http://www.voyagesphotosmanu.com/agricultura_asiatica.html)
- Comex* . (21 de Febrero de 2018). Obtenido de [http://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2018/febrero/cp\\_2236-firma-de-tlc-entre-rep%C3%BAblicas-de-centroam%C3%A9rica-y-corea-es-acompa%C3%B1ado-con-primer-memorando-de-entendimiento-de-asistencia-t%C3%A9cnica-coreana-a-costa-rica-para-optimizar](http://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2018/febrero/cp_2236-firma-de-tlc-entre-rep%C3%BAblicas-de-centroam%C3%A9rica-y-corea-es-acompa%C3%B1ado-con-primer-memorando-de-entendimiento-de-asistencia-t%C3%A9cnica-coreana-a-costa-rica-para-optimizar)
- Cordero, M. (21 de Febrero de 2018). *Semanario Universidad* . Obtenido de  
<https://semanariouniversidad.com/pais/costa-rica-firmo-tlc-corea-del-sur/>
- Escuela de Negocios* . (25 de Enero de 16). Obtenido de  
<https://br.escueladenegociosydireccion.com/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>

*Guia de Mercadeo* . (2010). Obtenido de Corea Del Sur :

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichapais/84303237RADB568A.PDF>

Gutiérrez, T. (4 de febrero de 2017). *La Republica* . Obtenido de

<https://www.larepublica.net/noticia/agricolas-buscan-nuevos-mercados-para-sus-productos>

Hammond, M. (2018). *La Voz* . Obtenido de <https://pyme.lavoztx.com/4-tipos-de-intermediarios-de-la-comercializacin-6114.html>

Jimenez, A. T. (2016). Un acercamiento a Corea del Sur, el tigre asiatico. *Diversificando en Asia* , 6-79.

Lander, H. (2015). Exportaciones. *Logistica de exportacion a Corea del Sur* , 37.

Mora, A. (11 de octubre de 2016). *Procomer*. Obtenido de

<https://www.procomer.com/en/news/acercamiento-corea-del-sur>

Parra, C. M. (21 de febrero de 2018). *Semanario Universidad* . Obtenido de

<https://semanariouniversidad.com/pais/costa-rica-firmo-tlc-corea-del-sur/>

Parra, M. C. (21 de Febrero de 2018). *Seminrio Universidad* . Obtenido de

<https://semanariouniversidad.com/pais/costa-rica-firmo-tlc-corea-del-sur/>

*Procomer*. (2016). Obtenido de Los 50 principales productos de exportación :

[https://procomer.com/downloads/estudios/estudio\\_estadistico\\_2016/Capitulo3.pdf](https://procomer.com/downloads/estudios/estudio_estadistico_2016/Capitulo3.pdf)

Shujel. (11 de 08 de 2013). *Emprendedores*. Obtenido de [http://www.blog-](http://www.blog-emprendedor.info/que-hacer-para-exportar-un-producto/)

[emprendedor.info/que-hacer-para-exportar-un-producto/](http://www.blog-emprendedor.info/que-hacer-para-exportar-un-producto/)

### Apéndice A: Cuestionario

1. Considerando el nuevo Tratado de Libre Comercio entre Corea del Sur y Centroamérica, ¿cuáles serían los beneficios que Corea y Costa Rica tendrían en las exportaciones e importaciones?
2. ¿En que facilita el Tratado de Libre Comercio de Corea del Sur y Centroamérica con las exportaciones de Costa Rica?
3. ¿Cuáles son los riesgos de exportar productos perecederos a un destino que tiene varios días de transito como lo es a Corea del Sur?
4. ¿Cuál es el punto más importante en el procedimiento de exportación de productos perecederos y cuál es la parte de mayor complicación?
5. ¿Qué se debe considerar antes de contratar una naviera o consolidador de carga y agencia aduanal para realizar los trámites de exportación de productos perecederos?
6. ¿Considera que Costa Rica tendría un gran desarrollo económico al empezar con la exportación de productos agrícolas incipiente? (frutos no tradicionales: Maracuyá, Guanábana, Uchuva, etc.)
7. ¿Considera que Corea del Sur es una oportunidad de mercado para introducir productos pocos desarrollados en Costa Rica?
8. ¿Cuáles serían la mejor forma de ingresar productos agrícolas incipientes a Corea del Sur, por medio de fruta fresca o procesados, de forma directa o por medio de empresas ya establecidas en Corea del Sur?
9. ¿Cuál sería los puntos más importantes que se deben de tomar en cuenta ante una oportunidad de negociación para la comercialización de productos agrícolas en un mercado poco conocido y de gran desarrollo económico como Corea del Sur?
10. ¿Cuáles serían los beneficios de Corea del Sur al recibir productos agrícolas de Costa Rica?