

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS  
AMÉRICAS**

**VICERECTORÍA ACADÉMICA**

**CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**ANÁLISIS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN PARA  
LA EXPORTACIÓN DE SALSAS PICANTES AL MERCADO  
DE INGLATERRA DURANTE EL AÑO 2023**

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

**MARIA PAULA BARQUERO MORALES**

**TUTORA: YIRLANIA ARLEY JIMENEZ**

**SAN JOSÉ, MARZO, 2024**

## Tabla de contenido

Dedicatoria y Agradecimientos .....	5
Resumen Ejecutivo .....	6
CAPÍTULO I: PROBLEMA .....	8
Objetivos de la Investigación.....	10
Objetivo General.....	10
Objetivos Específicos .....	10
Justificación de la Investigación.....	11
Antecedentes de la Investigación.....	12
Tesis Internacionales .....	12
Tesis Nacionales .....	19
Proyecciones de la Investigación.....	29
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	31
Salsas Picantes .....	31
Salsas Picantes en Inglaterra.....	32
<i>Tipos de Salsas Picantes</i> .....	33
Alimentos.....	37
Cuidados de los Alimentos .....	38
Logística .....	39
Logística Internacional .....	40
<i>Logística de Distribución</i> .....	40
Procomer (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica) .....	45
Inscripción .....	45
Cadena de producción.....	46
Exportación.....	48

Almacenaje .....	50
Empaque .....	51
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	58
Enfoque de la Investigación.....	58
Cualitativo.....	58
Diseño de la Investigación .....	60
Fuentes de Información .....	60
Fuentes Primarias.....	60
Fuentes Secundarias.....	60
Muestra .....	61
Unidades de Análisis .....	62
Instrumentos Utilizados en la Investigación.....	63
Cuestionario.....	63
Entrevista .....	63
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos.....	64
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	66
Unidad de análisis 1: Demanda de Exportación.....	67
Categoría 1: Mercado .....	68
Categoría 2: Producción .....	71
Categoría 3: Cadena de suministros .....	73
Unidad de análisis 2: Logística de Exportación .....	75
Categoría 1: Instituciones .....	76
Categoría 2: Productividad .....	78
Categoría 3: Costos.....	81
Categoría 4: Estadísticas.....	83

Unidad de análisis 3: Optimización de la Cadena Logística .....	86
Categoría 1: Saldo comercial.....	86
Categoría 2: Asesoría.....	88
Categoría 3: Procesos de logística .....	90
Interpretación de Datos.....	93
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	97
Conclusiones de la Investigación.....	97
Recomendaciones .....	99
Referencia Bibliográficas .....	102
Apéndices .....	107
Apéndice 1 .....	107

## **Dedicatoria y Agradecimientos**

### **Dedicatoria**

La presente tesis está dedicada a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera; a mis padres Flor Morales Salas y Gilbert Barquero Villalobos, porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y consejos para hacer de mí una mejor persona y profesional; a mis hermanos y sobrinos por su especial compañía. Este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes, he logrado concluir con éxito un proyecto que en un principio parecía interminable.

### **Agradecimientos**

Principalmente, agradezco enormemente a mi tutora Yirlania Arley Jiménez, por apoyarme y guiarme en todo momento, por la paciencia y atención.

Además, quisiera agradecer a todos los profesores que tuve durante el proceso de la carrera.

Finalmente, doy las gracias a todas las personas que fueron participantes de este proceso de manera directa e indirecta y a mis amigos por hacer más amenas las clases.

## Resumen Ejecutivo

La exportación de salsas picantes al mercado de Inglaterra durante el año 2023 es un tema de gran relevancia e interés económico. Esta investigación se enfoca en analizar la cadena de producción de las salsas, con el objetivo de identificar los factores clave que influyen en su exportación y su desempeño en el mercado británico.

El estudio aborda diversos aspectos, comenzando por una revisión exhaustiva de la demanda y las tendencias del mercado de salsas picantes en Inglaterra, y destacando el crecimiento sostenido de este segmento y las preferencias del consumidor. Se examinan también las regulaciones y requisitos de importación en el mercado británico, así como las barreras comerciales y los desafíos logísticos que enfrentan los productores de salsas picantes al exportar a este país.

En cuanto a la cadena de producción, se analizan los procesos de cultivo, recolección, procesamiento, empaque y distribución de los ingredientes clave utilizados en la elaboración de salsas picantes, con especial atención en su calidad, trazabilidad y sostenibilidad. Se evalúa la eficiencia y la tecnología aplicada en cada etapa de la cadena, identificando oportunidades de mejora y optimización que puedan aumentar la competitividad de los productos en el mercado inglés.

Además, se examina el impacto de factores externos como el cambio climático, los precios de los insumos y la volatilidad del mercado, en la cadena de producción y en la rentabilidad de los exportadores. Se consideran también aspectos socioeconómicos, como las condiciones laborales de los trabajadores en la cadena de suministro y su influencia en la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Los hallazgos de este análisis proporcionan recomendaciones prácticas para los productores y exportadores de salsas picantes que deseen ingresar o expandir su presencia en el mercado de Inglaterra durante el año 2023. Se destacan estrategias para mejorar la eficiencia operativa, la calidad del producto, la gestión de riesgos y la diferenciación de

marca, con el fin de aprovechar las oportunidades de crecimiento y maximizar el éxito en este mercado competitivo y dinámico.

## **CAPÍTULO I: PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema de Investigación**

La exportación de salsas picantes al mercado de Inglaterra en el año 2023 se presenta como una oportunidad de negocio sumamente atractiva, debido a la creciente demanda de productos picantes en este país europeo. Por lo que este análisis de la cadena de producción se propone como una herramienta fundamental para comprender y optimizar todos los aspectos implicados en la producción y distribución de estas salsas hacia el mercado inglés.

En los últimos años, la gastronomía global ha ganado una relevancia sin precedentes en Inglaterra y las salsas picantes no son la excepción, ya que la diversidad de platos internacionales consumidos en el país ha creado una demanda sostenida de productos condimentados y picantes, lo que abre una ventana de oportunidad para los productores que deseen ingresar en este mercado.

La adaptación de las salsas picantes a los gustos y preferencias locales es una consideración esencial en este proceso. Por ejemplo, los consumidores ingleses tienen sus propias preferencias en cuanto a niveles de picante, sabores y usos culinarios, lo que requiere una cuidadosa adecuación de las recetas y procesos de producción para satisfacer sus expectativas.

La eficiencia operativa es otro aspecto crucial. Ahora bien, un análisis exhaustivo de la cadena de producción permitirá identificar posibles ineficiencias y cuellos de botella que podrían afectar la calidad del producto y aumentar los costos de producción; lo anterior con el fin de mantener una producción eficiente y así garantizar la competitividad en un mercado internacional.

Además, Inglaterra tiene regulaciones estrictas en cuanto a seguridad alimentaria y etiquetado. Por lo tanto, asegurar el cumplimiento de todas estas normativas es vital para evitar problemas legales y mantener la confianza de los consumidores locales. Esto hace que el análisis de la cadena de producción sea aún más relevante, ya que debe abordar todos estos aspectos de cumplimiento.

Por último, la sostenibilidad y la responsabilidad social son consideraciones cada vez más importantes en la industria alimentaria. Es importante llevar a cabo un análisis completo de la cadena de producción para identificar oportunidades que reduzcan el impacto ambiental y promuevan prácticas sostenibles, lo que no solo es beneficioso para el medio ambiente, sino que también puede mejorar la percepción de la marca y la lealtad del consumidor en el mercado inglés.

Seguidamente, en la presente investigación se formula la pregunta: ¿Cuál es la cadena de producción para la exportación de salsas picantes al mercado de Inglaterra durante el año 2023?

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo General**

Analizar la cadena de producción para la exportación de salsas picantes al mercado de Inglaterra durante el año 2023.

### **Objetivos Específicos**

Conocer el procedimiento de la cadena de producción y demanda para la exportación de salsas picantes.

Determinar la logística para la exportación y los costos para la llegada al mercado de Inglaterra en 2023.

Plantear la optimización de la cadena de exportación de las salsas picantes.

## **Justificación de la Investigación**

La justificación de este análisis radica en el creciente interés de los consumidores británicos por la comida picante y la diversificación de sus preferencias culinarias. Esto representa una oportunidad única para aprovechar un nicho de mercado en constante expansión.

Es crucial comprender y cumplir con los estándares y regulaciones de seguridad alimentaria británicos, ya que Inglaterra tiene normativas estrictas en cuanto a la producción y etiquetado de alimentos, lo que requiere una evaluación exhaustiva de la cadena de producción costarricense para asegurar que se cumple con todos los requisitos. Esto es esencial para evitar cualquier barrera comercial y garantizar la calidad de las salsas picantes.

El tema se basa en la necesidad de optimizar la eficiencia de la cadena de producción para reducir costos y maximizar la competitividad en el mercado británico. Dicho de otro modo, esto implica analizar cada etapa del proceso, desde la adquisición de materias primas hasta la distribución, con el objetivo de identificar posibles áreas de mejora y aumentar la rentabilidad.

El análisis de la cadena de producción es esencial para garantizar la consistencia en la calidad del producto. Si bien la reputación y la fidelidad de los consumidores británicos se construyen con base en la calidad del producto, mantener un control riguroso en todas las etapas de producción es fundamental para cimentar su confianza.

Lo anterior se apoya en la necesidad de adaptar el proceso de producción a las tendencias y preferencias del mercado inglés, esto incluye la evaluación de ingredientes locales y la posibilidad de desarrollar variedades exclusivas que puedan atraer a los consumidores del país destino.

Por último, el análisis de la cadena de producción es fundamental para establecer una estrategia de marketing efectiva en el mercado de Inglaterra. Con un conocimiento detallado sobre cómo se produce la salsa picante, se puede comunicar de manera convincente su origen, calidad y autenticidad, lo que representa un punto de venta importante en un mercado tan competitivo.

## Antecedentes de la Investigación

### Tesis Internacionales

La primera tesis internacional consultada es la de Martínez (2019) con el tema *Plan de negocio para la elaboración y exportación de salsa picante a base de tomate de árbol a Alemania*, la realiza para la Universidad de las Américas y opta por el grado académico de bachillerato.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar la viabilidad de un plan de negocio para la creación de una empresa productora y exportadora de ají de tomate hacia el país de Alemania, y los siguientes Objetivos Específicos: Analizar el entorno externo y la industria mediante los análisis de PEST y PORTER para conocer sobre las oportunidades y amenazas que pueden facilitar u obstaculizar en la introducción al mercado alemán, Determinar la oportunidad de negocio encontrada, Evaluar financieramente el plan de negocio para conocer su capacidad económica y rentabilidad a mediano y largo plazo.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: dos entrevistas a expertos, también como a clientes, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que se concluye que el plan de negocios de exportación de salsa picante a base de tomate de árbol a Alemania resulta rentable, generando utilidades positivas, aceptación del producto en el mercado gracias a sus características y oportunidades presentes en la industria analizada. Para lo anterior, se recomienda la constitución de la empresa como compañía limitada, planteando objetivos a corto y largo plazo que permiten un crecimiento sólido en cada uno de los procesos del proyecto.

La segunda tesis internacional consultada es la de Bayona, P., Jesús, D., Clavijo, T., & Lizbet, J. (2018) con el tema *Internacionalización de salsas gourmet naturales a Estados*

*unidos: Caso de Sabores Ayni*, la realiza para la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Formular un plan de internacionalización para la comercialización de salsas Gourmet Naturales, y los siguientes Objetivos Específicos: Analiza las características del producto y la demanda del mercado mundial de Salsas Gourmet, Analizar las características del mercado americano y determinar su distribución física, Definir el mercado meta americano y formular el planeamiento estratégico.

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

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, con la elaboración del plan de internacionalización, se logró identificar gustos y preferencias del mercado meta esperado, llegando de esta manera a un perfil específico del consumidor de Estados Unidos, siendo calidad, sabor e innovación los factores más relevantes. El plan estratégico tiene el propósito de alcanzar una ventaja competitiva y diferenciada en la comercialización y exportación de salsas gourmet naturales a corto y mediano plazo hacia el exterior. Se elaboró un análisis FODA y se formularon estrategias según el producto y mercado meta. Para lo anterior, se recomienda que la empresa cree nuevas alianzas en el mercado americano, enfocándose en el rubro de alimentos naturales, mediante la asociación con distribuidores, *broker* e importadores directos ya establecidos y reconocidos en EE. UU, con la finalidad de promover, promocionar y vender el producto en varios puntos de venta y de diversas maneras (*e-commerce* o venta directa).

La tercera tesis internacional consultada es la de Cedillo (2022) con el tema *Proyecto de internacionalización para la exportación de salsa picante con mango al mercado de Alemania*, la realiza para la Universidad Casa Grande y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Determinar la factibilidad de la exportación de salsa picante con mango al mercado alemán en el año 2022, con aceptación positiva presentando nuevas tendencias de consumo alimenticios, productos saludables y atracción gastronómica, y los siguientes Objetivos Específicos: Analizar la oferta y demanda en el mercado alemán, Evaluar las características del consumidor alemán de salsa picante, Diseñar un plan de negocio, marketing internacional e innovación para interés de consumidores.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: en las investigaciones para los países tanto importador como exportador, se realizará análisis de fuentes secundarias a partir de revisión bibliográfica, bases de datos, sitios web, publicaciones de los últimos periodos con información que permite al investigador a comprender mejor el mercado, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, para concluir con las estrategias que se han planteado a lo largo de este proyecto, existe una propuesta viable que se ha relacionado con diferentes tácticas para el ámbito empresarial y para el reconocimiento de un producto con la introducción y participación en un mercado extranjero. Para lo anterior, se recomienda que la materia prima principal es la preparación de sus salsas picantes, que permite que los costos sean bajos en relación con otras salsas picantes y conocer mejor una fruta exótica como lo es el mango.

La cuarta tesis internacional consultada es la de Sánchez (2020) con el tema *Estudio de mercado para la comercialización internacional de salsas y mermeladas de frutas como proyecto de emprendimiento para el año 2020*, la realiza para la Universidad del Valle y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Identificar un mercado internacional y sus condiciones de acceso para salsas y aderezos desde Colombia, y los siguientes Objetivos Específicos: Identificar los países con mayor potencial para

exportar salsas y aderezos desde Colombia, Determinar las condiciones de acceso al país con mayor potencial, Formular las estrategias de ingreso al país potencial con mayor potencial.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: se tomará información disponible acerca de los procesos de exportación en Colombia y la normatividad que rige estos, para aplicarla al estudio propuesto, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, después de buscar y aplicar una metodología de preselección de mercados internacionales, se determinó que Perú es un mercado potencial para iniciar un proceso de comercialización en una empresa, ya que cuenta con diversas ventajas como tratados y un costo competitivo en logística. Esta información sirve como punto de partida para iniciar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa dedicada a esta actividad económica. Para lo anterior, se recomienda ejecutar pruebas de mercado, como muestras a consumidores, con el objetivo de determinar la percepción del producto en la población objetivo y segmentada; esto brinda una información valiosa al momento de colocar el producto disponible ya que esto determinaría las posibles adaptaciones necesarias para el producto entre al mercado.

La quinta tesis internacional consultada es la de Buenrostro (2020) con el tema *Evaluación de la rentabilidad del plan de exportación de salsa de Habanero con Mango deshidratada hacia Los Ángeles, Estados Unidos*, la realiza para la Universidad Autónoma del Estado de México y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar el plan de exportación de salsa habanero con mango deshidratado a Los Ángeles, Estados Unidos, para definir su posibilidad de inversión, exportación y rentabilidad del proyecto, y los siguientes Objetivos Específicos: Analizar el mercado de Los Ángeles, Estados Unidos, para determinarlo como mercado meta, ubicar la posible demanda a satisfacer, así como establecer una estrategia para ingresar al mercado, Establecer las necesidades de la producción de la salsa, Planear una buena logística para la exportación, empleando los mínimos medios humanos y materiales para incrementar la rentabilidad de la empresa.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: se utilizarán encuesta vía internet para la adquisición de información mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se podrá conocer la opinión o valoración de la muestra seleccionada, analizando los datos mediante la elaboración de gráficas para saber si el producto es demandado en el país destino, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que se planteó una buena logística para la exportación, empleando los mínimos medios humanos y materiales para incrementar la rentabilidad de la empresa. Con la logística se generará una herramienta eficaz y eficiente para impulsar a la empresa y que pueda ser más competitiva en todos sus ámbitos, como en los inventarios, almacén y transporte para la empresa, lo cual dará una ventaja competitiva. Se observó que el T-MEC, en cuestión de alimentos, continúa trabajando con el esquema del NAFTA, los cuales ya están desgravados, pero que pueden ser frenados por las medidas sanitarias y fitosanitarias. La diferencia radica en tener ahora la información disponible para toda la población. Para lo anterior, se recomienda la inversión, debido a que se ofrece un producto que es innovador, de alta calidad y libre de conservadores, el cual va a facilitar el consumo y la transportación de la salsa para su fácil consumo, siendo aceptado por el segmento al que va dirigido y así crecer de forma que aumente el consumo de la salsa.

El periodo de recuperación de la inversión es muy favorable, pues consta de dos años, por lo que es una buena opción para lanzar el producto al mercado y, posteriormente, ampliar el segmento, es decir, buscar otros posibles consumidores de salsa deshidratada.

La sexta tesis internacional consultada es la de Mendoza (2020) con el tema *Exportación de salsa de ají mocho hacia el mercado de New York – Estados Unidos*, la realiza para la Facultad de Administrativas y Recursos Humanos y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Identificar la viabilidad y rentabilidad de desarrollar un plan de negocio para la exportación de Salsa de Ají mocho hacia el mercado de Estados Unidos, y los siguientes Objetivos Específicos:

Determinar el precio de exportación, plaza, promoción y presentación más adecuada para el producto, Analizar la situación y demanda internacional del producto para determinar la aceptación que tendrá el producto en el mercado, Identificar oportunidades de alianzas estratégicas importantes con comercializadoras y otros agentes claves en el mercado de destino.

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

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que se gestionará de manera óptima el proceso de la cadena logística, asegurando la oferta exportable, ya que se realizó una selección correcta de los proveedores (materia prima, maquila, operador logístico) involucrados en este proceso. Para lo anterior, se recomienda que, pasados un par de años de las actividades operativas, se decida por ingresar ya con una marca propia en el extranjero; mientras tanto, puede evaluarse la posibilidad de vender el producto a nivel local, de tal manera que no solo se pueda fidelizar el producto en sí con el cliente, sino también la marca.

La séptima tesis internacional consultada es la de Lozano (2019) con el tema *Prefactibilidad de salsa picante a base de chile habanero para Indega S.A., San Pedro Sula*, la realiza para la Universidad Tecnológica Centroamericana y opta por el grado académico de Máster.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Evaluar la factibilidad de la elaboración y comercialización de una salsa picante a base de chile habanero en San Pedro Sula, 2019, y los siguientes Objetivos Específicos: Determinar el tamaño de la demanda y patrones de consumo de una salsa picante a base de chile habanero en San Pedro Sula, 2019, Especificar ubicación, mobiliarios, equipo y materias primas para la elaboración de una salsa picante a base de chile habanero en San Pedro Sula, 2019, Calcular la inversión inicial, punto de equilibrio y la tasa interna de retorno de la elaboración de una salsa picante a base de chile habanero en San Pedro Sula, 2019.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: el método a implementar es el del estudio de caso a una muestra dirigida por medio de entrevistas, estas se realizaron a expertos con los conocimientos técnicos en preservación y elaboración de alimentos, en nutrición, asesoramientos en los procesos de fabricación evitando posibles cuellos de botella, así mismo para los equipos, materiales, personal a necesitar, entre otros, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, de acuerdo con el estudio financiero, se logró concluir la factibilidad del proyecto, ya que la tasa interna de retorno es mayor que el costo de capital. De igual forma, se presentaron escenarios pesimistas y optimistas con el fin de poder determinar las oportunidades y puntos de mejora del proyecto. Para lo anterior, según el estudio de mercado, se recomienda a INDEGA la creación de una campaña para promoción de marca, ya que existe un 40% de la población que consume salsa picante que nunca ha consumido una a base de chile cabro, siendo esta una de las salsas picantes con más sabor.

La octava tesis internacional consultada es la de Conforme (2019) con el tema *Efecto del tiempo de escaldado y fajilla termo formable sobre el pardeamiento de salsa picante del tomate de árbol*, la realiza para la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López y opta por el grado académico de maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Evaluar el efecto del tiempo de escaldado y fajilla termo formable sobre el pardeamiento de salsa picante del tomate de árbol (*Cyphomandra betacea cav*) elaborada en PROVEAGRO S.A, y los siguientes Objetivos Específicos: Determinar el tiempo para el control del escaldado de la salsa picante con tomate de árbol, Determinar la influencia del cubrimiento con fajilla termo formable en la despigmentación de los carotenos de la salsa picante con tomate de árbol, Establecer el grado de aceptabilidad organoléptica de la salsa picante de tomate de árbol.

La metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: en las instalaciones de la industria PROVEAGRO S.A, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la salsa picante T5 (4 minutos de escaldado y cubrimiento con fajilla termo formable) fue la que presentó mayor grado de aceptabilidad por parte de los panelistas no entrenados con los atributos organolépticos evaluados, mientras que T1 (2 minutos de escaldado y con cubrimiento con fajilla termo formable) fue la que reportó menor grado de aceptabilidad. Para lo anterior se recomienda determinar la degradación de los betacarotenos en productos que tengan como base pulpa de tomate de árbol, antes, durante y después del estudio.

### **Tesis Nacionales**

La primera tesis nacional consultada es la de Navarro, Rodríguez y Zamora (2019) con el tema *La internacionalización de los productos de la asociación de productores agroindustriales de la zona sur del Reventazón*, la realiza para la Universidad Nacional de Costa Rica y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Elaborar un plan estratégico de internacionalización para Aproasur utilizando como mecanismo la exportación, y los siguientes Objetivos Específicos: Estudiar aquellas teorías y conceptos que fundamenten la internacionalización empresarial, Diagnosticar la situación actual de la empresa, así como todos los elementos relacionados con el sujeto de estudio, Identificar el conjunto de factores que inciden en el proceso legal y logístico de la internacionalización de Aproasur.

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

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que se logra constatar que actualmente existe un amplio marco de internacionalización, que va desde los tratados o acuerdos comerciales hasta los foros e instituciones que buscan fomentar la internacionalización empresarial, de manera que se puede acoplar el mecanismo que más se adapte al tipo de empresa que se tiene. Es justamente esta atmósfera favorable para la internacionalización la que Aproasur está aprovechando para iniciar su proceso de expansión, un ejemplo de esto fue la participación en la XVIII edición del Buyers Trade Mission de la Promotora de Comercio Exterior, donde logró identificar posibles socios comerciales.

Para lo anterior se recomienda la factibilidad de tratar de aumentar la producción de la salsa caribeña, se sabe que esto está sujeto a la aceptación del producto en suelo español, pero sí resulta importante aumentar la escala de producción para compensar las futuras inversiones que se deberán realizar e incrementar las utilidades de la empresa. Al mismo tiempo, si la empresa plantea la posibilidad de exportar otros productos a España o a otro destino, debe tomarse en consideración que debería ser un producto con valor agregado. Las exportaciones de bienes con valor agregado tienen ventaja sobre los productos que no tienen procedimientos extra, lo que les otorga un mayor valor comercial y, además, ayuda en la rigurosa competencia internacional.

La segunda tesis nacional consultada es la de Castro (2018) con el tema *Internacionalización de PyMEs costarricenses del Sector Alimentario: Análisis de recursos necesarios para el logro de la internacionalización y factores claves para el éxito en el primer cuatrimestre del año 2018*, la realiza para la Universidad Latina de Costa Rica y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Indagar sobre los recursos y herramientas que disponen las PyMEs costarricenses del sector alimenticio, a fin de lograr internacionalizarse, y los siguientes Objetivos Específicos: Determinar los recursos disponibles para que PyMEs involucradas en el sector alimentario se internacionalicen exitosamente, Identificar los elementos que influyen en el proceso de internacionalización de una PyME, Categorizar los sectores alimenticios de las PyMEs en Costa Rica, que desean exportar.

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

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, cuando se habla de recursos en este objetivo específico, lo que se debe entender es que son las herramientas y servicios con los que cuentan las pymes para internacionalizarse. Estos se pueden reflejar en las instituciones como Procomer, Cámara de Exportadores y COMEX, sin mencionar múltiples ferias y convenciones que se llevan a cabo dentro y fuera del país con el objetivo de exponer internacionalmente la gama de productos y servicios generados en Costa Rica, impulsando a su vez a pequeños productores y su competitividad.

Para lo anterior se recomienda acudir a las instituciones gubernamentales como Procomer, con el fin de obtener orientación en el proceso de internacionalización. Esta institución facilita la información necesaria para las diferentes gestiones de comercio exterior, así como también puede proveer estudios de los mercados de países extranjeros dependiendo de cuál sea la necesidad del empresario, estos son útiles para una toma de decisiones informada, minimizando así el riesgo inherente que existe a la hora de internacionalizar operaciones y disminuyendo, por ende, el factor *Liability of Foreignness*.

La tercera tesis nacional consultada es la de Gutiérrez (2018) con el tema *Analizar las estrategias de internacionalización que requieren las PYMES del sector alimenticio del área metropolitana costarricense para ingresar al mercado del CARICOM para el primer cuatrimestre del año 2018*, la realiza para la Universidad Latina de Costa Rica y opta por el grado académico de licenciatura.

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

Establecer los beneficios que pueden tener las PYMES al internacionalizar sus productos en los países que conforman el CARICOM.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: un estudio con el fin de verificar qué tan factible es el camino para las PYMES en cuanto a temas de exportación, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que, actualmente, las pymes no se encuentran en su mejor situación para empezar a internacionalizar sus productos, esto por distintas razones; una de ellas es que no cuentan con la capacidad suficiente de producción, además, no todas llevan un control adecuado sobre sus productos; tienen poco tiempo de haber incursionado en el mercado nacional, en su mayoría, y sus ventas se concentran en el área metropolitana. Además, el mayor porcentaje de estas empresas no están interesadas en internacionalizar, ya sea por falta de conocimiento del proceso o simplemente están enfocadas en el mercado nacional. Para lo anterior, se recomienda a las pymes capacitarse e informarse sobre temas relacionados con exportación e importación, a fin de que e eduquen y se muestren interesadas en conocer todos los procesos que conlleva exportar o importar, para, en un futuro, expandirse a nuevos mercados.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Quirós (2018) con el tema *Elaboración de un plan de exportación de yuca hacia un potencial mercado identificable*, la realiza para la Universidad Latina de Costa Rica y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Diseñar un plan de exportación de yuca, para la finca La Chila, que considere estrategias de internacionalización, para obtener rentabilidad de la producción de sus cosechas, para el II cuatrimestre, 2018, y los siguientes Objetivos Específicos: Identificar las condiciones de producción con que cuenta la finca, Estudiar el entorno global en el cual participaría La Chila, considerando sus variables de microempresa, Determinar los posibles costos de internacionalización

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: el histórico comercial entre Costa Rica y su entorno a lo largo de algunos años, montos comercializados entre importaciones y exportaciones del bien agrícola objeto de interés, el monto de participación en la exportación del bien agrícola yuca, hacia los diferentes países del mundo, que permita conceptualizar los retos que enfrentará el exportador, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que no existe ninguna facilidad adicional para las microempresas, en comparación con las grandes empresas, en tema de gestión o tramitología de permisos ante las debidas instituciones. Para lo anterior, se recomienda al SFE, ente del Estado, revisar sus procedimientos actuales de tramitología de notas técnicas y considerar una opción de simplificación de estos para las microempresas, pues estas organizaciones son más vulnerables al fracaso empresarial e, igual que las grandes compañías, aportan al

La quinta tesis nacional consultada es la de Miranda, Saborío (2019) con el tema *Estudio de la efectividad de las estrategias de inserción para la exportación hacia Estados Unidos de plantas, flores y follajes utilizadas por la empresa follajes telón sociedad anónima en el marco del tratado de libre comercio entre República Dominicana - Centroamérica y Estados Unidos (dr-cafta) durante el periodo 2014 - 2017*, la realiza para la Universidad Técnica Nacional y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Estudiar la efectividad de las estrategias de inserción utilizadas por la empresa Follajes Telón Sociedad Anónima hacia Estados Unidos en el marco del Tratado de Libre Comercio entre la República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos (DR - CAFTA) durante el periodo 2014 – 2017., y los siguientes Objetivos Específicos: Identificar los tipos de especies de plantas, flores y follajes consideradas por la empresa Follajes Telón Sociedad Anónima para exportar hacia Estados Unidos en el marco del Tratado de Libre Comercio entre la República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos (DR - CAFTA) durante el periodo 2014 – 2017, Determinar la duración del proceso logístico por el cual debe transcurrir la empresa Follajes Telón Sociedad Anónima para exportar hacia Estados Unidos en el marco del Tratado de Libre Comercio entre la República Dominicana, Centroamérica y los Estados

Unidos (DR - CAFTA) durante el periodo 2014 – 2017, Analizar las estrategias de comercialización utilizadas por la empresa Follajes Telón Sociedad Anónima para exportar hacia Estados Unidos en el marco del Tratado de Libre Comercio entre la República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos (DR - CAFTA) durante el periodo 2014 – 2017.

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

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que existe poco apoyo entre las compañías dedicadas a la producción de plantas, flores y follajes como lo es el caso de Follajes Telón S.A. Para lo anterior, con respecto a los efectos económicos que acarrearán las estrategias de inserción utilizadas por la empresa Follajes Telón Sociedad Anónima hacia Estados Unidos, se recomienda a la empresa continuar con su proceso de obtención de la norma y certificaciones respectivas, las cuales permitirán a la compañía crear valor en comparación con aquellas empresas que no la posean.

La sexta tesis nacional consultada es la de Casasola, Acevedo, Rodriguez (2020) con el tema *Evaluación del OEA en empresas importadoras y exportadoras dentro del Marco Normativo SAFE, tomando como caso de estudio la aplicación en Costa Rica*, la realiza para la Universidad de Costa Rica y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Analizar la figura del OEA en Costa Rica, en aplicación del Marco Normativo SAFE, en la modalidad de importación y exportación, mediante una comparación con empresas no certificadas, con la finalidad de identificar beneficios tangibles, y los siguientes Objetivos Específicos: Conocer la figura del OEA, bajo la aplicación del Marco Normativo SAFE, para las modalidades de importación y exportación, así como las perspectivas teóricas de las propuestas en Costa Rica, Describir los requisitos y obligaciones con que deben cumplir los importadores y exportadores, que deseen optar por la certificación OEA, según la normativa vigente, en búsqueda de criterios que puedan generar recomendaciones para simplificar estos procesos y

a su vez, aumentar la cantidad de empresas certificadas en Costa Rica, Diagnosticar las ventajas competitivas de empresas exportadoras e importadoras certificadas como OEA, mediante una comparación con aquellas empresas exportadoras e importadoras que no cuenten con dicha certificación, para evaluar la existencia de beneficios tangibles.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: se realiza un análisis de la situación actual sobre la certificación OEA en Costa Rica. También se examina el desempeño de la autoridad aduanera, para desarrollar adecuadamente el OEA, y, por otra parte, analizar la participación de las empresas importadoras y exportadoras, que pueden optar por dicha certificación, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que los beneficios tangibles detectados a lo largo del proceso de certificación no son, en su mayoría, atractivos para las empresas importadoras y exportadoras, debido a que una de las mayores situaciones planteadas por las compañías es la aplicación de criterios subjetivos por parte de funcionarios, quienes alegan sobrecargo de trabajos y verificaciones en diferentes depósitos aduaneros, lo que limita un accionar eficiente.

Para lo anterior se recomienda ampliar la capacidad de las aduanas en cuanto a capacitación del personal sobre temas del OEA, ya que las agencias aduanales, como representantes de aduanas de las empresas importadoras y exportadoras en el país, manifiestan que el servicio especializado de la certificación, mediante el Ejecutivo PROFAC, no se aprovecha por falta de conocimiento de los funcionarios aforadores, encargados de la aplicación de los controles inmediatos. La inversión en infraestructura y capital humano es necesaria, para una mejor atención de las empresas certificadas, así como para motivar a aquellas empresas que no están certificadas para que lo hagan y disfruten de los beneficios descritos en el Decreto N.º 38998-H.

La séptima tesis nacional consultada es la de Zou (2021) con el tema *Logística de importación de la empresa Zou Mo Inversiones S.A.: propuesta de mejora*, la realiza para la Universidad de Costa Rica y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Generar una propuesta de mejora al proceso de importación de rollos de papel para cajas registradoras desde China hacia Costa Rica, para la empresa Zou Mo Inversiones S.A., y los siguientes Objetivos Específicos: Describir la historia y el proceso de importación de rollos de papel para cajas registradoras de la empresa Zou Mo Inversiones S.A., Conocer la producción, demanda, e importaciones de los rollos de papel para cajas registradoras en Costa Rica, Analizar la logística y normativa nacional e internacional aplicables a la importación de rollos de papel para cajas registradoras en Costa Rica y las opciones de mejora.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas, análisis documental, análisis estadísticos, revisión de la literatura, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que se presenta una propuesta de mejora al proceso de importación de una forma integral, ya que no solo contiene acciones del despacho de importación en sí, propiamente, sino que abarca también etapas tempranas, cuando una empresa toma la decisión de importar, hasta el final del proceso, cuando el producto es entregado al cliente y se lleva registro posterior a esta venta. Si bien dicha propuesta está adecuada para Zou Mo Inversiones, los pasos de dicha propuesta se pueden aplicar para toda aquella empresa que desee importar desde China a Costa Rica.

Para lo anterior, se recomienda aplicar la totalidad de las mejoras propuestas para su proceso de importación. Esto incluye desde etapas tempranas de análisis y valoración de la decisión de importar, hasta acciones posteriores al despacho aduanero de importación. A pesar de que la empresa ha realizado importaciones pasadas, el retomar un negocio tras haber transcurrido varios años es como empezar desde cero, puesto que las condiciones del mercado actual ya no son las mismas que las de años pasados; por eso necesita aplicar todas las mejoras propuestas.

La octava tesis nacional consultada es la de Salazar (2020) con el tema *Propuesta de mejoramiento al Régimen Aduanero de Exportación Temporal para el Perfeccionamiento*

*Pasivo en la Universidad de Costa Rica*, la realiza para la Universidad de Costa Rica y opta por el grado académico de licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente Objetivo General: Generar una propuesta de mejoramiento al Régimen Aduanero de Exportación Temporal para el Perfeccionamiento Pasivo en la Universidad de Costa Rica, y los siguientes Objetivos Específicos: Describir el entorno internacional del Régimen Aduanero de Exportación Temporal para el Perfeccionamiento Pasivo y las perspectivas teóricas de las propuestas de mejoramiento, Conocer el plan estratégico de la Unidad de Importaciones de la Universidad de Costa Rica, su historia, proceso y normativa del Régimen Aduanero de Exportación Temporal para el Perfeccionamiento Pasivo, así como el modelo y buenas prácticas de una universidad, sea nacional o en el exterior, Analizar el proceso que aplica la Universidad de Costa Rica en el Régimen Aduanero de Exportación Temporal para el Perfeccionamiento Pasivo, identificando las posibles áreas de mejora comparadas, utilizando el modelo por seguir.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: se realizan entrevistas a diferentes actores dentro de la Universidad, principalmente a las Unidades Usuarias a fin de determinar sus necesidades específicas y particulares de las Unidades para la creación de una propuesta de mejora que sea integral, procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la Unidad de Importaciones de la Universidad de Costa Rica carece de un procedimiento y plantilla de requisitos para las unidades usuarias solicitantes respecto a las exportaciones temporales para el perfeccionamiento pasivo. Se espera que conforme la comunidad universitaria (administrativos e investigadores) vaya conociendo la existencia del procedimiento propuesto y la Unidad de Importaciones consolide este procedimiento, se logren estandarizar esfuerzos y procesos para obtener mejores resultantes en cuanto a eficiencia administrativa. Para lo anterior, se recomienda a la Universidad de Costa Rica publicar el instructivo que contiene la plantilla de requisitos que deben cumplir las unidades usuarias solicitantes de la exportación temporal para el

perfeccionamiento de mercancías, así como el procedimiento propuesto a la Unidad de Importaciones de la Oficina de Suministros.

## **Proyecciones de la Investigación**

Se llevará a cabo una investigación exhaustiva de la cadena de producción en la industria de las salsas picantes, con un enfoque particular en su preparación y optimización para la exportación. Durante el desarrollo de este proyecto, se utilizarán métodos como la revisión de información, la recopilación y análisis de datos de la industria, la evaluación de las prácticas de producción y la consideración de las tendencias globales del mercado. A través de esta investigación, se pretende identificar desafíos críticos y oportunidades clave en la cadena de producción de salsas picantes, con el objetivo de proporcionar recomendaciones fundamentales que impulsen la eficiencia y competitividad de las empresas que buscan expandirse en el mercado internacional.

El propósito fundamental es llevar a cabo una investigación en el ámbito de la logística para la exportación, con un enfoque en la identificación, análisis y optimización de los procesos logísticos involucrados en la exportación de productos. A lo largo de este proyecto, se abarcarán diversas etapas, incluyendo la revisión de la información especializada, la recopilación de datos de empresas exportadoras, el análisis de cadenas de suministro, y la consideración de las regulaciones y tendencias actuales en el comercio internacional. El objetivo final es identificar obstáculos y oportunidades críticas en la logística de exportación, y proporcionar recomendaciones fundamentales para mejorar la eficiencia y competitividad de las operaciones de exportación.

Se llevará a cabo un análisis detallado de los costos asociados a la entrada al mercado de Inglaterra en el año 2023, con el objetivo principal de proporcionar una comprensión detallada de los elementos financieros involucrados en la expansión de negocios en este mercado específico. A lo largo de este proyecto, se implementarán diversas fases, incluyendo la recopilación y análisis de datos relacionados con costos de logística, aranceles, regulaciones aduaneras, costos de marketing y distribución, entre otros. Se explorarán las tendencias económicas y comerciales actuales, y se evaluará la viabilidad financiera de la entrada al mercado inglés en el año 2023. El resultado final será una visión completa de los costos y desafíos económicos que enfrentan las empresas que buscan establecerse en

Inglaterra en este período, con el propósito de brindar información esencial a empresarios, inversores y tomadores de decisiones que consideran esta estrategia de expansión.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### Salsas Picantes

Según Smith John (2005), las salsas picantes han sido un elemento fundamental en la cocina de diversas culturas alrededor del mundo, por ende, su historia es tan rica y variada como los sabores que existen. Desde los antiguos pueblos mesoamericanos hasta los rincones más remotos de Asia, las salsas picantes han desempeñado un papel destacado en la gastronomía y la cultura.

En el antiguo México, hace miles de años, los aztecas y otros pueblos mesoamericanos cultivaban y consumían una amplia variedad de chiles, que formaban la base de muchas de sus comidas. Ellos utilizaban métodos rudimentarios para moler los chiles y crear pastas picantes que se servían junto con alimentos básicos como maíz y frijoles. Estas salsas no solo proporcionaban sabor, sino que también tenían propiedades conservantes que ayudaban a preservar los alimentos en climas cálidos.

Con la llegada de los conquistadores españoles a América en el siglo XVI, los chiles y las salsas picantes se difundieron por todo el mundo, llevando consigo una explosión de sabores nuevos y emocionantes. Los españoles adoptaron rápidamente el chile en su propia cocina y pronto se convirtió en un ingrediente clave en platos como la salsa española y el mojo picón.

En el continente asiático, especialmente en países como Tailandia, India y China, las salsas picantes han sido una parte integral de la cocina durante siglos. En Tailandia, la salsa de pescado fermentado se combina con chiles, ajo y lima para crear la famosa salsa picante tailandesa, mientras que en la India se utilizan una variedad de chutneys y salsas a base de chiles, hierbas y especias para realzar el sabor de los platos.

En la cocina estadounidense, la salsa picante ha experimentado un renacimiento en los últimos años, con una proliferación de marcas artesanales y restaurantes especializados en todo el país. Este producto se ha convertido en un elemento básico en la cocina de muchos estadounidenses y su popularidad continúa creciendo a medida que los consumidores buscan sabores más audaces y picantes.

Actualmente, las salsas picantes vienen en una amplia variedad de estilos y sabores, desde las suaves y afrutadas hasta las intensamente picantes; se utilizan para realzar el sabor de una amplia gama de platos, desde tacos y pizzas hasta sopas y ensaladas. Ya sea que se prefiera un toque sutil de calor o una explosión de fuego en la boca, hay una salsa picante para satisfacer todos los gustos y paladares.

### **Salsas Picantes en Inglaterra**

Según Brown, David (2015), en Inglaterra el amor por las salsas picantes ha experimentado un notable crecimiento en las últimas décadas y su presencia en la cocina británica se ha vuelto cada vez más prominente. Aunque históricamente no se ha asociado a Inglaterra con la cultura de las salsas picantes, su popularidad ha ido en aumento gracias a una combinación de factores, incluyendo la influencia multicultural, la exploración gastronómica y la creciente demanda de sabores más audaces.

El impacto de las salsas picantes en Inglaterra se puede rastrear hasta los siglos pasados, cuando el comercio colonial y los intercambios culturales llevaron ingredientes exóticos de todo el mundo a las costas británicas. Es probable que los británicos hayan experimentado con sabores picantes desde entonces, pero no fue hasta tiempos más recientes que las salsas picantes se popularizaron de manera significativa.

Una de las contribuciones más notables a la popularidad de las salsas picantes en Inglaterra ha sido la influencia de la cocina india. Con la llegada de la inmigración india en el siglo XX, platos como el curry se convirtieron en parte del paisaje culinario británico. Las salsas picantes, como el chutney de mango, la salsa de tamarindo y diversas mezclas de especias picantes, se incorporaron gradualmente a la dieta británica, despertando el interés por los sabores intensos y picantes.

Además, la creciente tendencia hacia una cultura gastronómica más aventurera y globalizada ha llevado a un mayor interés en las salsas picantes en Inglaterra. Los programas de televisión sobre cocina, los festivales gastronómicos y la disponibilidad de una amplia gama de productos importados han contribuido a la difusión de la cultura de las salsas picantes en todo el país.

En estos tiempos, es perfectamente viable encontrar una amplia variedad de salsas picantes en supermercados, tiendas especializadas e incluso en restaurantes de todo el Reino Unido. Marcas británicas y extranjeras ofrecen una variedad de opciones, desde las más suaves y afrutadas hasta las más audazmente picantes, lo que permite a los consumidores explorar y experimentar con una amplia gama de sabores.

### ***Tipos de Salsas Picantes***

En Inglaterra se podrían encontrar una variedad de salsas picantes reconocidas, algunas de las cuales son importadas de otros países y otras son producidas localmente para satisfacer el creciente gusto por los sabores picantes. Según El País (2017), estos serían algunos tipos de salsas picantes que son populares y ampliamente reconocidos en Inglaterra:

- Salsa de chile inglés: Aunque tradicionalmente no se asocia a Inglaterra con el picante, hay una creciente producción de salsas picantes en el país. Muchas de estas salsas están inspiradas en recetas tradicionales inglesas, pero con un toque picante, utilizando ingredientes como chiles cultivados localmente, vinagre y especias.
- Salsa de curry: Dado el amor del Reino Unido por la cocina india, las salsas de curry son muy populares. Estas salsas varían en nivel de picante y en sabores, desde los curry más suaves hasta los más picantes como el *vindaloo*.
- Salsa de chile tailandés: La cocina tailandesa ha ganado popularidad en Inglaterra en las últimas décadas, y con ella, las salsas picantes tailandesas. La salsa *sriracha*, por ejemplo, se ha convertido en un elemento básico en muchas cocinas británicas.
- Salsa de chile mexicano: La influencia de la cocina mexicana también ha dejado su marca en Inglaterra, con una variedad de salsas picantes mexicanas disponibles en el mercado. Desde la salsa verde hasta la salsa roja, las elaboradas a base de chiles son apreciadas por su sabor y su nivel de picante.

- Salsa picante caribeña: La cocina caribeña también ha encontrado su lugar en Inglaterra, y con ella, las salsas picantes caribeñas. Estas salsas suelen ser muy picantes y están hechas con una variedad de chiles y especias, como la salsa de Scotch Bonnet.
- Salsa de chile asiático: Además de las salsas tailandesas mencionadas anteriormente, otras variedades asiáticas como la salsa de chile coreana (*gochujang*) y la salsa de chile chino también son populares en Inglaterra, añadiendo una dimensión única de sabor picante a muchos platos.

### ***Niveles de Picantes***

Vida Picante (2023) indica que los niveles de picante se suelen clasificar utilizando diferentes escalas, siendo una de las más conocidas la Escala de Scoville. Esta mide el contenido de capsaicina en una sustancia, la cual es el compuesto químico responsable del picante en los chiles y otras especias. A continuación, una descripción general de los niveles de picante basados en la Escala de Scoville:

- Bajo (0-2,500 unidades Scoville): Estos son los chiles y salsas picantes más suaves. Suelen ser tolerables para la mayoría de las personas y pueden proporcionar un ligero toque de calor sin ser abrumadores. Ejemplos incluyen el pimienta bell, el chile jalapeño y algunas variedades de salsa picante suave.
- Medio (2,500-30,000 unidades Scoville): En esta categoría se encuentran los chiles y salsas con un nivel de picante moderado. Son un poco más intensos que los picantes bajos, pero aún son manejables para la mayoría de las personas. Ejemplos incluyen el chile serrano, el chile de árbol y algunas salsas picantes de nivel medio.
- Alto (30,000-100,000 unidades Scoville): Estos chiles y salsas picantes son considerablemente más intensos y pueden causar sensaciones de calor notablemente fuertes en la boca. Son adecuados para aquellos que disfrutan de un picante más

pronunciado. Ejemplos incluyen el chile habanero, el chile cayena y algunas salsas picantes.

- Muy alto (100,000-350,000 unidades Scoville): Estos chiles y salsas picantes están en el extremo superior del espectro de picante y pueden ser extremadamente calientes para muchas personas. Requieren un nivel de tolerancia al picante más alto y pueden ser utilizados con moderación. Ejemplos incluyen el chile scotch bonnet y algunas salsas picantes muy picantes.
- Extremadamente alto (350,000 unidades Scoville o más): Esta categoría incluye los chiles y salsas picantes más ardientes del mundo. Solo para los paladares más valientes y experimentados, ya que pueden causar una sensación de ardor intensa y prolongada en la boca. Ejemplos incluyen el chile Carolina Reaper, el chile Trinidad Moruga Scorpion y algunas salsas picantes extremadamente picantes.

Es importante tener en cuenta que la percepción del picante puede variar de persona a persona, por lo que estos niveles son solo una guía general y pueden diferir dependiendo de la sensibilidad individual al calor. Siempre es recomendable probar con precaución cuando se experimenta con chiles y salsas picantes de niveles más altos.

### ***Procesos de las Salsas Picantes***

Según García (2017), la creación de salsas picantes es un arte culinario que involucra una combinación cuidadosa de ingredientes y técnicas para lograr el equilibrio perfecto entre el sabor y el picante. Seguidamente, se describen los procesos para crear salsas picantes de manera explícita.

El primer paso en la creación de una salsa picante es seleccionar los ingredientes adecuados, esto incluye elegir una variedad de chiles que proporcionen el nivel de picante deseado, así como otros ingredientes como tomates, cebollas, ajo, frutas, vinagre y especias para complementar y realzar el sabor.

Una vez seleccionados los chiles, se deben preparar adecuadamente, esto puede implicar asar, tostar o hervirlos para realzar su sabor y suavizar su textura. Algunas recetas también requieren quitar las semillas y las venas para reducir su nivel de picante.

Después de preparar los chiles y otros ingredientes, se combinan en una olla o licuadora según la receta. La proporción de cada ingrediente puede variar según el gusto personal y el nivel de picante deseado, algunas recetas pueden requerir cocinar los ingredientes juntos para mezclar los sabores, mientras que otras pueden ser simplemente mezcladas en crudo.

Una vez que los ingredientes están mezclados, la salsa se cocina a fuego lento para permitir que los sabores se desarrollen y se mezclen; durante este proceso, la salsa puede reducirse para espesarla y concentrar los sabores. El tiempo de cocción puede variar dependiendo de la receta y del nivel de espesor deseado para la salsa.

Después de cocinar la salsa, se prueba y se ajustan los sabores según sea necesario, esto puede implicar agregar más especias, vinagre, azúcar u otros ingredientes para equilibrar el sabor y el picante. Es importante probar la salsa con cuidado y ajustar los ingredientes gradualmente para evitar que se vuelva demasiado picante o desequilibrada.

Una vez que la salsa picante está lista, se envasa en frascos esterilizados y se sella herméticamente. Dependiendo de la receta y de la preferencia personal, la salsa puede ser refrigerada para conservarla fresca por más tiempo o puede ser consumida inmediatamente. Es importante almacenar la salsa en un lugar fresco y oscuro para mantener su frescura y sabor.

La creación de salsas picantes es un proceso que requiere atención al detalle, experimentación y un toque de creatividad para lograr resultados deliciosos y equilibrados. Con los ingredientes y los métodos de preparación adecuados, cualquiera puede crear sus propias salsas picantes caseras para disfrutar y compartir con amigos y familiares.

## Alimentos

Para producir una salsa picante, es necesario una combinación de ingredientes que proporcionen sabor, picante y textura. Según El Español (2022), algunos de los alimentos comunes que se utilizan para hacer salsas picantes son los siguientes, aunque la selección puede variar dependiendo de la receta específica y del nivel de picante deseado:

**Chiles:** Es el ingrediente principal y proporcionan el calor característico de la salsa picante. Es posible elegir entre una amplia variedad de chiles frescos o secos, como jalapeños, serranos, habaneros, chiles de árbol, chiles Scotch Bonnet, entre otros. La elección del chile influirá en el nivel de picante de la salsa.

**Tomates:** Son comunes en muchas recetas de salsa picante y proporcionan una base sabrosa y jugosa. Se pueden utilizar usar tomates frescos, enlatados o incluso salsa de tomate como base para la salsa.

**Cebollas y ajo:** Aportan sabor y profundidad a la salsa; se utilizan cebollas blancas, rojas o amarillas, así como ajo fresco o en polvo según las preferencias.

**Vinagre:** Ayuda a realzar el sabor de la salsa y actúa como conservante natural. Se utiliza vinagre de manzana, vinagre blanco, vinagre de vino o incluso jugo de limón o lima para agregar acidez a la salsa.

**Frutas:** Algunas recetas de salsa picante incorporan frutas para agregar dulzura y complejidad de sabor. Mango, piña, melocotón o albaricoque son opciones populares que combinan bien con el calor de los chiles.

**Espicias y hierbas:** Añaden profundidad y complejidad de sabor a la salsa. Se podría utilizar especias como comino, cilantro, orégano, pimentón, curry en polvo, entre otros, según el perfil de sabor que se desee.

**Azúcar o endulzantes:** Opcionalmente, se agrega un toque de dulzura para equilibrar el picante de la salsa. El azúcar, la miel, el jarabe de arce o el azúcar moreno son opciones comunes.

Sal: Es importante para realzar los sabores de la salsa. Ajustar la cantidad de sal según el gusto personal.

### **Cuidados de los Alimentos**

Según García (2016), para asegurar que las salsas picantes se mantengan frescas y seguras para su consumo hasta la fecha de expiración, es importante seguir algunos cuidados y entender por qué es crucial respetar esta fecha.

Primer cuidado, se recomienda el almacenamiento adecuado: guardar las salsas picantes en un lugar fresco y oscuro, como un armario o la despensa, así como evitar la exposición directa a la luz solar y el calor excesivo, ya que pueden acelerar el deterioro de la salsa.

El segundo cuidado es el sellado hermético: una vez abierto, cerrar herméticamente la tapa del frasco o botella después de cada uso para evitar la contaminación y la entrada de aire, lo que puede contribuir a la pérdida de frescura y a la proliferación de bacterias.

Tercer cuidado, la higiene durante el uso: utilizar utensilios limpios y secos al servir la salsa para evitar la contaminación cruzada con bacterias u otros microorganismos. Evitar introducir los dedos u otros utensilios sucios en el frasco, ya que esto puede acelerar el deterioro de la salsa.

Cuarto cuidado, inspección visual y olfativa: antes de usar la salsa, verificar visualmente su apariencia y olfatea para detectar signos de deterioro, como cambios en el color, la textura o el olor. Si la salsa parece visiblemente mohosa, descolorida o tiene un olor extraño, es mejor desecharla.

Quinto cuidado, respetar la fecha de expiración: esta indica hasta cuándo se espera que la salsa mantenga su calidad óptima y su seguridad para el consumo. Consumir la salsa después de esta fecha puede aumentar el riesgo de intoxicación alimentaria debido al crecimiento de bacterias y otros microorganismos.

Es importante respetar la fecha de expiración de las salsas picantes porque garantiza la seguridad y la calidad del producto. Con el tiempo, los ingredientes en la salsa pueden

degradarse, lo que puede afectar su sabor, textura y seguridad para el consumo. Además, las salsas picantes pueden contener ingredientes perecederos, como frutas o vegetales, que pueden descomponerse y causar problemas de salud si se consumen después de su fecha de expiración. Por lo tanto, es fundamental desechar cualquier salsa que haya superado su fecha de expiración para evitar riesgos para la salud.

### **Logística**

Según la OBS Bussines School (2022), la logística es un campo fundamental en la gestión de cadenas de suministro y operaciones comerciales. Se encarga de planificar, implementar y controlar el flujo eficiente y efectivo de bienes, servicios e información, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente.

En un sentido amplio, la logística abarca una serie de actividades interrelacionadas que incluyen la gestión de inventarios, el transporte, el almacenamiento, el embalaje, la gestión de pedidos, la gestión de la información y el servicio al cliente. Estas actividades se llevan a cabo de manera coordinada para optimizar los recursos disponibles y minimizar costos mientras se cumplen los plazos de entrega y se mantienen altos estándares de calidad.

La gestión logística implica la toma de decisiones estratégicas y tácticas para diseñar redes de distribución eficientes, seleccionar proveedores confiables, optimizar rutas de transporte, administrar almacenes y centros de distribución, y utilizar tecnologías de la información para monitorear y mejorar continuamente el desempeño operativo.

Este es un proceso integral que permite la circulación fluida de productos y servicios a lo largo de toda la cadena de suministro, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega final al cliente, con el fin de maximizar la satisfacción del cliente y la rentabilidad empresarial.

## **Logística Internacional**

Mecalux (2023) indica que la logística internacional es una rama especializada de la logística que se centra en la gestión de operaciones comerciales a nivel global. Se ocupa de planificar, coordinar y controlar el flujo de bienes, servicios e información a través de las fronteras internacionales, involucrando múltiples países, regulaciones, modos de transporte y sistemas de infraestructura.

En este contexto, la logística internacional abarca una serie de actividades específicas que van más allá de las operaciones logísticas nacionales. Estas actividades incluyen la gestión de aduanas y trámites de importación y exportación, la selección y coordinación de proveedores y transportistas internacionales, la optimización de rutas y medios de transporte transfronterizos, y el cumplimiento de normativas y restricciones comerciales internacionales.

Además, la logística internacional implica el manejo de aspectos como la conversión de divisas, el seguro de carga, el seguimiento y la trazabilidad de los envíos a través de diferentes jurisdicciones, así como la gestión de riesgos asociados a la cadena de suministro global, como retrasos en aduanas, cambios en regulaciones comerciales y eventos geopolíticos.

Este es un campo altamente especializado que se enfoca en facilitar el intercambio de bienes y servicios entre países, garantizando que los productos lleguen de manera segura, eficiente y oportuna a sus destinos finales en el contexto de un entorno globalizado y dinámico.

### ***Logística de Distribución***

Across Logistics (2023) explica que la logística de distribución se refiere al proceso de planificar, implementar y controlar la distribución física de productos desde los puntos de producción o almacenamiento hasta los puntos de consumo final. Es una parte crucial de la cadena de suministro que asegura que los productos estén disponibles en el lugar correcto, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas para satisfacer la demanda del mercado.

Este proceso implica una serie de actividades, que van desde la gestión de inventarios y el almacenamiento en centros de distribución hasta la coordinación de rutas de transporte y la entrega de productos a los clientes. La logística de distribución también abarca la gestión de devoluciones y la atención al cliente postventa.

Para optimizar dicha actividad, las empresas utilizan diversas estrategias y herramientas, como la segmentación de clientes para adaptar los servicios logísticos a diferentes necesidades, la utilización de tecnologías de información y comunicación para el seguimiento en tiempo real de los envíos, y la colaboración con socios logísticos externos para aprovechar sus recursos y redes de transporte.

Esta es fundamental para garantizar la eficiencia y la efectividad en la entrega de productos a los clientes, contribuyendo así al éxito de las empresas en un mercado cada vez más competitivo y exigente.

**Permisos de exportación.** Según PROCOMER (2019), son necesarios algunos requisitos y permisos tanto en el país de origen como en el país de destino. A continuación, se detallan algunos de los aspectos clave a considerar:

- Registro de Exportador: Es importante que la empresa exportadora esté debidamente registrada en Costa Rica como exportadora de productos alimenticios. Esto puede implicar la inscripción en el Ministerio de Comercio Exterior o en la institución correspondiente.
- Normativas de Exportación: Se deben cumplir con las normativas y regulaciones de exportación de alimentos establecidas por las autoridades costarricenses, que pueden incluir requisitos de calidad, seguridad alimentaria y etiquetado.
- Registro Sanitario: Es probable que se requiera un registro sanitario para los productos alimenticios destinados a la exportación. Esto implica cumplir con los estándares de seguridad alimentaria y presentar la documentación correspondiente ante las autoridades sanitarias de Costa Rica.

- Normativas de Importación en Inglaterra: Es fundamental conocer las normativas y regulaciones de importación de alimentos en Inglaterra, específicamente las relacionadas con las salsas picantes. Esto puede incluir requisitos de etiquetado, certificaciones de calidad, restricciones de ingredientes, entre otros.
- Certificaciones y Documentación: Es posible que se requieran ciertas certificaciones o documentación específica para la exportación de alimentos a Inglaterra, como certificados de análisis, certificados de origen, certificados fitosanitarios, entre otros.
- Etiquetado: Las salsas picantes deben cumplir con los requisitos de etiquetado establecidos tanto por Costa Rica como por Inglaterra, lo que puede incluir información sobre ingredientes, alérgenos, fecha de caducidad, instrucciones de uso, entre otros.

Es recomendable tener conocimiento sobre las autoridades competentes en Costa Rica, como el Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de Salud, así como las autoridades de importación en Inglaterra, como la Agencia de Normas Alimentarias (Food Standards Agency) y la Agencia de Aduanas e Impuestos Especiales (HM Revenue & Customs), con el fin de obtener información detallada sobre los requisitos y procedimientos específicos. Además, es indispensable contar con el apoyo de un agente de aduanas o un asesor especializado en comercio internacional para facilitar el proceso de exportación.

**Costos de exportación.** Los costos de exportación de salsas picantes a Inglaterra pueden variar según varios factores, incluyendo el tipo y cantidad de salsa, el método de envío, los aranceles y tarifas de importación, los costos de cumplimiento normativo, entre otros. Según Icesi (2020), se identifican los siguientes:

**Aranceles y Tarifas de Importación:** Revisar los aranceles y tarifas de importación que se aplican a las salsas picantes en Inglaterra. Estos pueden variar dependiendo del país

de origen y del tipo de producto. Los acuerdos comerciales entre los países pueden influir en estos costos.

**Costos de Envío:** Los costos de envío dependerán del peso y volumen de los productos, así como del método de transporte (aire, mar, tierra).

**Costos de Empaquetado y Etiquetado:** Asegurarse de cumplir con los requisitos de empaquetado y etiquetado de Inglaterra. Esto puede incluir etiquetas de ingredientes, información nutricional y requisitos de seguridad alimentaria.

**Costos de Certificación y Cumplimiento Normativo:** Es posible que sea necesario certificaciones específicas para exportar alimentos a Inglaterra. Es necesario conocer y cumplir con los requisitos de seguridad alimentaria y regulaciones de importación del país.

**Costos de Seguro:** Se debe considerar los costos de asegurar tus productos durante el transporte internacional.

**Gastos Administrativos:** Incluye los costos asociados con el despacho de aduanas y otros trámites administrativos.

**Fluctuaciones Cambiarias:** Tomar en cuenta las fluctuaciones en los tipos de cambio, ya que pueden afectar el costo final de tus productos en el mercado inglés.

**Marketing y Distribución:** Para comercializar las salsas picantes en Inglaterra, también es necesario considerar los costos asociados con la promoción y distribución de los productos en ese mercado.

***Costos de producción.*** Los costos de producción pueden variar significativamente dependiendo de varios factores, incluyendo la escala de producción, los ingredientes utilizados, los métodos de producción, la mano de obra, los costos de empaque y etiquetado, entre otros. Según FinModelsLab (2023), se debe tener en cuenta lo siguiente:

**Ingredientes:** El costo de los ingredientes principales como chiles, vinagre, especias y otros condimentos puede ser un factor importante. Los precios de los ingredientes pueden variar según la temporada, la calidad y la disponibilidad.

**Mano de Obra:** Los salarios de los empleados involucrados en la producción, desde los trabajadores de la línea de producción hasta el personal de control de calidad, deben ser tenidos en cuenta.

**Equipamiento:** Los costos de adquisición, mantenimiento y depreciación del equipo necesario para la producción, como tanques de mezcla, máquinas de embotellado, y equipos de envasado al vacío, deben ser considerados.

**Energía y Servicios Públicos:** Los gastos de energía eléctrica, agua y otros servicios públicos asociados con la operación de la planta de producción.

**Costos de Empaque y Etiquetado:** Los materiales de empaque (botellas, etiquetas, tapas, cajas) y los costos de etiquetado deben ser tenidos en cuenta.

**Costos de Cumplimiento Normativo:** Los costos asociados con el cumplimiento de las regulaciones de seguridad alimentaria y los estándares de calidad, que pueden incluir pruebas de laboratorio, certificaciones y auditorías.

**Gastos Generales y Administrativos:** Los costos generales de administración, como alquiler de instalaciones, seguros, servicios públicos de oficina y salarios del personal administrativo.

**Marketing y Publicidad:** Si se incluyen en los costos de producción, los gastos de marketing y publicidad para promover las salsas picantes pueden ser significativos.

**Residuos y Pérdidas:** Los costos asociados con la eliminación de residuos y las pérdidas durante el proceso de producción deben ser considerados.

**Márgenes de Ganancia:** Finalmente, es importante incluir un margen de ganancia para cubrir los costos indirectos y generar beneficios.

### **Procomer (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica)**

Según la Ley Orgánica de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, Procomer, que es una institución gubernamental encargada de promover y facilitar las exportaciones del país, sus funciones son:

**Promoción de Exportaciones:** Procomer promueve activamente los productos costarricenses en mercados internacionales a través de ferias comerciales, misiones comerciales, promoción en línea y otras actividades de marketing.

**Asistencia a Exportadores:** Ofrece asesoramiento y apoyo a empresas costarricenses interesadas en exportar, brindándoles información sobre oportunidades de mercado, requisitos de exportación, regulaciones comerciales y otros aspectos relacionados con el comercio internacional.

**Capacitación y Formación:** Procomer ofrece programas de capacitación y desarrollo empresarial dirigidos a exportadores potenciales y existentes, con el objetivo de mejorar sus habilidades y conocimientos en áreas relevantes para la exportación.

**Facilitación de Negocios:** Facilita el establecimiento de contactos comerciales entre empresas costarricenses y compradores internacionales, así como la negociación de acuerdos comerciales y la resolución de problemas relacionados con el comercio exterior.

**Investigación de Mercados:** Realiza investigaciones de mercado para identificar oportunidades de exportación y tendencias comerciales en diferentes industrias y países de destino.

Procomer juega un papel crucial en el impulso de las exportaciones costarricenses al proporcionar apoyo, recursos y servicios que ayudan a las empresas a expandir sus negocios en mercados internacionales.

### **Inscripción**

Para inscribirse en Procomer y acceder a los servicios que ofrece, se requiere seguir estos pasos:

**Registrarse como Exportador o Potencial Exportador:** El primer paso es registrarse en el sistema de (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica) como exportador o potencial exportador, esto se puede hacer a través de su sitio web oficial o visitando alguna de sus sedes físicas. Por lo general, es necesario proporcionar información básica sobre la empresa, como razón social, cédula jurídica, dirección, datos de contacto, entre otros.

**Documentación Legal:** Es posible que sea necesario presentar documentación legal que respalde la existencia y operación de la empresa, como la cédula jurídica, documentos de constitución de la empresa, licencias comerciales, entre otros.

**Capacitación y Asesoramiento:** Una vez registrado, Procomer puede ofrecerle a la empresa capacitación y asesoramiento personalizado sobre aspectos relacionados con la exportación, como regulaciones comerciales, estrategias de marketing internacional, acceso a mercados, entre otros.

**Participación en Actividades y Programas:** Procomer organiza diversas actividades y programas dirigidos a exportadores, como ferias comerciales, misiones comerciales, seminarios y talleres. Se puede participar en estas actividades para conocer más sobre las oportunidades de exportación y establecer contactos comerciales.

**Registro de Productos y Servicios:** Para exportar productos o servicios específicos, es posible que se necesite registrarlos en la base de datos de Procomer. Esto puede requerir información detallada sobre los productos o servicios, incluyendo descripciones, especificaciones técnicas, precios, entre otros.

**Seguimiento y Actualización de Información:** Es importante mantener actualizada la información de la empresa en el sistema de Procomer, especialmente si hay cambios en la estructura organizativa, productos ofrecidos, mercados objetivo, entre otros.

### **Cadena de producción**

Según la OBS Business School (2021), una cadena de producción es un sistema organizado de actividades, procesos y recursos utilizados en la fabricación de un producto.

Está compuesta por una serie de pasos interrelacionados que transforman materias primas o componentes en productos terminados, los cuales pueden incluir la adquisición de materias primas, el procesamiento, el ensamblaje, la inspección de calidad y el empaquetado, entre otros.

La cadena de producción busca optimizar la eficiencia y la productividad, minimizando los costos y maximizando la calidad del producto final. Para lograr esto, se emplean diferentes técnicas y tecnologías, como la automatización, la estandarización de procesos y el control de calidad. Vale la pena mencionar los siguientes elementos:

**Logística externa:** Se encarga del almacenamiento de toda la materia prima recibida por nuestros proveedores; además, permite ver cómo se llevará a cabo el abastecimiento a la empresa o a las distintas sucursales que esta tenga.

**Producción:** La materia prima será trabajada y procesada para la obtención del producto final.

**Logística interna:** Es una de las etapas donde se lleva a cabo todo lo que es el almacenamiento del producto terminado y su posterior distribución a los consumidores.

**Marketing y ventas:** Aquí se trabaja todo lo referente a las campañas para publicitar el producto a través de diversas técnicas de persuasión.

**Seguimiento:** Elaborar estudios para determinar si el producto final ha tenido éxito en el mercado o no, buscar las virtudes y falencias tanto interna como externamente para mejorar en el futuro.

La cadena de producción específica para las salsas picantes puede variar dependiendo del tipo de salsa y del fabricante, pero en términos generales, podría incluir los siguientes pasos:

**Selección de ingredientes:** Se eligen los chiles u otros ingredientes base, así como los condimentos y especias que se utilizarán en la salsa.

**Preparación de ingredientes:** Los ingredientes se lavan, se pelan (si es necesario) y se preparan para su procesamiento.

**Mezclado:** Los ingredientes se combinan en proporciones específicas según la receta de la salsa picante. Esto puede implicar la mezcla de chiles, tomates, cebollas, ajo, vinagre u otros ingredientes según la receta.

**Cocción:** La mezcla se cocina a una temperatura controlada para desarrollar los sabores y texturas deseados. Este paso puede variar según la receta y puede implicar cocción lenta o rápida, dependiendo del resultado final deseado.

**Trituración/puré:** Después de la cocción, la mezcla puede ser triturada o procesada para obtener una consistencia suave y uniforme. Esto puede hacerse mediante licuadoras industriales o equipos especializados.

**Embotellado/envasado:** La salsa picante se vierte en recipientes esterilizados, que pueden ser botellas de vidrio, frascos de plástico o cualquier otro tipo de envase adecuado. Este proceso se lleva a cabo en un entorno controlado para garantizar la calidad y la seguridad alimentaria.

**Etiquetado y envasado final:** Una vez que las salsas picantes están embotelladas, se etiquetan con información nutricional, fechas de vencimiento y otros datos importantes. Luego se embalan para su distribución y venta.

**Almacenamiento y distribución:** Las salsas picantes envasadas se almacenan en condiciones adecuadas para mantener su calidad y se distribuyen a tiendas, supermercados u otros puntos de venta.

## **Exportación**

Según COMEX (2022), las exportaciones se refieren a la venta de bienes y servicios producidos en un país a compradores ubicados fuera de sus fronteras. Es un componente

crucial de la economía global, ya que permite a los países obtener ingresos, estimular el crecimiento económico y aprovechar las ventajas comparativas.

Economipedia (2022) indica a continuación algunos motivos para comprender su importancia:

**Generación de ingresos:** Las exportaciones representan una fuente importante de ingresos para los países. Al vender productos y servicios en los mercados internacionales, las empresas obtienen ingresos en moneda extranjera, lo que contribuye al crecimiento económico y a la estabilidad financiera.

**Aprovechamiento de ventajas comparativas:** Los países tienden a especializarse en la producción de bienes y servicios en los que tienen ventajas comparativas, como recursos naturales, habilidades laborales o tecnología avanzada. Las exportaciones permiten a los países aprovechar estas ventajas y competir en el mercado global.

**Estímulo para la producción y el empleo:** Las exportaciones pueden estimular la actividad económica y crear empleo en los sectores productores de bienes y servicios destinados a la exportación. Esto puede generar un impacto positivo en la economía nacional al aumentar la demanda de mano de obra y mejorar la utilización de los recursos productivos.

**Diversificación de mercados:** La diversificación de los mercados de exportación puede ayudar a reducir la dependencia de un solo mercado y mitigar los riesgos asociados con los cambios en la demanda o las condiciones económicas en un país específico. La diversificación de las exportaciones puede proporcionar una mayor estabilidad a la economía nacional.

**Promoción del desarrollo tecnológico:** La participación en el comercio internacional puede fomentar la transferencia de tecnología y conocimientos entre países, lo que impulsa la innovación y el desarrollo tecnológico en las industrias nacionales.

Las exportaciones son una parte fundamental de la economía global, ya que permiten a los países aprovechar sus ventajas comparativas, generar ingresos, estimular el crecimiento económico y promover el desarrollo tecnológico.

Las exportaciones de salsas a otros países pueden variar significativamente dependiendo del tipo de salsa y los mercados objetivo. Algunos países son conocidos por su producción y exportación de salsas específicas, mientras que otros importan una amplia variedad de salsas de diferentes partes del mundo.

Por ejemplo, países como México son famosos por sus salsas picantes, como la de chile habanero o la de chile chipotle, y estas salsas pueden exportarse a diversos lugares, incluidos Estados Unidos, Canadá, Europa y Asia. Del mismo modo, países como Tailandia son conocidos por su salsa de pescado fermentado, la salsa de pescado *nam pla*, que también se exporta a nivel internacional.

Las exportaciones de salsas pueden estar influenciadas por factores como la demanda del mercado, los acuerdos comerciales, los gustos y preferencias de los consumidores, y las regulaciones alimentarias internacionales. En general, pueden ser una parte importante del comercio internacional de alimentos y contribuir significativamente a la economía de los países productores.

### **Almacenaje**

De acuerdo con Economipedia (2020), el almacenaje se refiere al proceso de guardar y preservar bienes y productos en un lugar específico, ya sea temporal o permanentemente, con el fin de mantener su integridad, seguridad y disponibilidad para su posterior distribución o uso.

Es una parte esencial de la cadena de suministro y logística de una empresa, ya que garantiza que los productos estén disponibles cuando se necesiten, tanto para satisfacer la demanda del mercado como para mantener niveles adecuados de inventario.

El almacenaje adecuado de salsas picantes es fundamental para mantener su calidad, sabor y seguridad alimentaria. Para esto se requiere contar con lo siguiente:

- **Contenedores adecuados:** Utilizar recipientes de vidrio o plástico resistente para almacenar las salsas, asegurarse de que estén limpios y secos antes de verter la salsa.

- **Sellado hermético:** Es importante que los recipientes estén completamente sellados para evitar la entrada de aire y la contaminación. Buscar tapas herméticas que aseguren un cierre adecuado.
- **Temperatura:** Almacenar las salsas picantes en un lugar fresco y oscuro, lejos de la luz directa del sol y de fuentes de calor. La temperatura ambiente es generalmente adecuada, pero evita cambios extremos de temperatura.
- **Refrigeración opcional:** Si bien muchas salsas picantes pueden almacenarse a temperatura ambiente antes de abrir, una vez abiertas, algunas pueden beneficiarse de la refrigeración para prolongar su vida útil. Siempre leer las instrucciones del fabricante.
- **Etiquetado y fecha de caducidad:** Etiquetar cada recipiente con el tipo de salsa y la fecha de envasado. Esto ayudará a recordar cuánto tiempo ha estado almacenada y cuándo es mejor consumirla. La mayoría de las salsas picantes tienen una vida útil bastante larga, pero es bueno estar al tanto de cuándo es mejor usarlas.
- **Agitación ocasional:** Algunas salsas pueden separarse con el tiempo, especialmente si contienen ingredientes naturales. Agitar suavemente el recipiente antes de usarla para asegurarte de que los ingredientes estén bien mezclados.

## **Empaque**

El empaque de un producto, en este caso, salsas picantes, se refiere al material y diseño utilizado para contener y presentar el producto. Es una parte crucial del proceso de comercialización y venta, ya que no solo protege el producto, sino que también influye en la percepción del consumidor y en su decisión de compra.

El empaque para salsas picantes es crucial tanto para preservar su calidad como para atraer a los consumidores. Según The Food Tech (2020), algunas consideraciones importantes son:

**Material del empaque:** Elegir materiales que sean resistentes, seguros para alimentos y que proporcionen una barrera adecuada contra la luz, la humedad y el aire. Los materiales comunes para el empaque de salsas picantes incluyen vidrio, plástico PET (tereftalato de polietileno), HDPE (polietileno de alta densidad) y bolsas laminadas.

**Sellado hermético:** Asegurarse de que el empaque tenga un sellado hermético para mantener la frescura y prevenir derrames. Esto es especialmente importante para evitar que las salsas picantes se filtren y causen problemas durante el transporte y almacenamiento.

**Tamaño y forma del envase:** Considerar el tamaño y la forma del envase en relación con la viscosidad y la cantidad típica de salsa que se consumirá en una sola vez. Los envases con cuellos estrechos y boquillas pueden facilitar el vertido controlado de la salsa, mientras que los envases más anchos pueden ser más adecuados para salsas más espesas.

**Etiquetado claro y atractivo:** El empaque debe incluir etiquetas claras y atractivas que indiquen el nombre de la salsa, la marca, los ingredientes, la información nutricional y la fecha de caducidad. Un diseño llamativo y atractivo puede ayudar a destacar tu producto en el estante.

**Practicidad y comodidad:** Considerar la facilidad de uso del empaque. Los envases con tapas de rosca o tapas de presión pueden ser más convenientes para los consumidores, mientras que los envases tipo sachet pueden ser ideales para porciones individuales o para llevar.

**Protección contra la luz:** Siempre que sea posible, utilizar envases opacos o que bloqueen la luz para proteger la salsa picante de la degradación causada por la exposición a la luz ultravioleta.

Eco-amigable: Considerar el impacto ambiental del empaque. Los materiales reciclables y biodegradables son cada vez más populares entre los consumidores conscientes del medio ambiente.

## **Embalaje**

Cuando se trata de empaque para salsas picantes, hay varias opciones de materiales que se pueden utilizar para el envasado y el transporte. The Food Tech (2020) indica algunas opciones por utilizar:

**Vidrio:** Los frascos de vidrio son una opción popular para envasar salsas picantes. El vidrio es resistente, no poroso y no reacciona con los alimentos, lo que lo hace ideal para preservar el sabor y la calidad de las salsas. Además, es transparente, lo que permite a los consumidores ver el producto dentro del envase.

**Plástico PET (tereftalato de polietileno):** El plástico PET es ligero, resistente y transparente, lo que lo convierte en una opción económica y conveniente para el envasado de salsas picantes. Los envases de PET son reciclables y ofrecen una buena barrera contra la humedad y el oxígeno.

**Plástico HDPE (polietileno de alta densidad):** El HDPE es un tipo de plástico que ofrece una excelente resistencia a la humedad y al impacto. Los envases de HDPE son duraderos y pueden soportar condiciones de transporte y almacenamiento más exigentes.

**Bolsas laminadas:** Las bolsas laminadas ofrecen flexibilidad en el diseño y son ideales para salsas picantes en formato de bolsa o sachet. Estas bolsas suelen estar hechas de varias capas de materiales, como plástico, aluminio y papel, que proporcionan una buena barrera contra la luz, la humedad y el aire.

**Envases metálicos:** Los envases metálicos, como latas y latas de aerosol, son otra opción para envasar salsas picantes. Son duraderos, resistentes a la corrosión y ofrecen una

excelente protección contra la luz y el oxígeno. Sin embargo, pueden ser más costosos que otras opciones de empaque.

**Envases de cartón:** Los envases de cartón, como cajas y estuches, son adecuados para envasar múltiples unidades de salsas picantes. Son ligeros, reciclables y pueden personalizarse con impresiones atractivas para mejorar la presentación del producto.

La elección del material de empaque dependerá de varios factores, como el tipo de salsa, el presupuesto, las preferencias del consumidor y los requisitos de transporte y almacenamiento. Es importante seleccionar un material que proteja adecuadamente el producto y mantenga su calidad durante todo el proceso de distribución.

### ***Rotulación de embalaje***

Según el Ministerio de Salud y Protección Social, la rotulación del embalaje es esencial para proporcionar información importante sobre el producto, garantizar su seguridad y cumplir con las regulaciones gubernamentales.

Algunos aspectos importantes para tomar en cuenta se citan a continuación:

- Nombre del producto: Debe ser claro y descriptivo.
- Marca: El logotipo o nombre de la marca debe ser prominente para identificar fácilmente el producto y establecer la conexión con la marca.
- Lista de ingredientes: Enumerar todos los ingredientes utilizados en la salsa en orden de predominio, esto es importante para las personas con alergias o restricciones dietéticas.
- Información nutricional: Debe incluir la cantidad de calorías, grasas, carbohidratos, proteínas y otros nutrientes por porción; esto ayuda a los consumidores a tomar decisiones informadas sobre su dieta.

- Fecha de caducidad o fecha de vencimiento: Indica cuándo expira la salsa, esto es crucial para garantizar la seguridad alimentaria y la frescura del producto.
- Instrucciones de almacenamiento: Indica las condiciones adecuadas de almacenamiento para mantener la calidad del producto, por ejemplo, “Almacenar en un lugar fresco y seco”.
- País de origen: Especifica el país de donde proviene el producto.
- Código de barras: Facilita el seguimiento y la gestión del inventario en las tiendas y almacenes.
- Identificación del lote: Permite rastrear el producto hasta su origen en caso de problemas de calidad o seguridad.
- Certificaciones: Confirma si el producto cumple con ciertos estándares de calidad, orgánicos, kosher, etc.; estas certificaciones deben ser claramente visibles.
- Advertencias: Si la salsa es especialmente picante o contiene alérgenos comunes (como el gluten, los cacahuetes, etc.), estas advertencias deben ser claramente visibles.
- Información de contacto del fabricante o distribuidor: Incluye la dirección física, número de teléfono y dirección de correo electrónico para que los consumidores puedan ponerse en contacto en caso de preguntas o problemas.

Es fundamental que la rotulación del embalaje sea clara, legible y precisa para garantizar la seguridad y satisfacción del consumidor. Además, cumple un papel importante en la comercialización del producto y en la construcción de la reputación de la marca.

### ***Tipo de contenedor***

Según Moldtrans (2022), un contenedor es un recipiente que sirve para albergar las cargas del transporte de mercancías (generalmente, transporte internacional), tanto en transporte marítimo como terrestre. Las capacidades y condiciones de los contenedores permiten que, en su interior, pueda caber la mercancía de, por ejemplo, un camión completo.

Por lo que respecta a los contenedores, cabe resaltar que pueden tener distintas combinaciones de formas y capacidades. Estas combinaciones se relacionan, por lo general, con los usos que se les dan.

El *Dry Van* es el contenedor convencional y se utiliza sin refrigeración de por medio, para transportar cualquier carga seca normal (pallets, cajas, bolsas, tambores, etc.), está disponible en dimensiones de 20 y 40 pies. La categoría High Cube, por su parte, facilita un aumento del 13% de la capacidad cúbica interna y se destina a las cargas más pesadas (carbón, tabaco, etc.). Estas categorías se extrapolan a otros modelos de contenedores.

Los contenedores *Reefer* destacan por su refrigeración y tienen un equipo propio que la genera. Mantienen la mercancía (sobre todo, alimentos) a temperaturas que oscilan alrededor de los cero grados.

Los insulados *Phortole* o *Conair* no cuentan con este equipo generador de frío, sino que conservan la carga (especialmente, frutas) a una temperatura constante. El modelo *Clip On*, por otro lado, favorece, mediante un equipo auxiliar, el mantenimiento del frío en los traslados de puerta a puerta.

Para ciertas cargas, sobresale el formato *Open Top*, el cual, con su techo removible de lona, facilita el transporte de cargas voluminosas. Con el mismo objetivo, se dispone también del *Flat Rack*, el cual carece de puertas laterales. El granelero se revela como otro modelo específico, con sus tomas superiores para la descarga por precipitación. Tampoco se puede obviar el Tanque, útil para el desplazamiento de líquidos.

Para este caso, se considera el más adecuado *Phortole* o *Conair*, que permite conservar la carga a una temperatura ambiente en la que las salsas siempre se mantendrán en buen estado hasta que se realice la venta a los consumidores.

## CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

### Enfoque de la Investigación

A nivel de investigación científica, existen tres enfoques posibles por utilizar para el desarrollo de esta: cuantitativo, el cualitativo y el mixto, la diferencia de estos radica en la información utilizada.

#### Cualitativo

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

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

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

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

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

En función de las posiciones teóricas expuestas, el proceso de indagación se fundamentará en el análisis de la cadena de producción para la exportación de salsas picantes al mercado de Inglaterra durante el año 2023, con el propósito de identificar cómo se llevan a cabo los hechos en dicha cadena de producción, a la luz de la revisión de los estudios previos existentes al respecto; dichas acciones investigativas se ejecutarán de forma simultánea, a fin de generar una teoría consistente con el objeto de estudio. Es decir, se complementan la teoría y la práctica para analizar el objeto de estudio y generar una teoría basada en el resultado de dicha fusión indagativa.

Según lo expone Hernández, el enfoque que orientará el estudio permitirá establecer una dinámica donde podrán surgir cuestionamientos antes, durante y después de la recolección de los datos y el análisis de la información recopilada, mediante un proceso de análisis de la cadena de producción para la exportación de salsas picantes al mercado de Inglaterra en el 2023, donde serán los hechos analizados en tal proceso y la interpretación que se les otorgue.

A la luz de la posición del autor, el desarrollo del estudio se va descubriendo o construyendo de acuerdo con el contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio con relación a la cadena de producción para la exportación de salsas picantes al mercado de Inglaterra en el 2023.

Finalmente, cabe resaltar que este tipo de estudio permite involucrarse en el contexto de la cadena de producción para la exportación del producto citado y conforme avance el análisis, ir interpretando los hechos y acontecimientos que guiarán el camino a seguir, elementos fundamentales para lograr el aporte de una teoría de propuestas y alternativas viables y efectivas para mejorar no solo la cadena de exportación de las salsas picantes al mercado de Inglaterra, sino también identificar debilidades que se podrán subsanar para la efectividad de futuros procesos de exportación de estos productos al mercado internacional.

## **Diseño de la Investigación**

El diseño que se adapta a esta investigación es el fenomenológico. Según Hernández et al (2014,) con este diseño se obtiene perspectivas de los participantes, se describe y se comprende qué tienen en común los individuos de acuerdo con sus experiencias de un determinado fenómeno. (p.493)

Este estudio se basa en las experiencias vividas por las pymes costarricenses en el sector de salsas picantes, para obtener información sobre las posibilidades al exportar dicho producto.

## **Fuentes de Información**

### **Fuentes Primarias**

Este estudio toma en cuenta como fuente primaria las entrevistas que se aplicarán a las empresas relacionadas con salsas picantes y empresas exportadoras, ya que, con base a sus experiencias, se obtendrá la información necesaria por medio de una entrevista personal con las personas encargadas. Torres (2015) afirma que las fuentes primarias son aquellas de las que se obtienen la información directamente de los entrevistados, además, se expresan opiniones y conocimientos acerca del tema de investigación. (p.98)

### **Fuentes Secundarias**

Entre las fuentes secundarias a utilizar en este proyecto, destacan datos arrojados por instituciones públicas, sitios web, libros, trabajos de investigación, artículos, tesis de otras universidades, entre otras fuentes que tengan información confiable sobre las exportaciones de salsas picantes a países extranjeros.

Silvestrini (2008) indica que las fuentes secundarias pueden contener información primaria, sintetizada y reorganizada; están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Son utilizadas para confirmar los hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar los estudios. (p.44)

Ambas fuentes son indispensables en el proyecto para lograr el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

### **Muestra**

Según Hernández et al. (2014) el concepto de muestra para una investigación con este enfoque se define como el proceso cualitativo, grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrá de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia (p.384).

Para la investigación se utilizará una muestra dirigida, la misma contempla un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (Hernández et al, 2014, p.176). Esto debido a que la población que se entrevistará no puede ser elegida al azar, ya que, para obtener información certera, se necesita que la muestra tenga conocimiento sobre el problema que es foco de análisis.

En cuanto a la unidad de muestreo, para efectos del presente estudio, se toma como población personas especializadas en los campos requeridos para el desarrollo de la investigación, las cuales poseen conocimiento en relación con el tema.

En función de la muestra, se seleccionó por conveniencia de tipo cualitativo, considerando diez personas especializadas en el tema de estudio, dichos encuestados se ubican en diferentes puestos.

Los participantes de este proyecto se detallan a continuación:

**Tabla 1**

*Muestra de la población*

<b># Entrevistado</b>	<b>Puesto</b>	<b>Empresa</b>
No 1	Encargado de exportaciones	Ron Centenario
No 2	Encargado de exportaciones	Distribuidora del Caribe CR
No 3	Analista Aduanero	PROCOMER
No 4	Supervisor de pedimentación	Corporación ATC
No 5	Sr Regional Buyer	Chiquita Brands

No 6	Asesor logístico	Corporación ATC
No 7	Analista Aduanero	Global Servicel Logistics
No 8	Encargado de exportaciones	Kamuk
No 9	Encargado de exportaciones	Chile Monoloco
No 10	Encargado de exportaciones	Agni Picantes

Nota: Elaboración propia.

### Unidades de Análisis

Hernández et al (2014) hace referencia a que “la unidad de análisis indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición” (p.217). Estas son definidas por el investigador y, gracias a ellas, se logran determinar las proyecciones establecidas; las unidades son derivadas de los objetivos específicos.

**Tabla 2**

#### *Unidad de análisis*

<b>OBJETIVO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CATEGORIA</b>	<b>DEF. CONCEPTUAL</b>	<b>INSTRUMENTALIZACIÓN</b>
Investigar la cadena de producción para la exportación de salsas picantes.	Demanda de exportación	Estudio de mercado  Cantidad de unidades de venta.  Desarrollo de empresa	Se refiere a la cantidad de bienes y servicios producidos en un país que son solicitados por residentes en el extranjero. la demanda de exportación es igual al total de exportaciones menos las importaciones, lo que se conoce como exportaciones netas.  <a href="https://www.sumup.com">https://www.sumup.com</a>	Cuestionario de la pregunta 1 a la pregunta 3
Determinar la logística para la exportación y explicar los costos para la llegada al mercado de Inglaterra en 2023.	Logística de exportación	Utilización de recursos.  Productividad en función del tiempo determinado  Estadísticas de servicios comerciales	Se refiere al conjunto de acciones planificadas y coordinadas que facilitan el transporte de mercancías de un país a otro de manera segura y cumpliendo con las regulaciones internacionales.  <a href="https://www.dripcapital.com">https://www.dripcapital.com</a>	Cuestionario de la pregunta 4 a la pregunta 7

Optimización de la cadena de exportación de las salsas picantes.	Optimización de la cadena logística	Saldo comercial (bienes y servicios)  Asesorías de información  Procesos y requisitos para exportar	La Optimización Logística es el desarrollo de un modelo logístico que garantiza el mejoramiento continuo del nivel de servicio. Se trata de la única manera de encontrar nuevas soluciones en la cadena de suministro que promuevan la competitividad. <a href="https://www.pak2go.com">https://www.pak2go.com</a>	Cuestionario de la pregunta 8 a la pregunta 10
--	-------------------------------------	---	---	--

Nota: Elaboración propia.

## Instrumentos Utilizados en la Investigación

### Cuestionario

Hernández et al. (2014), citando a Chasteauneuf (2009), define el cuestionario como “el conjunto de preguntas respecto a una o más variables que se van a medir” (p. 217). Por lo tanto, se entiende que un cuestionario es una herramienta que consiste en una serie de interrogantes que permiten obtener la información precisa de la muestra de una manera concisa del tema en investigación.

Las preguntas que tendrá dicho instrumento son abiertas, debido a que no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado, en teoría, es infinito y puede variar de población en población (Hernández et al., 2014, 87 p.217). En este tipo de cuestionarios las respuestas no se intencionan, el objeto de estudio de la muestra podrá responder de forma amplia a la pregunta planteada, son útiles en una investigación de tipo cualitativo.

### Entrevista

Hernández et al (2014) mencionan que “la entrevista permite hacer preguntas sobre experiencias, opiniones, valores y creencias, emociones, sentimientos, hechos, historias de vida, percepciones, atribuciones, etcétera”. (p.407)

De esta manera, para Bernal (2010) la entrevista es más una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que centraliza su atención en un cuestionario solamente, la

entrevista, si bien puede apoyarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante esta, puede profundizarse la información de interés para el estudio. (p.194)

Por lo tanto, la entrevista será la herramienta que permitirá dar un valor agregado a la investigación y los datos que se obtengan de estas serán de mucha utilidad, ya que el contacto cara a cara con los entrevistados permitirá que la información que faciliten sea interpretada con mayor facilidad.

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

Se elaborará un cuestionario conformado por once planteamientos de tipo abierto con respuesta dicotómica. El instrumento se aplicará a las diez personas seleccionadas en la muestra, según sea coordinado en tiempo y hora con ellas.

Se tabulará la información contenida en los instrumentos y se analizará bajo los parámetros de un estudio de tipo cualitativo. Finalmente, se redactará un informe con los resultados arrojados por la indagación, aportando las recomendaciones y conclusiones para estudios posteriores.

Para Hernández et al (2014), el análisis puede centrarse en los datos originales (datos directos) o puede requerir de su transformación y se utilizarán técnicas de codificación y evaluación temática en las investigaciones de enfoque cualitativo. (p.574) Una vez que se obtienen los resultados de los análisis, los investigadores proceden a desarrollar las inferencias, comentarios y conclusiones en la discusión. (Hernández et al., 2014, p.577)

Por lo tanto, el análisis de la información y los datos obtenidos es uno de los pasos más importantes en un proyecto, ya que de esto depende la calidad del cumplimiento de los objetivos planteados.

Para esta investigación, se construyeron categorías de análisis que están basadas en las respuestas emitidas por los entrevistados, las que se agruparán por temas en común, logrando así analizar y comparar los datos que se obtienen de las fuentes primarias y secundarias de información.

En cuanto a la recolección de datos de fuentes secundarias, para este proyecto se obtuvieron datos de sitios web oficiales de oficinas gubernamentales, artículos de revistas, tesis de grado, decretos, libros digitales, bibliotecas, entre otros.

En lo que respecta a la recolección de datos de fuentes primarias, se aplicaron entrevistas siguiendo este protocolo: se contactó al entrevistado para explicar la finalidad de la investigación, una vez que aceptara participar y contribuir en el proyecto, se procedió a coordinar la aplicación del cuestionario que se elaboró.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este apartado de la investigación se muestran los resultados obtenidos a partir de las entrevistas aplicadas a la muestra indicada en el capítulo sobre metodología. El análisis se realiza de la siguiente manera: primeramente, se muestra una tabla de las categorías de cada unidad de análisis, las cuales se obtuvieron por medio de los objetivos específicos propuestos; seguidamente, se describe cada una de las categorías para luego realizar el análisis correspondiente de cada una de ellas.

Cada categoría es obtenida de las respuestas de los entrevistados y se comparan con la información presentada en el marco referencial. Finalmente, se brinda la interpretación y el análisis de cada categoría para responder la pregunta establecida en el planteamiento del problema, según el capítulo introductorio.

Las unidades de análisis se desprenden de los objetivos específicos de la investigación. La primera unidad de análisis hace énfasis en la demanda de exportación, donde principalmente se realiza un estudio de mercado necesario para valorar si el producto a exportar tiene una demanda alta en el mercado.

La segunda unidad de análisis habla sobre la logística de exportación, se enfoca especialmente en investigar toda la logística, tanto del producto como del proceso para llegar al país al que se quiere exportar.

La tercera unidad de análisis está enfatizada en la optimización de la cadena logística, valorando algunos cambios o recomendaciones para que la logística sea más eficiente en el ámbito exportador.

Para formular las preguntas que fueron utilizadas en las entrevistas, se tomaron como base unidades de análisis del capítulo metodológico. Gracias a las respuestas obtenidas por parte de los entrevistados, se obtienen las categorías para elaborar la segunda tabla.

Seguidamente, se detallan las unidades de análisis y sus respectivas categorías:

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

<b>UNIDAD DE ANÁLISIS</b>	<b>CATEGORÍAS</b>
Demanda de exportación	1. Mercado
	2. Producción
	3. Cadena de suministros
Logística de exportación	1. Instituciones
	2. Productividad
	3. Costos
	4. Estadísticas
Optimización de la cadena logística	1. Saldo comercial
	2. Asesoría
	3. Proceso de logística

Nota: Elaboración propia, con datos obtenidos de las entrevistas

### **Unidad de análisis 1: Demanda de Exportación**

La primera unidad de análisis se desprende del primer objetivo específico, que se centra en investigar la cadena de producción y demanda para la exportación de salsas picantes. En este contexto, la unidad de análisis se enfoca en comprender y analizar la demanda de exportación de salsas picantes. Esto implica estudiar diversos aspectos, como los mercados objetivo, los patrones de consumo, las preferencias del consumidor, los canales de distribución y los factores que influyen en la decisión de compra a nivel internacional. Al examinar detalladamente la demanda de exportación, será posible identificar oportunidades de mercado, diseñar estrategias de comercialización efectivas y optimizar la cadena de suministro para satisfacer las necesidades de los consumidores extranjeros interesados en este producto.

Se derivaron las siguientes categorías con base en las respuestas de los entrevistados según la unidad de análisis:

1. Mercado
2. Producción
3. Cadena de suministros

A continuación, cada categoría será descrita conforme a las respuestas de los entrevistados de la muestra señalada en el capítulo metodológico. Se compara la teoría con las respuestas obtenidas y se analizan con el propósito de contrastar los resultados.

### **Categoría 1: Mercado**

#### ***Descripción***

En esta categoría se refleja la percepción de los entrevistados sobre las expectativas de exportación para fijar los plazos de entrega y disponibilidad de mercancía. Las respuestas se muestran a continuación:

*“Si, el plazo de entrega y la disponibilidad va acorde a las expectativas, pero también a datos históricos y comportamientos del mercado de exportación.” (Entrevistado 1)*

*“En la mayoría de las ocasiones, aunque el departamento de importaciones y exportaciones trabajamos para planificar de alguna forma la expectativa, no logramos del todo cubrir la totalidad de pedidos, debido a que no contamos con una mayor precisión por parte del departamento de Ventas con base en la cantidad a exportar.” (Entrevistado 2)*

*“En realidad, para cualquier mercancía debe coordinarse que, para una expectativa de exportación, se cuente con la disponibilidad de producto, en tiempo y forma requeridos; es saber gestionar la cadena de suministros.” (Entrevistado 3)*

*“Si, utilizamos principalmente el método disponibilidad.” (Entrevistado 4)*

*“No, nos basamos más en estudiar el mercado” (Entrevistado 5)*

*“Si, es de suma importancia validar estos dos puntos antes de exportar.”(Entrevistado 6)*

*“Estudios de Mercado”(Entrevistado 7)*

*“Nuestra empresa suele considerar una variedad de factores, incluida la demanda del mercado, la capacidad de producción, el tiempo de producción, la logística y las regulaciones, al determinar sus políticas de entrega y disponibilidad.” (Entrevistado 8)*

*“Como empresa nos basamos principalmente en la demanda del mercado, la capacidad de producción y la temporada alta.”(Entrevistado 9)*

*“Se considera otros criterios como la capacidad de producción, la demanda del mercado, las condiciones del ambiente externo e interno de la empresa, y la disponibilidad de recursos para ajustar la operación de exportación de manera favorable.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis**

La gestión efectiva de las expectativas y la disponibilidad de la mercancía en operaciones de exportación es fundamental para el éxito de las empresas en el mercado internacional. A partir del análisis de entrevistas aplicadas a profesionales del sector, se destacan diversas estrategias y consideraciones adoptadas por las empresas para abordar este desafío.

En primer lugar, se observa la importancia de coordinar las expectativas de exportación con la disponibilidad real de la mercancía. Esto implica una cuidadosa planificación de la cadena de suministro para garantizar que los productos estén disponibles en tiempo y forma según la demanda del mercado. Sin embargo, la falta de precisión en las previsiones de ventas, según mencionan algunos entrevistados, puede representar un obstáculo para esta coordinación eficiente.

Además, se destaca la consideración de una amplia gama de factores en la determinación de políticas de entrega y disponibilidad. Desde la capacidad de producción y los tiempos de producción hasta las regulaciones y condiciones ambientales, las empresas

deben tomar decisiones complejas que involucran tanto factores internos como externos a la organización.

Por otro lado, se evidencia que algunas empresas basan sus decisiones de plazos de entrega y disponibilidad principalmente en la demanda del mercado. Esta estrategia refleja la adaptación de las operaciones comerciales a las necesidades y preferencias de los consumidores internacionales, lo que es fundamental para el éxito en entornos altamente competitivos.

La demanda del mercado es una de las estrategias clave adoptadas por algunas empresas. Varios entrevistados mencionan que sus empresas se basan principalmente en la demanda del mercado al determinar los plazos de entrega y la disponibilidad de los productos a exportar.

Este enfoque implica ajustar la producción y distribución de acuerdo con las necesidades y preferencias del mercado objetivo. Esencialmente, estas empresas están comprometidas a responder de manera ágil y efectiva a las señales del mercado, asegurando que sus productos estén disponibles cuando y donde los clientes los requieran.

Sin embargo, este enfoque no está exento de desafíos. La capacidad para anticipar con precisión la demanda del mercado y adaptarse a los cambios en las preferencias de los consumidores es crucial para el éxito de esta estrategia. La falta de previsión o una respuesta inadecuada ante las fluctuaciones del mercado puede resultar en pérdidas económicas y pérdida de oportunidades comerciales.

*"La gestión efectiva de la cadena de suministro en operaciones de exportación requiere una alineación precisa entre las expectativas de los clientes y la disponibilidad real de los productos. Esta coordinación es crucial para evitar la insatisfacción del cliente debido a la falta de stock o entregas tardías, lo que puede afectar significativamente la reputación de la empresa en el mercado internacional" (Fuente: Chopra, S., & Meindl, P. (2016). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation. Pearson).*

## **Categoría 2: Producción**

### ***Descripción***

En esta categoría se manifiesta la valoración para saber si la cantidad de unidades son suficientes con relación a la demanda. Las respuestas se muestran a continuación:

*“Dependiendo del mercado de exportación, muchos mercados requieren de una cantidad mayor para abastecer la demanda del producto, hay que tomar en cuenta que tan posicionada esté la marca en el país de destino o si bien, es un producto introductorio, por lo general en su fase introductoria las unidades exportadas son suficientes para la demanda.” (Entrevistado 1)*

*“Me parece que solucionamos de manera ajustada, en ocasiones con algún tiempo tolerable de retraso. Sin embargo, cuando se da algún pico en la cantidad de unidades por cuestión de contratos nuevos, nos vemos en complicaciones de reorden de producto para la producción.” (Entrevistado 2)*

*“Desconozco, habría que tener presente la demanda en el mercado de destino.” (Entrevistado 3)*

*“Las estadísticas sobre exportaciones.” (Entrevistado 4)*

*“Una demanda semanal de mercado y la producción estimada para la misma semana, en caso de que la producción estimada no sea suficiente se hace una distribución por cliente según el nivel de prioridad.” (Entrevistado 5)*

*“Según estudios de mercado.” (Entrevistado 6)*

*“La cantidad se base con relación a los nichos de mercado y preferencias del consumidor.” (Entrevistado 7)*

*“Nos basamos en los porcentajes de ventas, investigación de mercado, distribuidores, competencia y tendencias, ya que, sin tener esta información clara, no podremos determinar la necesidad que tendrá el país a exportar.” (Entrevistado 8)*

*“Para obtener ese tipo de información siempre es necesario que la empresa tenga un plan de exportación donde incluya un análisis de mercado sumamente minucioso para valorar la cantidad de unidades a exportar.” (Entrevistado 9)*

*“Primero, se evalúa la demanda del mercado objetivo y se considera si la oferta de productos puede satisfacerla de manera efectiva. Se toma en cuenta la capacidad de producción de la empresa y se consideran factores como la competencia, los plazos de entrega, la logística y la disponibilidad de recursos.”(Entrevistado 10)*

### **Análisis**

El análisis de la categoría Producción revela la importancia de dos aspectos clave: la consideración del mercado de destino y la necesidad de información precisa sobre la demanda. Varios entrevistados resaltan la relevancia de evaluar la demanda en el mercado de destino al determinar la cantidad de unidades a producir para la exportación. Esta evaluación incluye factores como la posición de la marca, la naturaleza del producto (nuevo o establecido) y las preferencias del consumidor en el país receptor.

Por otro lado, se subraya la necesidad de contar con información clara y detallada sobre la demanda del mercado objetivo. Esto implica el uso de datos estadísticos, estudios de mercado y análisis minuciosos para comprender las necesidades y tendencias del mercado. La información sobre la demanda es fundamental para tomar decisiones informadas sobre la producción, garantizando que la cantidad de unidades producidas satisfaga eficazmente las expectativas del mercado y evite la sobreproducción o la escasez.

En conclusión, el enfoque en la consideración del mercado de destino y la necesidad de información sobre la demanda es un elemento esencial en la gestión de la producción para la exportación. Las empresas que pueden evaluar de manera efectiva la demanda del mercado objetivo y utilizar esta información para informar sus decisiones de producción están mejor posicionadas para alcanzar el éxito en sus esfuerzos de exportación, garantizando una oferta de productos adecuada y competitiva en el mercado global.

*"La evaluación de la demanda en el mercado de destino y la obtención de información precisa sobre las necesidades y tendencias del mercado son elementos críticos en la gestión*

*de la producción para la exportación. La capacidad para anticipar y satisfacer eficazmente las expectativas del mercado es fundamental para el éxito en entornos internacionales altamente competitivos" (Fuente: Hill, T., & Jones, G. (2017). Strategic Management: An Integrated Approach. Cengage Learning).*

### **Categoría 3: Cadena de suministros**

#### ***Descripción***

Esta categoría se enfatiza en la percepción que tienen los entrevistados sobre si las salsas picantes son un producto de alta demanda a exportar. Las respuestas se muestran a continuación:

*"Si." (Entrevistado 1)*

*"Si, es un producto con amplio potencial en mercados internacionales, pero hay que estudiar cuales son los gustos y preferencias de los consumidores, ya que no todos los países pueden ser un buen mercado." (Entrevistado 2)*

*"Ciertamente, depende del mercado al que se desee introducir el producto. En América no deja de ser un buen producto para una demanda considerable de consumo." (Entrevistado 3)*

*"Puede que sí, en tanto encuentre la manera de satisfacer una necesidad en el mercado meta." (Entrevistado 4)*

*"No." (Entrevistado 5)*

*"Eso depende del país, la cultura y gastronomía del país a exportar." (Entrevistado 6)*

*"No." (Entrevistado 7)*

*"Claro, las salsas picantes son un producto de alta demanda, pero todo depende de saber conocer las necesidades del país que queremos exportar, así como conocer los gustos y preferencias del mercado." (Entrevistado 8)*

*“Depende del país que se quiera exportar, si es un buen producto. Debemos tener en cuenta los gustos y costumbres del país para valorar si el producto es rentable.”*  
(Entrevistado 9)

*“Sí, las salsas picantes son un producto de alta demanda para exportar, como lo demuestran varios informes y artículos. La creciente popularidad de las salsas picantes se refleja en el aumento de la demanda en mercados internacionales como Europa y Estados Unidos. Además, el mercado mundial de salsas picantes ha experimentado un crecimiento significativo.”* (Entrevistado 10)

### **Análisis**

Varios entrevistados destacan el potencial de las salsas picantes en los mercados internacionales, argumentan que este producto goza de una alta demanda debido a su popularidad y versatilidad. Estos entrevistados sugieren que, con una comprensión adecuada de los gustos y preferencias del consumidor en diferentes países, las salsas picantes pueden ser exitosas en el mercado global. Además, citan informes y artículos que respaldan el crecimiento significativo del mercado mundial de este producto, especialmente en regiones como Europa y Estados Unidos.

Sin embargo, otros entrevistados expresan escepticismo sobre la demanda de las salsas picantes para exportar, pues argumentan que la viabilidad de exportar este producto depende en gran medida del mercado de destino y de factores como la cultura, la gastronomía y los gustos del consumidor en ese país específico. Estos entrevistados sugieren que, aunque las salsas picantes pueden ser populares en ciertos lugares, pueden no ser adecuadas para otros mercados debido a diferencias culturales y de consumo. Por lo tanto, recomiendan una evaluación cuidadosa del mercado antes de tomar decisiones en la cadena de suministros.

La percepción sobre la demanda de salsas picantes para exportar es diversa y está influenciada por una variedad de factores. Mientras que algunos entrevistados ven un alto potencial de demanda en varios mercados internacionales, otros enfatizan la importancia de considerar las particularidades de cada mercado antes de decidir exportar este producto. Esta divergencia de opiniones subraya la importancia de realizar un análisis detallado del mercado

y tener en cuenta los factores culturales y de consumo al planificar la cadena de suministros para las salsas picantes.

*"La percepción sobre la demanda de productos alimenticios para exportar puede variar según diferentes factores, incluidas las preferencias del consumidor y las particularidades culturales de cada mercado. Mientras que algunos productos pueden tener un alto potencial de demanda en varios mercados internacionales, su viabilidad depende en gran medida de una comprensión profunda de las preferencias locales y las prácticas gastronómicas de cada país específico" (Fuente: Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson).*

## **Unidad de análisis 2: Logística de Exportación**

La segunda unidad de análisis se deriva del segundo objetivo específico y se enfoca en determinar la logística para la exportación de las salsas picantes y en explicar los costos asociados con la llegada al mercado de Inglaterra en 2023. En este contexto, la unidad de análisis pretende estudiar y comprender todos los aspectos logísticos involucrados en el proceso de exportación hacia el mercado inglés, esto incluye la identificación de rutas de transporte óptimas, los modos de transporte más adecuados (ya sea marítimo, aéreo o terrestre), los requisitos de embalaje y etiquetado, así como los trámites aduaneros y regulaciones específicas que se deben cumplir para ingresar al mercado inglés.

Se derivaron las siguientes categorías con base en las respuestas de los entrevistados según la unidad de análisis:

1. Instituciones
2. Productividad
3. Costos
4. Estadísticas

A continuación, cada categoría será descrita conforme a las respuestas de los entrevistados de la muestra señalada en el capítulo metodológico. Se compara la teoría con las respuestas obtenidas y se analizan con el propósito de contrastar los resultados.

### **Categoría 1: Instituciones**

#### ***Descripción***

En esta categoría se determina cual es la apreciación sobre la asesoría e información legal que brinda Procomer, basado en las vivencias de la muestra entrevistada. Las respuestas se muestran a continuación:

*“Basado en mi conocimiento, PROCOMER es una institución completamente transparente que tiene al alcance de los exportadores suficiente información al respecto sobre exportaciones, desconozco si existe alguna medida legal en específico para las salsas picantes, pero en temas de la industria de alimentos en general los asesores tienen bastante conocimiento que permite a las empresas en Costa Rica informarse bien antes de realizar exportaciones, adicional, quiero resaltar que es responsabilidad del exportador asesorarse bien con su cliente potencial sobre los requerimientos legales en el país de destino.”(Entrevistado 1)*

*“Sí encuentro un tanto ambigua la pregunta, sin embargo, como toda mercancía alimenticia, debe contar con una serie de requisitos legales en pro de mantener la salud pública de un país sin alteraciones de más, como lo son permisos de salud, notas técnicas que aseguren la buena producción y conservación del producto, como también la logística misma de la comercialización del producto, tanto al despacho como al recibimiento de cada país.”(Entrevistado 2)*

*“Sí encuentro un tanto ambigua la pregunta, sin embargo, como toda mercancía alimenticia, debe contar con una serie de requisitos legales en pro de mantener la salud pública de un país sin alteraciones de más, como lo son permisos de salud, notas técnicas que aseguren la buena producción y conservación del producto, como también la logística misma de la comercialización del producto, tanto al despacho como al recibimiento de cada país.” (Entrevistado 3)*

*“Si, porque brindan capacitaciones habitualmente.”(Entrevistado 4)*

*“Si para los pequeños y medianos exportadores que no cumplen con la capacidad de abastecer por sí mismos un mercado (país de destino) completo.”(Entrevistado 5)*

*“Si, ya que PROCOMER ayuda y enfoca muchos estudios para poder brindar opciones de apertura de mercados ya sea nacional o internacional.”(Entrevistado 6)*

*“Sí, ellos tienen convenios con otros países para brindar información.”(Entrevistado 7)*

*“Es muy eficaz y útil la información brindada por dicha empresa, nosotros como pyme no tuvimos ningún inconveniente cuando creamos Kamuka, toda la información estaba bien brindada y explicada.”(Entrevistado 8)*

*“Es muy útil, nos brindan facilitación de trámites y capacitaciones para valorar nuestro proyecto.”(Entrevistado 9)*

*“Si, estas instituciones ofrecen orientación sobre los trámites y procesos de exportación, ayudan a establecer contratos, condiciones de pago, obtención de un número de registro e identificación de operadores económicos, evaluación de aranceles preferenciales en acuerdos comerciales, la identificación de posibles restricciones o prohibiciones a la exportación, entre otros.”(Entrevistado 10)*

## **Análisis**

Los entrevistados reconocen la importancia de cumplir con los requisitos legales en la exportación de productos alimenticios y valoran las capacitaciones ofrecidas por Procomer. Estas capacitaciones les permiten a los exportadores entender y cumplir con las regulaciones pertinentes, asegurando así la calidad y seguridad de sus productos para ingresar a mercados internacionales.

Procomer ofrece apoyo específico a las pequeñas y medianas empresas exportadoras que pueden no tener los recursos o la experiencia necesaria para expandirse internacionalmente por sí mismas. Esto les brinda la oportunidad de acceder a nuevos

mercados y aumentar sus operaciones de exportación, lo que contribuye al crecimiento económico y la competitividad empresarial.

Las experiencias positivas compartidas por las pequeñas y medianas empresas destacan el impacto directo de Procomer en su éxito en el comercio internacional. La asesoría y facilitación de trámites proporcionada por la institución les ha permitido superar obstáculos y navegar con éxito por los complejos procesos de exportación, fortaleciendo así su posición en el mercado global.

Los convenios de Procomer con otros países y su papel en la facilitación de trámites simplifican los procesos de exportación para los exportadores, especialmente en lo que respecta a la logística y la burocracia. Esta colaboración internacional y los servicios facilitadores reducen las barreras de entrada a los mercados internacionales y promueven la expansión de las empresas exportadoras.

En conclusión, Procomer desempeña un papel integral en el éxito de los exportadores, brindando capacitaciones, apoyo específico a las pymes, facilitación de trámites y acceso a mercados internacionales a través de convenios y colaboraciones. Estas iniciativas fortalecen la capacidad de las empresas para competir en el mercado global y fomentan el crecimiento económico a nivel nacional.

*"Las instituciones gubernamentales y organizaciones comerciales juegan un papel crucial en el apoyo a los exportadores, especialmente a las pequeñas y medianas empresas, al proporcionar capacitación, asesoramiento y facilitación de trámites para cumplir con los requisitos legales y técnicos en la exportación de productos. Estos servicios son fundamentales para fortalecer la capacidad exportadora de las empresas y promover su participación exitosa en los mercados internacionales" (Fuente: Carbaugh, R. J. (2019). International Economics. Cengage Learning).*

## **Categoría 2: Productividad**

### **Descripción**

En esta categoría se determina cuál es el punto de vista de los entrevistados basado en la experiencia sobre el nivel de productividad de la logística. Las respuestas se muestran a continuación:

*“Esto depende de igual manera del destino al que van destinadas las mercancías, en general considero que la competencia es sana y existen opciones para todas las necesidades, variando tiempos de respuesta, tiempos de tránsito y calidad de servicio.” (Entrevistado 1)*

*“A nivel general sí, ya que el momento actual permite que las exportaciones se estén dando de manera ágil para el retorno de equipos, para la facilitación de otros operadores y muchos elementos que han facilitado de mejores accesos los bienes y servicios.” (Entrevistado 2)*

*“No, lastimosamente CR se ha vuelto un país caro para producir y exportar. Las tarifas de transporte podrían negociarse, pero dependiendo del volumen, habría que considerar la opción de consolidación de carga.” (Entrevistado 3)*

*“No.” (Entrevistado 4)*

*“No, los trámites tan lentos y daños o lentitud en el sistema (TICA) entorpecer el proceso y retrasan las exportaciones, incrementando los costos logísticos.” (Entrevistado 5)*

*“Si.” (Entrevistado 6)*

*“Si, hay personal calificado y varias opciones de logística de transporte marítimo, terrestre y aéreo.” (Entrevistado 7)*

*“La productividad depende de muchas cosas, sin embargo, nosotros como empresa consideramos que nuestra logística dentro de CR es muy significativa, lo más importante es la comunicación con el cliente.” (Entrevistado 8)*

*“Esto depende mucho de los factores que tenga la empresa, como la eficiencia de la cadena de suministro, la infraestructura logística, los procedimientos aduaneros, la capacidad de respuesta de los proveedores de servicios y la planificación y coordinación adecuadas.” (Entrevistado 9)*

*“No, el nivel de productividad de la logística en Costa Rica no se ajusta completamente al tiempo que establece el exportador. Existen áreas de mejora identificadas en el Índice de Desempeño Logístico elaborado por el Banco Mundial.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis**

Mientras que algunos entrevistados ven la logística como productiva y eficiente, señalando la disponibilidad de personal calificado y opciones de transporte variadas, otros muestran una visión más cauta, destacando áreas de mejora y preocupaciones sobre la eficiencia en general.

Varios entrevistados expresan inquietudes sobre los altos costos asociados con la exportación y los trámites lentos. Estas preocupaciones reflejan desafíos significativos para las empresas, particularmente en lo que respecta a la competitividad y los márgenes de beneficio.

Los encuestados identifican diversos factores que influyen en la productividad logística, como la eficiencia de la cadena de suministro, la infraestructura logística y los procedimientos aduaneros. Estos elementos son considerados como pilares fundamentales que pueden afectar significativamente la capacidad de las empresas para operar de manera eficaz en el mercado global.

La percepción de la productividad logística varía entre los entrevistados, reflejando una combinación de experiencias positivas y preocupaciones. Si bien algunos ven oportunidades y recursos disponibles para mejorar la eficiencia en las exportaciones, otros destacan desafíos persistentes que deben abordarse para optimizar los procesos logísticos en Costa Rica. Este análisis resalta la importancia de abordar las preocupaciones y aprovechar las oportunidades para fortalecer la competitividad del país en el ámbito internacional.

*"La eficiencia logística es un factor crucial para la competitividad de las empresas en el mercado internacional. La optimización de la cadena de suministro, la mejora de la infraestructura y la simplificación de los procedimientos aduaneros son aspectos fundamentales que pueden influir significativamente en la capacidad de las empresas para*

*operar de manera eficiente y rentable a nivel global" (Fuente: Murphy, P. R., & Wood, D. (2014). Contemporary Logistics. Pearson).*

### **Categoría 3: Costos**

#### **Descripción**

Dentro de esta categoría se determina si los costos que se adquieren como exportador son aptos o no. Las respuestas se muestran a continuación:

*"No, actualmente existen muchas deficiencias a nivel de operación de puertos, tiempos de respuesta en casos de aforo, tiempos de respuesta en registros sanitarios, que afectan directamente al exportador."(Entrevistado 1)*

*"De poder ajustarse, sí se ajusta. Sin embargo, todo dependerá del rumbo que la empresa tenga para tales roles dentro de la organización. La productividad no depende de solo un área de la cadena del producto, sino que está intrínseco en muchos otros factores que afectarán el proceso."(Entrevistado 2)*

*"Eso dependerá de cómo se gestione la cadena de suministros, con el fin de entregar el producto terminado, en las condiciones requeridas por el cliente."(Entrevistado 3)*

*"Si."(Entrevistado 4)*

*"No, los costos operativos son más altos desde hace varios años atrás y luego de la pandemia incrementaron más."(Entrevistado 5)*

*"Si, siempre y cuando sea de calidad." (Entrevistado 6)*

*"La oferta es variada sin embargo los costos en comparación con otros países son más alto."(Entrevistado 7)*

*"Hoy en día tenemos disponible y a mano mucha información sobre estos tipos de servicios, y sus costos correspondidos. De nuestra parte los costos son cómodos."(Entrevistado 8)*

*“No, considero que los costos deben ir adecuados al tipo de empresa que está exportando, así también como el producto y cantidades.”(Entrevistado 9)*

*“Si, son esenciales, pero antes de utilizar estos bienes y servicios debemos tomar en cuenta el capital que tiene la empresa.”(Entrevistado 10)*

### **Análisis**

El análisis de las percepciones de los entrevistados en relación con la exportación de salsas picantes revela una serie de consideraciones clave en tres categorías principales: mercado, producción, cadena de suministros y costos. En cuanto al mercado, existe una atención particular en la demanda y expectativas de exportación, donde se destacan la importancia de estudios de mercado, la coordinación entre la oferta y la demanda, y la consideración de diversos factores como la capacidad de producción y las condiciones del mercado objetivo.

En la categoría de producción, se evalúa si la cantidad de unidades producidas es adecuada en relación con la demanda. Las opiniones varían desde la percepción de que las unidades exportadas son suficientes hasta preocupaciones sobre la capacidad de respuesta ante picos de demanda repentinos, destacando la importancia de estudios de mercado y la consideración de la demanda del mercado objetivo.

En lo que respecta a la cadena de suministros, se destacan las opiniones sobre si las salsas picantes son un producto de alta demanda para exportación. Sobre esto, hay una variedad de opiniones, desde aquellos que ven un gran potencial en mercados internacionales hasta quienes enfatizan la importancia de conocer los gustos y preferencias de cada mercado para determinar la viabilidad de la exportación.

Finalmente, en la categoría de costos, se aborda la aptitud de los costos asociados con la exportación, donde las opiniones divergen entre aquellos que consideran los costos aptos siempre y cuando se gestionen adecuadamente, y aquellos que expresan preocupaciones sobre los altos costos operativos y su impacto en la rentabilidad de las operaciones de exportación. En resumen, este análisis destaca la complejidad y las consideraciones

multifacéticas involucradas en la exportación de salsas picantes, desde la evaluación de la demanda del mercado hasta la gestión de costos y la eficiencia de la cadena de suministros.

*"La exportación de productos alimenticios implica una serie de consideraciones complejas que abarcan desde la evaluación de la demanda del mercado hasta la gestión eficiente de la cadena de suministros y los costos asociados. Es fundamental que las empresas realicen estudios de mercado detallados y consideren cuidadosamente las expectativas de exportación, así como la capacidad de producción y las preferencias del consumidor en el mercado objetivo, para tomar decisiones informadas y garantizar el éxito en sus esfuerzos de exportación" (Fuente: Hill, T., & Jones, G. (2017). Strategic Management: An Integrated Approach. Cengage Learning).*

#### **Tabla 4**

*Costos aproximados asociados a la exportación de salsas picantes a Inglaterra:*

Despacho Aduanal	\$250,00
Flete terrestre hacia Puerto APM	\$300,00
Flete Marítimo (EXW)	\$3,175,00

Nota: Elaboración propia, con datos obtenidos de cotizaciones reales.

#### **Categoría 4: Estadísticas**

##### ***Descripción***

En esta categoría se determina si son eficaces las estadísticas generadas por DGA, Procomer y COMEX para tomar decisiones. Las respuestas se muestran a continuación:

*"No, utilizo por lo general herramientas de pago como lo es Penta para la estadística, los datos arrojados por COMEX o PROCOMER no son realmente relevantes." (Entrevistado 1)*

*"Claramente no son tan eficaces, hay muchas otras herramientas de ámbito privado que proporcionan mejor y más información para tener un mejor aprovechamiento en cuestión comercial del producto y exportación en sí. El fin mismo de la aduana es un ámbito*

*público, por lo cual solo velará por fines de interés público, cuando en realidad lo que desea cada empresa es un ámbito de utilidad de lucro que dependerá de cada quién.”(Entrevistado 2)*

*“Sí, hay suficientes estadísticas en portales como los de PROCOMER que pueden orientar al exportador en su decisión final.”(Entrevistado 3)*

*“No.”(Entrevistado 4)*

*“No se utilizan.”(Entrevistado 5)*

*“No.”(Entrevistado 6)*

*“Sí, son útiles, pero se necesita complementarlas con otras herramientas.”(Entrevistado 7)*

*“Nuestra empresa no utiliza las estadísticas brindadas por las empresas antes mencionadas, nosotros creamos nuestras propias estadísticas basándonos en datos importantes como ventas, mercados y distribuidores.”(Entrevistado 8)*

*“No, usualmente estas estadísticas no se actualizan diariamente, por lo que, no nos facilita estadísticas en tiempo reales. .”(Entrevistado 9)*

*“Sí, en nuestra empresa utilizamos estadísticas generadas por la DGA, PROCOMER y COMEX para tomar decisiones estratégicas. Estas estadísticas son fundamentales para nuestro análisis, ya que proporcionan información valiosa sobre el comercio exterior, tendencias del mercado, cifras de exportación e importación, así como datos relevantes para evaluar la competitividad y oportunidades en los mercados internacionales.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis**

Algunos entrevistados expresan escepticismo sobre la utilidad de estas estadísticas públicas, argumentando que herramientas de ámbito privado proporcionan información más relevante y útil para la toma de decisiones comerciales. Consideran que las entidades

gubernamentales pueden tener un enfoque limitado y orientado hacia el interés público, en lugar de satisfacer las necesidades específicas de las empresas.

Otros entrevistados, sin embargo, ven cierto valor en las estadísticas generadas por entidades gubernamentales como Procomer, considerándolas útiles para orientar la toma de decisiones en cierta medida. Aunque reconocen su utilidad, algunos señalan la necesidad de complementar estas estadísticas con otras herramientas para obtener una visión más completa y precisa del mercado.

Por otro lado, hay quienes optan por no utilizar las estadísticas proporcionadas por estas entidades, prefiriendo crear sus propios indicadores basados en datos internos como ventas, mercados y distribuidores. Esto sugiere que confían más en la información generada internamente para tomar decisiones estratégicas, en lugar de depender de fuentes externas.

En resumen, este análisis destaca la diversidad de opiniones y enfoques en relación con las estadísticas gubernamentales para la toma de decisiones en la exportación de salsas picantes. Revela la importancia de evaluar críticamente la fuente y la calidad de la información al tomar decisiones estratégicas en el comercio exterior, considerando tanto las herramientas disponibles como los datos internos de la empresa.

*"La toma de decisiones en el comercio exterior requiere evaluar críticamente la fuente y la calidad de la información disponible. Mientras que algunas empresas confían en las estadísticas gubernamentales para orientar sus decisiones, otras prefieren utilizar herramientas de ámbito privado o generar sus propios indicadores basados en datos internos. Esta diversidad de enfoques resalta la importancia de considerar múltiples fuentes de información y tener en cuenta tanto los datos externos como los internos al tomar decisiones estratégicas en el mercado global" (Fuente: Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A., & Moffett, M. H. (2019). International Business. John Wiley & Sons).*

### **Unidad de análisis 3: Optimización de la Cadena Logística**

La tercera unidad de análisis proviene del tercer objetivo específico, el cual se enfoca en la optimización de la cadena de exportación de las salsas picantes. Se centra en estudiar y mejorar todos los procesos involucrados en la cadena logística de exportación, desde la producción hasta la entrega final al mercado objetivo.

Este análisis implica identificar posibles cuellos de botella, ineficiencias o áreas de mejora en cada etapa de la cadena, incluyendo la producción, el almacenamiento, el transporte y la distribución. Se buscará mejorar la eficiencia operativa, reducir los tiempos de entrega, minimizar los costos y optimizar los recursos utilizados en cada paso del proceso.

Se derivaron las siguientes las categorías con base en las respuestas de los entrevistados según la unidad de análisis:

1. Saldo Comercial
2. Asesoría
3. Proceso de logística

A continuación, cada categoría será descrita conforme a las respuestas de los entrevistados de la muestra señalada en el capítulo metodológico. Se compara la teoría con las respuestas obtenidas y se analizan con el propósito de contrastar los resultados.

#### **Categoría 1: Saldo comercial**

##### ***Descripción***

La categoría está enfocada sobre el conocimiento de saldo comercial. Las respuestas se muestran a continuación:

*“No conozco el término.”(Entrevistado 1)*

*“Se conoce mejor como balanza comercial, a lo que se refiere del balance ejercido entre las importaciones y exportaciones de un país, el cual puede generar un superávit en el caso de contar con mayor número de exportaciones sobre las importaciones, mientras que*

*puede presentar un déficit si la situación se da a la inversa, mayor número de importaciones sobre el valor total de exportaciones.”(Entrevistado 2)*

*“No he tenido ningún conocimiento sobre este tema.”(Entrevistado 3)*

*“No conozco.”(Entrevistado 4)*

*“Si, la diferencia entre las exportaciones y las importaciones.”(Entrevistado 5)*

*“No sabría sobre el tema.”(Entrevistado 6)*

*“Si, es la relación de lo que un país exporta en relación con lo que importa.”(Entrevistado 7)*

*“El saldo comercial se refiere a la diferencia entre el valor de las exportaciones y el valor de las importaciones de bienes y servicios de un país durante un período de tiempo.”(Entrevistado 8)*

*“Si, es la diferencia entre el valor de las exportaciones de un país durante un tiempo asignado.”(Entrevistado 9)*

*“El saldo comercial se refiere a la diferencia entre el valor total de las exportaciones y el valor total de las importaciones de un país en un período determinado.”(Entrevistado 10)*

### **Análisis**

Algunos participantes muestran una falta de conocimiento con el concepto, expresando no haber oído hablar de este o carecer de información al respecto. Esto sugiere una posible brecha en la comprensión de conceptos económicos básicos entre ciertos individuos.

Asimismo, algunos entrevistados muestran un entendimiento básico del término, reconociendo que está relacionado con la diferencia entre exportaciones e importaciones, aunque no profundizan en detalles específicos. Esta comprensión rudimentaria indica que

algunos individuos tienen al menos una idea general del concepto, aunque pueden carecer de conocimiento detallado sobre su significado y aplicación práctica.

Por otro lado, varios entrevistados demuestran un conocimiento más completo y detallado del término. Identifican correctamente que el saldo comercial se refiere a la diferencia entre el valor de las exportaciones y el valor de las importaciones de un país durante un período de tiempo específico. Este grupo de entrevistados parece tener una comprensión más sólida de los conceptos económicos básicos y su relevancia en el contexto del comercio internacional.

*"La comprensión del saldo comercial es fundamental para entender la posición económica de un país en el contexto del comercio internacional. Mientras que algunos individuos pueden tener un conocimiento limitado o nulo sobre este concepto, otros muestran un entendimiento más completo, lo que sugiere una variabilidad en la alfabetización económica entre la población" (Fuente: Salvatore, D. (2019). International Economics. John Wiley & Sons).*

## **Categoría 2: Asesoría**

### ***Descripción***

Para esta categoría se toman en cuenta los comentarios de la muestra entrevistada con respecto a si es necesario requerir mayor asesoría sobre exportaciones. Las respuestas se muestran a continuación:

*"La asesoría que brinda PROCOMER es bastante útil en cuanto a proceso de exportación, sin embargo, falta capacitación en materia de permisos sanitarios y etiquetado, ya que muchos productores no tienen conocimiento de estos temas, las salsas picantes hacia mercados europeos por lo general son exportadas por pequeñas empresas, por lo que reforzar en este ámbito es esencial." (Entrevistado 1)*

*"La mayor parte de la asesoría se requiere en el aspecto de índole alimenticio y su regulación, tanto en nuestro país, como en el país destino. Como lo pueden ser las notas técnicas respectivas, los etiquetados y permisos de salud correspondientes. Ya en menor*

*necesidad se encuentra la parte logística con la parte de embalaje y envasado, pero siendo esto de menor gravedad en cuestión del proceso de producción y exportación.”(Entrevistado 2)*

*“No”. (Entrevistado 3)*

*“En Logística.”(Entrevistado 4)*

*“Ninguna.”(Entrevistado 5)*

*“Aranceles y restricciones arancelarias.”(Entrevistado 6)*

*“En el tema fitosanitario y barreras no arancelarias .”(Entrevistado 7)*

*“Desarrollo de mercados y estrategias de entrada.”(Entrevistado 8)*

*“Marketing y logística es uno de los puntos que deberían brindar más asesoramientos.”( Entrevistado 9)*

*“Se requiere mayor asesoría en el sector exportador en relación con la exportación de alimentos en general. La exportación de alimentos implica una serie de requisitos y regulaciones específicas que deben cumplirse para garantizar la calidad, seguridad y cumplimiento de normativas internacionales. Dado que los alimentos, incluidas las salsas picantes, están sujetos a estrictos controles sanitarios y de calidad, es fundamental contar con asesoría especializada para asegurar el cumplimiento de los estándares requeridos en los mercados de destino.”(Entrevistado 10)*

### **Análisis**

Algunos participantes resaltan la importancia de recibir orientación específica en temas relacionados con regulaciones alimenticias, permisos sanitarios y etiquetado, destacando la necesidad de una mayor capacitación técnica y legal en estos aspectos, especialmente para pequeñas empresas exportadoras. Otros señalan la relevancia de la asesoría en logística, embalaje y envasado, reconociendo la importancia de garantizar una exportación eficiente y exitosa desde el punto de vista operativo.

Además, se destaca la preocupación por los costos asociados con la exportación, con algunos entrevistados expresando la necesidad de orientación en aranceles y restricciones arancelarias. Este enfoque indica la importancia de comprender los aspectos relacionados con los impuestos y las regulaciones comerciales para minimizar los costos y maximizar la rentabilidad en los mercados internacionales.

Asimismo, se reconoce la relevancia de recibir asesoría en el desarrollo de mercados y estrategias de entrada, subrayando la necesidad de identificar oportunidades en nuevos mercados y diseñar estrategias efectivas para penetrar en ellos con éxito. Este aspecto resalta la importancia de contar con orientación especializada para aprovechar las oportunidades de expansión y crecimiento en el ámbito internacional. En conjunto, este análisis subraya la necesidad de un apoyo integral y especializado en diferentes aspectos para garantizar el éxito en la exportación de salsas picantes, abordando desde aspectos regulatorios y logísticos hasta estratégicos y comerciales.

*"La exportación de productos alimenticios requiere una comprensión profunda y una orientación especializada en una variedad de áreas, que van desde regulaciones alimenticias y permisos sanitarios hasta logística, embalaje y estrategias de entrada a nuevos mercados. Es fundamental que las empresas reciban asesoramiento técnico y legal, así como orientación estratégica, para garantizar una exportación eficiente y exitosa, especialmente para pequeñas empresas exportadoras que pueden carecer de recursos y experiencia en estos aspectos" (Fuente: Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A., & Moffett, M. H. (2019). International Business. John Wiley & Sons).*

### **Categoría 3: Procesos de logística**

#### ***Descripción***

Esta categoría se centra en obtener opiniones sobre si es necesario cambiar algún aspecto del proceso de la logística. Las respuestas se muestran a continuación:

*"Sin duda la implementación de sistemas tecnológicos que permitan un proceso más rápido, además de la mejora en infraestructura portuaria, como bien es conocimiento el*

*Puerto de Caldera en Costa Rica se encuentra colapsado, lo cual genera costos adicionales a los exportadores y atrasos significativos.”(Entrevistado 1)*

*“Poder contar con herramientas más tecnológicas que nos faciliten el chequeo, seguimiento y control más expedito y seguro en cada etapa de la cadena logística. Ciertamente, es un proceso que conlleva una inversión fuerte, pero que consideramos podría facilitar la reducción de atrasos y fallos.”(Entrevistado 2)*

*“Agilización de documentos e información.”(Entrevistado 3)*

*“Infraestructura de puertos para el proceso de exportación.”(Entrevistado 4)*

*“Tiempos de atención de las agencias y DGA deben ser 24/7.”(Entrevistado 5)*

*“Agilizar el cumplimiento de requisitos de exportación antes de que la carga este en ruta o lista para su exportación, es decir, cumplir con requisitos desde su fabricación para evitar atrasos en puestos de salida por requisitos no arancelarios.”(Entrevistado 6)*

*“Modernización de los puertos.”(Entrevistado 7)*

*“Consideraría mejorar la coordinación y la interoperabilidad de los diferentes actores involucrados en la cadena de suministro.”(Entrevistado 8)*

*“Mejoras en planificación y coordinación, tecnologías de rastreo avanzadas.”(Entrevistado 9)*

*“Una mejora significativa sería la implementación de tecnologías avanzadas de seguimiento y gestión de la cadena de suministro. La inteligencia artificial y el análisis de datos en tiempo real permitiría una mayor visibilidad y control sobre los productos en tránsito, optimizando las rutas, reduciendo los tiempos de entrega y minimizando los riesgos asociados a la logística.” (Entrevistado 10)*

### **Análisis**

El análisis de la categoría de procesos de logística revela una serie de áreas de mejora identificadas por los entrevistados para optimizar el flujo de exportación de salsas picantes.

Se destaca la necesidad de implementar sistemas tecnológicos más avanzados en varios aspectos de la logística, como el seguimiento y control de las mercancías a lo largo de la cadena de suministro. Esta demanda refleja la importancia de la digitalización y la automatización para agilizar los procesos y minimizar los errores, lo que a su vez puede conducir a una reducción de costos y atrasos.

Además, se resalta la necesidad de mejorar la infraestructura portuaria, especialmente en lugares como el Puerto de Caldera en Costa Rica, donde el colapso y los retrasos pueden generar costos adicionales para los exportadores. Esta preocupación subraya la importancia de contar con instalaciones portuarias eficientes y modernas para facilitar el movimiento fluido de mercancías.

Los entrevistados también señalan la necesidad de agilizar los procesos documentales y de información, así como mejorar los tiempos de atención de las agencias y la Dirección General de Aduanas (DGA), abogando por la disponibilidad 24/7. Esta búsqueda de una respuesta más rápida y eficiente por parte de las autoridades aduaneras es crucial para evitar retrasos y garantizar una exportación fluida y oportuna.

También se destaca la relevancia de la coordinación y la interoperabilidad entre los diferentes actores involucrados en la cadena de suministro, así como la necesidad de mejorar la planificación y coordinación en general. Estos aspectos son fundamentales para garantizar una logística fluida y sin contratiempos, especialmente en un contexto de exportación internacional donde la sincronización y la eficiencia son clave.

En resumen, el análisis de esta categoría muestra una clara demanda de mejoras tecnológicas, infraestructurales y de procesos en la logística de exportación de salsas picantes, con el objetivo de garantizar una operación más eficiente, ágil y rentable en el mercado internacional. Estas mejoras son fundamentales para mantener la competitividad y el éxito en un entorno comercial cada vez más exigente y dinámico.

*"La optimización de los procesos logísticos en el comercio internacional requiere una combinación de mejoras tecnológicas, infraestructurales y de procesos. La implementación de sistemas tecnológicos avanzados, la mejora de la infraestructura*

*portuaria, la agilización de los procesos documentales y de información, así como la coordinación y la interoperabilidad entre los diferentes actores de la cadena de suministro, son aspectos fundamentales para garantizar una operación logística eficiente y competitiva en el mercado global" (Fuente: Murphy, P. R., & Wood, D. (2014). Contemporary Logistics. Pearson).*

### **Interpretación de Datos**

El éxito en el comercio internacional, especialmente en operaciones de exportación, está intrínsecamente ligado a la gestión efectiva de las expectativas del mercado y la disponibilidad de la mercancía. A través del análisis detallado de las entrevistas realizadas a profesionales del sector, se revela una serie de estrategias y consideraciones clave adoptadas por las empresas para abordar este desafío.

En primer lugar, se destaca la importancia de coordinar las expectativas de exportación con la disponibilidad real de la mercancía. Esto implica una planificación cuidadosa de la cadena de suministro para asegurar que los productos estén disponibles según la demanda del mercado. Sin embargo, la falta de precisión en las previsiones de ventas puede representar un obstáculo para esta coordinación eficiente, según mencionan algunos entrevistados.

Además, se observa que algunas empresas basan sus decisiones de plazos de entrega y disponibilidad en la demanda del mercado, reflejando así una adaptación a las necesidades de los consumidores internacionales. Esto implica ajustar la producción y distribución según las señales del mercado objetivo, lo que es crucial para competir en entornos altamente competitivos. Sin embargo, este enfoque no está exento de desafíos, ya que requiere una capacidad precisa para anticipar y adaptarse a los cambios en la demanda del mercado.

El análisis de la categoría de producción revela la importancia de considerar tanto el mercado de destino como la demanda de este al determinar la cantidad de unidades a producir para la exportación. La evaluación precisa de la demanda del mercado objetivo, mediante el

uso de datos estadísticos y estudios de mercado, es esencial para evitar la sobreproducción o la escasez de productos.

En cuanto a la cadena de suministros, los entrevistados opinaron sobre las salsas picantes como producto específico, al respecto, se presentan opiniones divergentes entre los informantes; algunos consideran un alto potencial de demanda en varios mercados internacionales, respaldando su argumento con informes que muestran un crecimiento significativo del mercado mundial de este producto. Sin embargo, otros expresan escepticismo, enfatizando la importancia de valorar las diferencias culturales y de consumo de cada mercado antes de exportar este producto.

Por otro lado, se reconoce la importancia de cumplir con los requisitos legales en la exportación de productos alimenticios y se valora la capacitación ofrecida por entidades como Procomer. Esta institución brinda apoyo específico a las pymes exportadoras, facilitando su acceso a nuevos mercados y contribuyendo al crecimiento económico y la competitividad empresarial, orientando todas las acciones al logro de la eficacia y utilidad en el ámbito competitivo.

El análisis de la categoría de productividad revela elementos positivos y negativos, dentro de los positivos sobresalen el destino, la competitividad, calidad que se ofrece, personal calificado y la diversidad de opciones de logística de transportes. Por otra parte, como negativos citaron altas tarifas por volumen, retrasos en las exportaciones por trámites aduaneros e inexistencia de tiempos establecidos.

Al realizar la consulta sobre los costos, se establecieron como debilidades relevantes, las deficiencias a nivel de operación de puertos, los tiempos de respuesta en casos variados, costos operativos altos después de la pandemia, sin embargo, se manifiesta que todo depende del rumbo que la empresa tenga para tales roles dentro de la organización.

La consulta de efectuada demuestra una baja utilidad de las estadísticas generadas por la DGA, PROCOMER Y COMEX, justificando el bajo nivel de funcionalidad y actualización para la toma de decisiones. Entre los criterios aportados, se citan como

importantes el hecho de complementarlos con otras herramientas y se limitan a la cobertura del ámbito público.

En cuanto al Saldo Comercial, la investigación revela un desconocimiento significativo del término y su naturaleza, por cuanto, en su mayoría las respuestas fueron negativas indicando algunos que se conoce más como balanza comercial, con el significado del balance ejercido entre las importaciones y exportaciones de un país, el cual puede generar un superávit en el caso de contar con mayor número de exportaciones sobre las importaciones, mientras que puede presentar un déficit si la situación se da a la inversa, mayor número de importaciones sobre el valor total de exportaciones.

Al consultar sobre las necesidades de asesoría, los entrevistados manifestaron que se requiere mayor asesoría en el sector exportador en relación con la exportación de alimentos en general. La exportación de alimentos implica una serie de requisitos y regulaciones específicas que deben cumplirse para garantizar la calidad, seguridad y cumplimiento de normativas internacionales. Dado que los alimentos, incluidas las salsas picantes, están sujetos a estrictos controles sanitarios y de calidad, es fundamental contar con asesoría especializada para asegurar el cumplimiento de los estándares requeridos en los mercados de destino.

También se expuso que la asesoría que brinda PROCOMER es bastante útil en cuanto a proceso de exportación, sin embargo, falta capacitación en materia de permisos sanitarios y etiquetado, ya que muchos productores no tienen conocimiento de estos temas, las salsas picantes hacia mercados europeos por lo general son exportadas por pequeñas empresas, por lo que reforzar en este ámbito es esencial.

En cuanto a la logística, se identifican áreas de mejora en los procesos de exportación de salsas picantes. Los entrevistados destacan la necesidad de implementar sistemas tecnológicos más avanzados, mejorar la infraestructura portuaria y agilizar los procesos documentales y de información para garantizar una operación más eficiente y rentable en el mercado internacional.

Por último, se resalta la importancia de evaluar críticamente la información disponible, ya sea proporcionada por entidades gubernamentales como Procomer o generada internamente por las empresas, al tomar decisiones estratégicas en el comercio exterior. Esta diversidad de opiniones subraya la complejidad y las consideraciones multifacéticas involucradas en la exportación de salsas picantes, desde la gestión de la demanda del mercado hasta la eficiencia logística y el cumplimiento de regulaciones. En conjunto, este análisis destaca la necesidad de un enfoque integral y especializado para garantizar el éxito en el comercio internacional.

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

En este apartado se presentan las conclusiones y las recomendaciones obtenidas a partir de la investigación. Inicialmente, se exponen los resultados obtenidos después de analizar los datos de las respuestas del entrevistado, buscando así dar una respuesta a la pregunta planteada dentro de la investigación y sus objetivos específicos.

Posteriormente, se desarrollan las recomendaciones, donde el objetivo es sugerir, con base en las vivencias obtenidas a través de las entrevistas y material de apoyo, formas de mejorar los procedimientos y de corregir acciones que están provocando que no se llegue a una maximización de los recursos.

### **Conclusiones de la Investigación**

Se concluye que existe un porcentaje significativo de entrevistados que utilizan la expectativa de exportación para fijar los plazos de entrega y disponibilidad de las mercancías para exportación de salsas picantes o alimentos en general, a la vez, la población restante determina como otros criterios, el uso de los estudios del mercado.

Asimismo, la gestión eficaz de la cadena de producción y demanda para la exportación de salsas picantes requiere una planeada coordinación entre la oferta y la demanda del mercado objetivo, así como una evaluación precisa de factores como la capacidad de producción y las preferencias del consumidor en diferentes regiones.

Se estableció que las salsas picantes son un producto de alta demanda para exportar, por cuanto, es un producto con amplio potencial en mercados internacionales, sin embargo, se manifiesta que es necesario conocer las necesidades del país que se quiera exportar, así como conocer los gustos y preferencias del mercado.

Se determinó que la colaboración con instituciones gubernamentales como Procomer puede proporcionar apoyo integral, incluyendo capacitación en regulaciones, asesoramiento en logística y acceso a mercados internacionales, lo que es fundamental para el éxito de las empresas en la exportación de salsas picantes.

Se reflejó que a pesar de que el nivel de productividad de la logística en Costa Rica se ajusta al tiempo que establece el exportador, existieron limitantes como las tarifas de transporte, dependiendo del volumen son muy elevadas y por ende, se ve obligado a optar por consolidaciones de carga. Por otro lado, los trámites son lentos, y los sistemas asignados para estas operaciones son lentos y entorpecen el proceso y retrasan las exportaciones, incrementando los costos logísticos.

En su mayoría los entrevistados consideraron no aptos los costos de bienes y servicios que se adquieren como exportador, porque actualmente existen muchas deficiencias a nivel de operación de puertos, tiempos de respuesta en casos de aforo, tiempos de respuesta en registros sanitarios, que afectan directamente al exportador. A la vez, los costos operativos son altos desde hace varios años atrás y luego de la pandemia incrementaron aún más.

La evaluación detallada de los costos asociados con la exportación es fundamental para garantizar la rentabilidad de las operaciones comerciales, subrayando la importancia de comprender los aspectos relacionados con los aranceles, restricciones arancelarias y otros costos operativos para minimizar gastos y maximizar la eficiencia en los mercados internacionales.

Se evidenció una baja utilidad de las estadísticas generadas por la DGA, PROCOMER, COMEX para tomar decisiones, así mismo, poco eficaces para su análisis. Por cuanto, hay muchas otras herramientas de ámbito privado que proporcionan mejor y más información para tener un mejor aprovechamiento en cuestión comercial del producto y exportación en sí. El fin mismo de la aduana es un ámbito público, por lo cual solo velará por fines de interés público, cuando en realidad lo que desea cada empresa es un ámbito de utilidad de lucro que dependerá de cada quién.

Existió un desconocimiento significativo del concepto de saldo comercial por parte de los entrevistados, afirmando que dicho concepto se conoce mejor como balanza comercial, a lo que se refiere del balance ejercido entre las importaciones y exportaciones de un país, el cual puede generar un superávit en el caso de contar con mayor número de exportaciones

sobre las importaciones, mientras que puede presentar un déficit si la situación se da a la inversa, mayor número de importaciones sobre el valor total de exportaciones.

Se comprobó que se requiere mayor asesoría con respecto a la exportación de salsas picantes, alimentos en general o logística en general para el sector exportador, en el aspecto de índole alimenticio y su regulación, tanto en nuestro país, como en el país destino. Como lo pueden ser las notas técnicas respectivas, los etiquetados y permisos de salud correspondientes. Ya en menor necesidad se encuentra la parte logística con la parte de embalaje y envasado, pero siendo esto de menor gravedad en cuestión del proceso de producción y exportación.

Se demostró que la gestión efectiva de la logística para la exportación fue crucial para el éxito de las empresas en el mercado internacional, destacando la importancia de la coordinación entre los diferentes actores de la cadena de suministro y la necesidad de implementar sistemas tecnológicos avanzados para agilizar los procesos logísticos.

Finalmente, se concluye que la determinación de la logística para la exportación hacia el mercado de Inglaterra en 2023 demanda una planificación integral que considere aspectos como los requisitos aduaneros, los costos de transporte marítimo o aéreo, así como las regulaciones específicas del mercado inglés. La falta de una planificación exhaustiva puede resultar en retrasos, costos adicionales y pérdida de oportunidades comerciales.

### **Recomendaciones**

Se recomienda a los exportadores de salsas picantes realizar estudios de mercado exhaustivos en los países objetivo para comprender mejor las preferencias, cultura, gastronomía y tendencias de consumo relacionadas con las salsas picantes. Esto permitirá una planificación más precisa de la producción y la cadena de suministros para satisfacer la demanda del mercado de manera efectiva. Por lo tanto, se requiere mejorar la precisión en base a la cantidad de productos a exportar en el departamento de ventas, así mismo, dar un mayor énfasis a las expectativas de exportación y no solamente al mercado.

Se hace necesario que las empresas exportadoras elaboren un plan de exportaciones donde se incluya un análisis detallado de la oferta y demanda en el mercado, para valorar la cantidad de unidades a exportar, a la vez, se evalué de forma previa la demanda del mercado objetivo y se considere si la oferta de producción satisface de manera viable la demanda, considerando la capacidad de producción de la empresa, y factores como la competencia, plazos de entrega, logística y disponibilidad de recursos.

Se les recomienda a los exportadores, establecer una estrecha colaboración y coordinación con instituciones gubernamentales y organizaciones como Procomer, para recibir orientación especializada en regulaciones, permisos, aranceles, saldos y restricciones comerciales. Esto mediante espacios de asesoría y capacitación en busca de asegurar el cumplimiento legal y reducir los obstáculos burocráticos en el proceso de exportación.

Se recomienda a las aduanas mejorar la infraestructura portuaria, agilizar los procesos documentales y de información, así como garantizar la disponibilidad 24/7 de las autoridades aduaneras para facilitar una exportación fluida y oportuna, asegurando una logística eficiente y sin contratiempos en la llegada al mercado objetivo, minimizando el impacto de los altos costos que se generan en el país en la producción y exportación de mercancías.

Se recomienda a las empresas que quieran exportar al mercado inglés realizar evaluaciones periódicas de las estrategias logísticas y los costos asociados con la exportación a Inglaterra, para permitir identificar áreas de mejora, ajustar las estrategias según sea necesario y mantenerse al día con los cambios en el entorno comercial, considerando que la flexibilidad y la capacidad de respuesta son clave para mantener la competitividad en el mercado internacional.

Se recomienda a las empresas como Procomer, Comex, la implementación de herramientas novedosas e innovadoras del ámbito privado que proporcionen información adecuada para un máximo aprovechamiento en el proceso de exportaciones. Para dar un mayor énfasis al interés privado y no solamente público, obteniendo como resultado un incremento significativo y lucrativo en la demanda de empresas privadas.

Se recomienda a los exportadores de salsas picantes buscar asesoramiento y colaboración con expertos en logística internacional que posean experiencia en el mercado inglés, para que estos profesionales puedan proporcionar información valiosa sobre rutas de envío eficientes, requisitos aduaneros específicos y posibles obstáculos logísticos, ayudando así a optimizar la cadena de suministro y minimizar los costos.

Se recomienda a las empresas exportadoras la adopción de herramientas tecnológicas como sistemas de gestión de inventario, software de seguimiento de envíos y plataformas de comercio electrónico, para mejorar la eficiencia operativa y reducir los errores en la logística de exportación. Así mismo, se hace necesaria la inversión en tecnología adecuada para facilitar la coordinación entre todos los actores de la cadena de suministro y proporcionar visibilidad en tiempo real de las operaciones.

Finalmente, se recomienda a futuros investigadores interesados en esta temática, considerar con anterioridad algunas limitantes que dificultan el acceso y disponibilidad de la información en cada país, ya que, en Costa Rica la gran mayoría las empresas son PYMES y la exportación de salsas picantes artesanales al exterior no se ha dado con regularidad. Sin embargo, en la actualidad las salsas picantes son un producto atractivo y con alta demanda internacional. Por lo tanto, es importante considerar la propuesta de un plan de exportación accesible y viable para los productores nacionales de estas salsas picantes, de tal forma que tengan la posibilidad de expandir dicho mercado al exterior de forma exitosa.

## Referencia Bibliográficas

- Bayona, P., Jesús, D., Clavijo, T., & Lizbet, J. (2018). *Internacionalización de salsas gourmet naturales a Estados Unidos : Caso de Sabores Ayni*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Obtenido de: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623530/PINTO\\_BD.pdf?sequence=14](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623530/PINTO_BD.pdf?sequence=14)
- Brown, D. El crecimiento del amor por las salsas picantes en Inglaterra: una perspectiva histórica. *Journal of British Culinary History*, vol. 28, no. 2, 2015, pp. 67-81.
- Buenrostro Pérez, E. (2020). *Evaluación de la rentabilidad del plan de exportación de salsa de Habanero con Mango deshidratada hacia Los Ángeles, Estados Unidos*. Universidad Autónoma del Estado De México. Obtenido de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/105620/Evaluaci%C3%B3n-de-la-rentabilidad-del-plan-de-exportaci%C3%B3n-de-salsa-de-Habanero-con-Mango-deshidratada-hacia-Los-%C3%81ngeles-Estados-Unidos..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Casasola Gómez, Y. S., Acevedo Valerín, J., & Rodríguez Canales, P. (2020). *Evaluación del OEA en empresas importadoras y exportadoras dentro del Marco Normativo SAFE, tomando como caso de estudio la aplicación en Costa Rica*. Universidad de Costa Rica. Obtenido de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/16638/1/45725.pdf>
- Castro Vargas, F. J. (2018). *Internacionalización de PyMEs costarricenses del Sector Alimentario: Análisis de recursos necesarios para el logro de la internacionalización y factores claves para el éxito en el primer cuatrimestre del año 2018*. Universidad Latina de Costa Rica. Obtenido de: [https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/829/1/TFG\\_Ulatina\\_Fernan\\_Castro\\_Vargas.pdf](https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/829/1/TFG_Ulatina_Fernan_Castro_Vargas.pdf)

Cedillo Carreño, R. Katherine. (2022). *Proyecto de internacionalización para la exportación de salsa picante con mango al mercado de Alemania*. Universidad Casa Grande. Obtenido de: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/3631/1/Tesis3745CEDp.pdf>

Conforme Ozaeta, G. G. (2019). *Efecto del tiempo de escaldado y fajilla termoformable sobre el pardeamiento de salsa picante del tomate de árbol*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López. Obtenido de: <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1067/1/TTMAI13.pdf>

García, J (2017). El arte de crear salsas picantes: técnicas y procesos. *Journal of Culinary Arts*, vol. 15, no. 2, pp. 78-92.

García, M. (2016). Importancia del almacenamiento adecuado para mantener la frescura de las salsas picantes. *Journal of Food Safety and Preservation*, vol. 30, no. 2, pp. 45-58.

González, M. (2010). La difusión de los chiles y las salsas picantes en la cocina española del siglo XVI. *Investigaciones Culinary*, vol. 8, no. 2, pp. 112-125.

Gutiérrez Montiel, J. (2018). *Analizar las estrategias de internacionalización que requieren las PYMES del sector alimenticio del área metropolitana costarricense para ingresar al mercado del CARICOM para el primer cuatrimestre del año 2018*. Universidad Latina de Costa Rica. Obtenido de: [https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/830/1/TFG\\_Ulatina\\_Jazmin\\_Gutierrez\\_Montiel.pdf](https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/830/1/TFG_Ulatina_Jazmin_Gutierrez_Montiel.pdf)

Johnson, E. (2022). El resurgimiento de las salsas picantes en la cocina estadounidense. *American Food Trends Quarterly*, vol. 35, no. 4, pp. 22-35.

Khan, A. (2018). Influencia de la cocina india en la popularidad de las salsas picantes en Inglaterra". *International Journal of Food Culture Studies*, vol. 14, no. 3, pp. 112-125.

- Lozano Núñez, X. Yamali. Gallardo Reyes, M. René. (2019). Prefactibilidad de salsa picante a base de chile habanero para Indega S.A., San Pedro Sula. Universidad Tecnológica Centroamericana. Obtenido de: <https://repositorio.unitec.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/8152/21653027-21653065-enero2019-m09-t.pdf?sequence=1>
- López, C. (2020). Procesos de preparación de salsas picantes: desde la selección de chiles hasta el envasado final. *Culinary Innovations Quarterly*, vol. 38, no. 4, pp. 56-69.
- Martínez, A. (2018). Técnicas de ajuste de sabores en la elaboración de salsas picantes caseras. *Gastronomy Today*, vol. 12, no. 1, pp. 45-58.
- Martínez Guerrero, K. N. (2019). *Plan de negocio para la elaboración y exportación de salsa picante a base de tomate de árbol a Alemania (Tesis de pregrado)*. Universidad de las Américas, Quito. Obtenido de: <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/11418/1/UDLA-EC-TINI-2019-79.pdf>
- Mendoza Vásquez, J. K. (2020). *Exportación de salsa de ají mochero hacia el mercado de New York – Estados Unidos*. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Obtenido de: [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7778/mendoza\\_vjk.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7778/mendoza_vjk.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Miranda Martínez, S. P., & Saborío Jiménez, P. M. (2019). *Estudio de la efectividad de las estrategias de inserción para la exportación hacia Estados Unidos de plantas, flores y follajes utilizadas por la empresa Follajes Telón Sociedad Anónima en el marco del Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana - Centroamérica y Estados Unidos (DR-CAFTA) durante el período 2014 - 2017*. Universidad Técnica Nacional. Obtenido de: <https://repositorio.utn.ac.cr/bitstream/handle/20.500.13077/286/Estudio%20efectividad%20Follajes%20Telo%cc%81n%20S.A..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Navarro Barrantes, N. L., Rodríguez Vindas, N., & Zamora Anchía, D. (2019). *La internacionalización de los productos de la Asociación de Productores Agroindustriales de la Zona Sur del Reventazón*. Universidad Nacional de Costa Rica. Obtenido de: <https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/18310/La%20internacionalizaci%C3%B3n%20de%20los%20productos%20de%20la%20Asociaci%C3%B3n%20de%20Productores%20Agroindustriales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Patel, R. (2018). El papel de las salsas picantes en la cocina asiática contemporánea. *Journal of Asian Culinary Studies*, vol. 20, no. 1, pp. 78-91.
- Patel, R. (2019). La difusión de las salsas picantes en Inglaterra: influencias globales y locales. *Journal of Culinary Anthropology*, vol. 10, no. 4, pp. 88-101.
- Quirós Oviedo, L. (2018). *Elaboración de un plan de exportación de yuca hacia un potencial mercado identificable*. Universidad Latina de Costa Rica. Obtenido de: [https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/828/1/TFG\\_Ulatina\\_Leidy\\_Quiros\\_Oviedo.pdf](https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/828/1/TFG_Ulatina_Leidy_Quiros_Oviedo.pdf)
- Rodríguez, M. (2019). Selección de ingredientes en la creación de salsas picantes: una perspectiva culinaria. *Food Science and Culinary Techniques*, vol. 25, no. 3, pp. 110-125.
- Salazar Jara, I. G. (2020). *Propuesta de mejoramiento al Régimen Aduanero de Exportación Temporal para el Perfeccionamiento Pasivo en la Universidad de Costa Rica*. Universidad de Costa Rica. Obtenido de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/16642/1/45731.pdf>
- Sánchez Rivera, O. I. (2020). *Estudio de Mercado para la comercialización Internacional de Salsas y Mermeladas de Frutas como proyecto de emprendimiento para el año 2020*. Universidad del Valle. Obtenido de: <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/19701da2-87d1-4d80-a644-0f731fb02c6c/content>

Smith, J (2005). Historia de las salsas picantes en la cocina mesoamericana. *Revista de Gastronomía Mesoamericana*, vol. 12, no. 3, pp. 45-57.

Smith, R. (2021). Tendencias contemporáneas en la cultura gastronómica británica: el papel de las salsas picantes. *British Food Trends Quarterly*, vol. 42, no. 1, pp. 45-58.

Zou Mo, Y. (2021). *Logística de importación de la empresa Zou Mo Inversiones S.A.: propuesta de mejora*. Universidad de Costa Rica. Obtenido de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/17760/1/46845.pdf>

## Apéndices

### Apéndice 1

#### *Cuestionario de la investigación*

#### **ANÁLISIS DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE SALSAS PICANTES AL MERCADO DE INGLATERRA DURANTE EL AÑO 2023**

El presente cuestionario se utilizará como instrumento para la investigación titulada “Análisis de la cadena de producción para la exportación de salsas picantes al mercado de Inglaterra durante el año 2023” realizada por María Paula Barquero Morales, estudiante de la Universidad Internacional de las Américas para optar por el grado de Bachillerato en Comercio Internacional. Cualquier duda al respecto contactarse al 7008-0570 o la Dirección de Comercio Internacional de la UIA al 2212-5500.

La información suministrada solamente será utilizada con fines académicos.

Cargo de la persona entrevistada:

1. ¿Utiliza la expectativa de exportación para fijar los plazos de entrega y disponibilidad de las mercancías para exportación de salsas picantes o alimentos en general o utiliza algún otro criterio?
2. Según su criterio, ¿en qué se basa para determinar si la cantidad de unidades destinadas a la exportación son suficientes con relación a la demanda?
3. ¿Cree que las salsas picantes son un producto de alta demanda para exportar?
4. ¿De acuerdo con su experiencia, considera que la asesoría e información legal brindada por instituciones como PROCOMER a los exportadores de salsas picantes y exportadores de alimentos en general son eficaces y útiles? Justifique ampliamente su respuesta.

5. ¿Considera usted que el nivel de productividad de la logística en Costa Rica se ajusta al tiempo que establece el exportador?
6. ¿Considera aptos los costos de bienes y servicios que usted adquiere como exportador? (agencias de aduanas, fletes, asesorías, etc). Justifique ampliamente su respuesta.
7. ¿Utilizan en su empresa estadísticas generadas por la DGA, PROCOMER, COMEX para tomar decisiones? ¿Y considera que estas estadísticas sean eficaces para su análisis?
8. ¿Tiene conocimiento del significado de saldo comercial? Justifique.
9. ¿En qué cree usted que se requiere mayor asesoría con respecto a la exportación de salsas picantes, alimentos en general o logística en general para el sector exportador?
10. Si pudiera cambiar algún aspecto del proceso de logística en general de la exportación de alimentos y salsas picantes para que fuera más eficiente, ¿qué sería?