

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

**CIENCIAS ECONÓMICAS
COMERCIO INTERNACIONAL**

**Avances en las negociaciones sobre el acceso a los
mercados para los productos no agrícolas en el seno de la
OMC al 2017**

Megan Josephine Breckenridge Watson

SAN JOSE, NOVIEMBRE, 2017

Dedicatoria y Agradecimientos

Dedicatoria

Primeramente se la dedico a Dios, porque sin el de verdad nada de esto sería posible, por siempre estar conmigo cuando sentía que no podía.

Y también se lo dedico a mi linda mamá que de corazón le agradezco por todas los esfuerzos y sacrificios que ha hecho por mí y por mi hermana, de verdad estoy muy orgullosa y feliz porque me haya tocado una mamá tan protectora, linda, amiga y mejor mamá de todas.

Agradecimientos

Muchas gracias a mi mamá, que sin ella no hubiera podido ser la persona que soy hoy y por siempre estar para mí en los Buenos y malos momentos de mi vida, te amo muchísimo mami linda.

A mi hermana que estuvo para mí también en el proceso de entrevistas y en todo momento en general, te amo hermanita linda.

A mis profesores, todos los que me dieron clases desde el primer cuatrimestre hasta el último y me tuvieron paciencia y enseñaron todas las cosas que hoy en día se, de verdad a todos y cada uno los guardo en mi corazón.

A mi princesita linda Mariana que Dios se lució con una amiga como ella, gracias amiga por estar para mi desde el primer cuatrimestre y hasta ahorita, porque una vez y siempre te lo he dicho de esta salimos juntas, te amo nanita linda.

Resumen Ejecutivo

En el presente trabajo de investigación, se realizó un análisis de los avances de de las negociaciones sobre el acceso a los mercados para los productos no agrícolas en el seno de la OMC para el 2017, la cual pretende dar a conocer cuáles son los antecedentes de la producción no agrícola que forman parte de las consecuencias de las negociaciones y cuáles son las condiciones de mercado para el acceso a productos no agrícolas.

De igual forma se conocen los grupos miembros pertenecientes a esta negociación y los cuales presentan algunas propuestas para cumplir con el objetivo principal que es la reducción o eliminación de los aranceles incluyendo las crestas arancelarias, los aranceles elevados y la progresividad arancelaria (imposición de aranceles más elevados para proteger la industria de transformación y de aranceles más bajos para las materias primas), así como los obstáculos no arancelarios, en particular respecto de los productos cuya exportación interesa a los países en desarrollo.

Se trabajó bajo un enfoque cualitativo ya que está situada a un tema en específico y este también se va a ver reflejado en el diverso por los argumentos y puntos de vista de las fuentes que van a servir de ayuda para el desarrollo de esta misma. Va a contar con un diseño narrativo por parte de las muestras a entrevistar y sus respuestas que van a ser de gran utilidad para la recolección y creación de categorías de análisis.

Como conclusión de la investigación es la carencia de información por parte de vendedores y productores de la producción no agrícola y es de mucha importancia tener actualizada cualquier tema adrede a este y aprovechar lo que las entidades públicas ofrecen como charlas, asesorías y talleres de interés y que le pueden añadir valor demás al producto ofrecido. Y también que la problemática de las crestas arancelarias no es un tema que se va a dejar pasar o solo una vez va a ser tema de discusión ya que dependiendo de la época estas van a estar en un constante cambio.

Tabla de contenido

Dedicatoria y Agradecimientos	4
Resumen Ejecutivo	5
Índice de tablas	12
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	13
Planteamiento del Problema de Investigación	13
Objetivos de la Investigación.....	14
Objetivo general	14
Objetivos específicos.....	14
Justificación de la Investigación	15
Antecedentes de la Investigación.....	16
Proyecciones de la Investigación	19
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA	20
Negociaciones.....	20
Definición	20
Esta se puede definir como un acuerdo en el que dos o más personas están involucradas y estas están optando por un beneficio en común.....	20
Aspectos importantes de la negociación.	20
Puntos que toman en cuenta en la negociación.	21

Acceso de los productos no agrícolas al mercado	22
Según la OMC	23
Barreras comerciales	24
Definición del programa de Doha	24
Consistencia del programa de Doha.....	24
Desarrollo del programa.....	26
Productos no agrícolas.....	27
Definición de los productos no agrícolas.....	27
Son todos y cada uno de los productos que no están bajo el respaldo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) a excepción del pescado y la silvicultura.	27
Causas de la incorporación al mercado.....	27
Fórmulas para la reducción arancelaria	27
Ventajas.....	29
Desventajas.....	30
Tipos en que se dividen los productos no agrícolas.....	30
Tipos de producción no agrícola.....	30
Manufacturados	31
Combustibles.....	33
Productos de las industrias extractivas.....	34
El pescado y sus productos derivados	34

Productos de la silvicultura	37
Calzado.....	38
Productos forestales.....	40
Conclusiones de la negociación	41
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	42
Enfoque de la Investigación.....	42
Diseño de la Investigación	42
Muestra de la Investigación	43
Población.....	43
Muestra.....	43
Unidades de Análisis	47
Instrumentos Utilizados en la Investigación	48
Procesos para la Recolección de Datos.....	49
Método de Análisis de la Investigación	49
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	50
Unidad de análisis 1: Antecedentes de la producción no agrícola	52
Categoría 1: Negociaciones similares.....	53
Descripción:	53
Análisis.....	54

Categoría 2: Puntos importantes de la negociación	55
Descripción	55
Análisis.....	56
Categoría 3: Precio / Calidad de los productos no agrícolas	57
Descripción.....	57
Análisis.....	57
Categoría 4: Aumento de los aranceles.....	58
Descripción.....	58
Análisis.....	58
Categoría 5: Beneficios para los productores	59
Análisis.....	60
Categoría 6: Beneficios para los consumidores	61
Descripción	61
Análisis.....	63
Categoría 7: Programas y ayudas para productores	63
Descripción	64
Análisis.....	64
Unidad de Análisis 2: Condiciones de mercado.....	65
Categoría 1: Mercados con mayor dificultad.....	66

Descripción.....	66
Análisis.....	67
Categoría 2: Medidas proteccionistas a la producción no agrícola.....	68
Descripción.....	68
Análisis.....	69
Categoría 3: obstáculos comerciales	70
Descripción.....	70
Análisis.....	71
Categoría 4: Obstáculos más significativos	71
Descripción.....	72
Análisis.....	72
Categoría 5: Inflación del dólar.....	73
Descripción.....	73
Análisis.....	73
Categoría 6: Barreras técnicas.....	74
Descripción.....	74
Análisis.....	75
Categoría 7: Normativas y regulaciones	76
Descripción.....	76

Análisis.....	77
Categoría 8: Incremento en los últimos años.....	77
Descripción.....	78
Análisis.....	79
Categoría 9: Evidencia del crecimiento	79
Descripción.....	80
Análisis.....	80
Interpretación de Datos	81
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
Conclusiones de la investigación	84
Recomendaciones de la Investigación	89
REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS	91
APÉNDICES	93

Índice de tablas

Tabla 1. Principales destinos del sector industrial 2014-2015	32
Tabla 2. Destinos de exportación de productos pesqueros, 2014-2015	36
Tabla 3. Destinos de exportación del calzado, 2014-2015	39
Tabla 4. Muestra de la investigación	44
Tabla 5. Unidades y categorías de análisis	51

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema de Investigación

La mayoría de las exportaciones e importaciones son de índole productiva, ya que se enfocan en la agricultura, hecho que genera mayor potencial a sus productores, pues gozan de notas técnicas, permisos legales y demás documentos necesarios para llevar a cabo una buena comercialización. Estas son de gran importancia, ya que son viables para el comercio y solventan las economías de muchos países, puesto que son una fuente de intercambio entre estos. Dicha analogía puede ejemplificarse desde el punto de vista comercial, ya que si un país es muy bueno en la producción de piña y otro país no lo es o no es su fuerte, se da el intercambio de mercancías y es ahí donde se permite presenciar la existencia del comercio internacional.

Existen otro tipo de mercancías de alto grado de superioridad, las que hacen posible la confección de los productos agrícolas o mejor conocidas como las herramientas y los recursos, los encargados de confeccionar o crear las mercancías. Se tratan de los productos no agrícolas, los cuales se refieren a los productos que no están bajo el cargo del Ministerio de Agricultura y Ganadería, como por ejemplo las manufacturas, el petróleo, los productos de silvicultura y los de pescados. Es importante que los mercados estén abiertos a probar mercancías nuevas a su territorio y, si llegan a ser de su agrado, empezar a darle rentabilidad y así empezar hacer comercio con otros países.

La problemática de este trabajo se ve ligada a la investigación y el conocimiento sobre cuáles son las implicaciones y variables de mayor influencia que se pretenden cambiar o agregar para que este tipo de productos también formen parte de la comercialización. Ahora, para que se inicie este proceso, se necesitan ciertas normas y permisos legales que permitan este acceso y puedan desarrollarse de forma acelerada en las exportaciones e importaciones en países desarrollados y en vía de desarrollo.

Con base en la investigación por realizar, se pretende darle énfasis tanto a los aspectos más importantes que se necesitan para llevar a cabo una negociación, como a los requisitos establecidos que los productos no agrícolas necesitan. De este modo, con la ayuda de la participación de la Organización Mundial del Comercio, se le dará forma al acceso de estos productos a los mercados. Por lo tanto, se planteará la siguiente pregunta que ayudará a concluir con lo dispuesto anteriormente: ¿Cuál es el avance en las negociaciones sobre el acceso a los mercados para los productos no agrícolas en el seno de la OMC al 2017?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Analizar el avance en las negociaciones sobre el acceso a los mercados para los productos no agrícolas en el seno de la OMC al 2017.

Objetivos específicos

Examinar los antecedentes de la producción no agrícola, los cuales son consecuencia de las negociaciones sobre el acceso a mercados en el seno de la OMC.

Identificar las condiciones de mercado para el acceso a productos no agrícolas en el seno de la OMC.

Justificación de la Investigación

Para que se lleve a cabo una negociación, se debe tomar en cuenta ciertos aspectos, entre estos es saber el porqué de los efectos y consecuencias, ya sean buenas o malas que influyen en el país para tomar medidas y dar una solución. Todo dependerá de cuán influyente sea para la sociedad, economía, ambiente y política de un país. Muchas veces, es porque las personas dependen de este, ya sea porque son un recurso o fuente de la que van a recibir provisiones, como es el caso de los productos no agrícolas, para los que la Organización Mundial del Comercio decidió hacer una negociación con el fin de que pudieran circular libremente en los mercados.

Se sabe que este tipo de productos no son tan comunes como los son los productos agrícolas, que al ser probados dan un efecto diferente en el comercio, a diferencia de los productos no agrícolas, que son menos propensos a la comercialización debido a la existencia de varias restricciones y barreras que hacen que estos productos no puedan circular libremente y tengan dificultad al ser atractivos y de interés para el mercado de los países.

Como se había mencionado anteriormente, los productos no agrícolas comprenden las manufactureras, ya que es uno de los principales motores de la economía, debido a la mano de obra ya los recursos naturales, los cuales tiene que ser primero encontrados para luego ser confeccionados y así adaptarlos a la producción por medio de la exportación y la importación.

Algunos países tienen ventaja, ya que son ricos en minerales, el intercambio de estos les genera un gran beneficio, lo cual les permite aumentar la economía del país. Un ejemplo de un país rico en minerales es Chile, ya que según el Servicio Nacional de Geología y Minería (2013) “Santiago, de Chile es uno de los productores mundiales de cobre, y poseen de más del 30% de las reservas mundiales” (p. 209).

También se puede hablar de los productos petroleros, que de igual forma son parte de los productos no agrícolas. Para nadie es un secreto la importancia de este recurso, ya que de él se crean varios artículos necesarios para la elaboración de productos o para el funcionamiento de la mayoría de los medios de transporte que necesitan del combustible derivado del petróleo, lo cual lo convierte en una fuente de energía realmente necesaria.

De igual forma, como parte de estos productos, se encuentra la pesca y los cultivos de silvicultura, que pocas personas conocen y también son necesarios para así sacarles provecho entre los países que lo producen, para elevar el comercio de forma internacional. Por eso es tan importante tener el acceso a los mercados de estos productos, para lograr hacer intercambios de forma legal y sin ningún obstáculo que impida los convenios entre las naciones y sus mercancías.

Antecedentes de la Investigación

Según el artículo de la Conferencia Ministerial de Seattle de la Organización Mundial de Comercio (OMC), la cual se realizó entre el 30 de noviembre y el 3 de diciembre de 1999, no se pudo dar inicio a una ronda en donde se iba a hablar de las negociaciones, si no fue hasta el 7 de febrero de 2000. Los miembros del Consejo de la OMC acordaron dar inicio a las negociaciones sobre agricultura, productos no agrícolas y los servicios dispuestos en los respectivos acuerdos de la ronda de Uruguay.

En la primera reunión que se celebró en Ginebra entre el 23 y el 24 de marzo de 2000, se adoptó un programa de trabajo para la primera etapa del proceso, la cual tuvo una duración de un año, y se iba a dedicar a la presentación de propuestas de negociación.

Anticipándose a esta necesidad, y con el fin de estar preparada para proporcionar respaldo en materia de análisis al proceso de negociación, la FAO invitó a varios organismos internacionales y a expertos en comercio agrícola a reflexionar sobre los principales temas post-Seattle que inquietan a los países (desarrollados y en desarrollo), y a identificar el trabajo de análisis que podría contribuir a una mejor comprensión de los problemas y de las alternativas para hacerles frente.

Cuando se llevaron a cabo los preparativos de las “modalidades” en 2002-2003 los debates se dividieron en cinco apartados: aranceles, contingentes arancelarios, administración de contingentes arancelarios, salvaguardias especiales, empresas comerciales del Estado importadoras y otras cuestiones.

También, como parte de la reunión se pretendía conocer los puntos de mayor interés y llevarlos a cabo para realizar la negociación, entre estos estaban: el impacto potencial de los distintos planteamientos respecto de la reducción de aranceles en la estructura arancelaria y flujos comerciales; el análisis de los potenciales impactos comerciales, por productos y países, de una expansión de los contingentes arancelarios y el análisis del uso de los instrumentos provisionales de auxilio para hacerle frente a las importaciones que podrían activarse en esas situaciones como es el uso de salvaguardias, bandas de precio, sistema de promedios de aranceles, entre otros.

En el proceso de búsqueda de información en corrientes internacionales, con respecto al tema de estudio, se ubica el informe realizado por la ICTSD (2005), en donde se hace referencia a que el acceso a los mercados de los productos no agrícolas se encuentra estancado debido a la insistencia de muchos miembros de esta ronda, quienes desean conocer los alcances de la reforma comercial agrícola antes de determinar su nivel de la ambición con respecto a otros elementos de la ronda de Doha. Este acceso terminará cuando la ronda de Doha concluya con lo solicitado, aunque algunos consideran que podría ser más desafiante que el tema agrícola, pues es de suma importancia para que la Conferencia Ministerial de Hong-Kong pueda entregar un paquete aceptable para todos los miembros en diciembre del presente año(párr.1).

Además, el periódico El Tiempo de Colombia (2013) hace referencia a la creación de la nueva aplicación llamada *Applifish* para cuidar los peces en extinción, este incentivo surge a raíz de que las personas querían saber el tipo de pescados que estaban comprando para consumo. Los consumidores pueden utilizar también esta aplicación para obtener más información sobre las especies, los niveles de captura y los hábitats, así como el nivel de amenaza en que se encuentran (párr. 1 - 2).

Al buscar información en corrientes nacionales, con respecto al tema de estudio, se ubica el informe realizado por el periódico La República(2014), en este, se relata sobre los productores de pescado, quienes exigen ayuda por parte de los candidatos. El sector pequero le hace un llamado a los aspirantes de la silla presidencial para que les brinden soluciones a la problemática social y económica que presenta esta zona, ya que existe la escasez de fuentes de trabajo, la baja regulación en los precios de este tipo de productos y la falta de apoyo en el ámbito sostenible. Tales productores se sienten indignados, ya que saben que la pesca tiene un impacto social y económico muy grande, principalmente en las zonas costeras de Costa Rica. Lo que exigen es que les den una solución, por parte de Inopesca, en cuanto a la regulación de los precios. Asimismo, ellos tienen esperanza de que el próximo presidente les facilite la resolución (párr. 1).

Además, el periódico El Financiero (2015), relata sobre la caída del petróleo fuerza a los países productores a subir el precio del carburante por lo que los países como Venezuela, Irán y Libia se vieron obligados a bajar los precios del petróleo para así ahorrar y tener mejores energías renovables y los cual puede traer consecuencias políticas muy graves. En donde es ilógico ahorrar porque el costo del barril es menor a un dólar estadounidense (párr. 1-3).

Por último, el periódico La Nación(2016) cuenta sobre una crónica de los mercados más influyentes del petrolero y las actividades más sensibles como el transporte, la pesca, la electricidad, el gas, la producción de cemento, los metales no ferrosos como el aluminio y el cobre son los que más pueden ser afectados por la alza de precios en diferentes países como lo es Costa Rica, esto está preocupando a muchos importadores, ya que afectará a la

hora de utilizar este producto no agrícola en diferentes actividades diarias, así como a las mayores compras internacionales de combustible y a la demanda de dólares(párr.1-4).

Proyecciones de la Investigación

En este trabajo de investigación se pretende examinar los antecedentes de la producción no agrícola, los cuales son consecuencia de las negociaciones sobre el acceso a mercados, que variables son las más influyentes o de más relevancia y cuáles fueron los aspectos que llevaron a la decisión de realizar la negociación para que los productos no agrícolas también fuesen parte de los mercados tanto nacionales como internacionales y al mismo tiempo puedan ser comercializados de forma legal, para desarrollar el trabajo se va contar con páginas en internet, periódicos, artículos y demás fuentes que ayuden a la recopilación de información para concluir con la investigación presentada.

También se pretende identificarlas condiciones de mercado, para así tener un conocimiento amplio acerca de las ventajas y desventajas que tienen ciertos mercados porque a muchos no les puede interesar este tipo de producción, como para otros puede resultar de gran beneficio. Para desarrollar el trabajo, se consultará páginas en internet, periódicos, artículos y demás fuentes que ayuden a la recopilación de información para concluir con la investigación presentada.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

Negociaciones

Definición

Esta se puede definir como un acuerdo en el que dos o más personas están involucradas y estas están optando por un beneficio en común.

La negociación es un proceso mediante el cual dos o más partes, con intereses comunes y conflictivos deciden reunirse para presentar y discutir propuestas explícitas destinadas para llegar a un acuerdo (Hernandez, 2006, párr.1).

El objetivo de las negociaciones es concretar un compromiso formal entre partes, donde ambas puedan obtener resultados beneficiosos y favorables en pro de su bienestar ya sea económico, personal o comercial. Ambas partes se necesitan una de la otra, por lo tanto, el proceso de negociación contribuirá a definir un acuerdo para que cada uno pueda aportar (EcuRed, 2018, párr.2-3).

Aspectos importantes de la negociación.

Para realizar una negociación es importante tener en claro los objetivos y aspectos con los cuales se cuenta para, asimismo, cumplirlos de forma eficaz y eficiente y que logre tener resultados a largo plazo.

Existen algunos principios, los cuales son indispensables e importantes a la hora de realizar una negociación, estos se indican a continuación: (Doha, 2001, pág. párr.7).

- Todo único

Cada punto de la negociación es parte de un todo indivisible y nada puede acordarse por separado.

- Participación

Pueden participar en las negociaciones todos los miembros de la OMC y los gobiernos observadores que estén negociando o se propongan negociar su lealtad, pero a la hora de tomar las decisiones sobre los resultados, estas son únicamente adoptadas por los miembros.

- Transparencia

Las negociaciones deben ser transparentes.

- Trato especial y diferenciado

Las negociaciones deben tomar plenamente en cuenta el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo y los menos adelantados.

- Temas no negociados

Los elementos del programa de trabajo que no incluyen negociaciones también reciben alta prioridad.

Puntos que toman en cuenta en la negociación.

En mayo de 2002, la Secretaría de la OMC organizó un Seminario sobre Acceso a los Mercados para lograr determinar cuáles iban hacer los puntos más importantes los cuales se iban a tomar como objeto de negociación, en donde se concluyó que las cuestiones con mayor determinación era los aranceles, los obstáculos no arancelarios y las bases de datos. (OMC M. d., 2001, párr.16, pág. 16)

Como primera medida tomada, se realizó un estudio que puede ser empleado como base para encontrar o definir cuáles fueron las dificultades y/o prohibiciones que los exportadores enfrentaron a la hora de poner en práctica el comercio con distintos mercados. Muchos ejemplos se pueden dar, ya sea porque el otro país tiene muchas exigencias o porque le pone muchas condiciones al producto.

Como segunda medida, se conoció cuáles fueron los alcances que tuvieron los obstáculos no arancelarios y cómo influyeron, tanto para el país de origen como para el país destino.

Existen tres elementos cruciales acordados en la negociación mencionada: (OMC M. d., 2001, párr.16)

- Recortar aranceles con arreglo a una fórmula general basada en un coeficiente. La cual será aplicada por unos cuarenta países, entre los cuales figuran los principales comerciantes mundiales.
- Flexibilidad para los países en desarrollo el cual permitirá a estos países proteger porcentajes limitados de sus sectores más sensibles de todo el impacto de una reducción de aranceles.
- Trato especial para las economías pequeñas y vulnerables, los países menos adelantados, los miembros de reciente adhesión, los miembros con un bajo porcentaje de líneas arancelarias consolidadas y otros.

Acceso de los productos no agrícolas al mercado

El 1º de febrero de 2002, se creó el Grupo de Negociaciones sobre el acceso a los mercados, en donde el Comité de Negociaciones Comerciales tuvo su primera reunión en Doha, capital de Catar, situada en el Golfo Pérsico. En dicha oportunidad, los ministros prosiguieron con la discusión sobre la liberación comercial de los productos no agrícolas.

El objetivo principal de la negociación fue la reducción o la eliminación de los aranceles, incluyendo las crestas arancelarias, los aranceles elevados y la progresividad arancelaria (imposición de aranceles más elevados para proteger la industria de transformación y de aranceles más bajos para las materias primas), así como los obstáculos no arancelarios, en particular con respecto a los productos cuya exportación interesa a los países en desarrollo (Organización Mundial del Comercio, 2001, párr.1).

Como dato extra, en el párrafo 31 de la Declaración Ministerial de Doha, se anuncia la celebración de las negociaciones acerca de “la reducción o, según proceda, la

eliminación de los obstáculos arancelarios y no arancelarios a los bienes y servicios ecológicos” (OMC m. d., 2001).

En primera instancia, los participantes tenían que ponerse de acuerdo para dejar en claro la modalidad o la forma en que se iba a utilizar para llegar a tomar la decisión de establecer el principio de la negociación que tenía que ver con la reducción arancelaria.

Los procedimientos convenidos, los cuales debían pactarse para el 31 de mayo de 2003 incluirían estudios y medidas de creación sobre la capacidad para ayudar a los países menos adelantados a participar efectivamente en las negociaciones. En caso de que no fuese posible cumplir con el plazo establecido, los miembros acordaron que este se iba a extender hasta el 1º de agosto de 2004.

Según la OMC

La labor de la OMC consiste en ayudar a que el comercio fluya con mayor facilidad y previsibilidad, en beneficio de todos. Esta labor tiene dos facetas: la reducción de los obstáculos al comercio cuando sea posible, y la elaboración de las normas que regulan el mantenimiento de los obstáculos al comercio y otras políticas comerciales. Ambas son el resultado de rondas de negociaciones celebradas por los gobiernos desde la década de 1940.

Existen grupos de países que trabajan conjuntamente por medio de un solo equipo de negociación que se mantienen en el marco de las normas de la OMC, de modo que participan activamente en las negociaciones sobre el acceso a los mercados para los productos no agrícolas.

Existen varias agrupaciones de los países pertenecientes a las negociaciones sobre el acceso a los mercados de los productos no agrícolas, algunos ejemplos son: el grupo africano conformado por 43 países miembros de la OMC, las economías pequeñas y vulnerables conformado por 26 países miembros de la OMC, entre otras (Apéndice 1)(Agriculturas, 2017, párr.1).

Barreras comerciales

Entre los tipos de barreras, se encuentran las no arancelarias las cuales son medidas distintas a un arancel ya que tienen la función de proteger una rama de producción nacional. El objetivo de estas normas de protección es resguardar la población en materia de salud ya que garantiza la calidad de los alimentos y productos de higiene personal, de igual forma apoya al productor nacional, y también son utilizados para encubrir medidas proteccionistas.

Como es de costumbre, en el área comercial existen ciertos aranceles que continúan restringiendo el comercio, especialmente las exportaciones de los países en desarrollo, como, por ejemplo, las crestas arancelarias, los cuales son aranceles relativamente elevados que suelen aplicarse a productos sensibles y se encuentran entre niveles arancelarios generalmente bajos, otro ejemplo se puede dar con el caso de los países industrializados los cuales se consideran crestas arancelarias iguales o superiores al quince por ciento. También existe la progresividad arancelaria la cual consistente en la aplicación de derechos de importación más elevados a los productos semi elaborados y derechos aún más altos a los productos acabados, que los que se les aplican a las materias primas.

Esa práctica protege a las industrias nacionales de transformación y dificulta el desarrollo de las actividades de transformación en los países de los que son originarias las materias primas.

Definición del programa de Doha

La ronda de Doha es una de las negociaciones más recientes e importantes de la OMC, la cual tiene como objetivo lograr tener una reforma del sistema de comercio internacional mediante el establecimiento de medidas que se concentren en la reducción de los obstáculos al comercio. (OMC, OMC, 2002)

Consistencia del programa de Doha

Uno de los temas principales por discutir de esta ronda era el poder reducir los obstáculos arancelarios y no arancelarios a los bienes industriales. La mayoría de los países apoyan este mandato, ya que se verán beneficiados por las cadenas de producción, las

fuentes de abastecimiento y las redes de mercado en el comercio internacional y como en todo lugar existen las personas que no están de acuerdo con el mandato, ya que se preocupan por la pérdida de los ingresos arancelarios y el debilitamiento potencial de su competitividad.

El presidente del grupo de negociación, el embajador Stefan Johannesson de Islandia, solicitó a los miembros enfocarse en la fórmula, la flexibilidad y los aranceles no consolidados durante las negociaciones encaminadas a la reunión Ministerial de Hong Kong.

De conformidad con la Declaración Ministerial de Doha, el Comité de Negociaciones Comerciales ha sido establecido por los ministros bajo la autoridad del Consejo General, con el mandato de supervisar el desarrollo general de las negociaciones. El CNC y sus órganos de negociación no constituyen un mecanismo paralelo a los órganos existentes de la OMC ni competidor de éstos. (Comerciales, 2002, pág. 1.)

Se requiere por medio de la Declaración Ministerial que durante las negociaciones y decisiones que tomen, estas se den de manera transparente entre los participantes con el fin de facilitar la participación entre ellos.

El mandato de Doha postula que los miembros desarrollados y los que están en vía de desarrollo concedan acceso libre de derechos y de contingentes para los productos originarios de estos en una fecha que se determinará.

Por otra parte, con la ampliación de la cobertura de las consolidaciones y la reducción de los excedentes de consolidación las condiciones de acceso a los mercados se volverán más seguras.

Según la OMC (2001), la base para encaminar las conclusiones de la ronda de Doha es el paquete de julio de 2008 el cual tiene como principal cometido de los miembros de la OMC era “resolver diversas cuestiones que configurarían el acuerdo final del Programa de Doha para el Desarrollo. Se celebraron consultas entre un grupo de ministros que

representaban todos los intereses que estaban en juego en las negociaciones. Del 21 al 30 de julio esos ministros mantuvieron reuniones en Ginebra”.

El objetivo inmediato de la reunión de julio era acordar modalidades para la agricultura y el acceso a los mercados para los productos no agrícolas, llegar a un acuerdo sobre las fórmulas y los demás métodos que se utilizarán para recortar los aranceles y las subvenciones agrícolas, y examinar las próximas medidas que deberán adoptarse para concluir la ronda de negociaciones de Doha. (OMC, paquete de julio, 2002, págs. 2-3)

Las negociaciones sobre el acceso a los mercados para los productos no agrícolas van a tener un final una vez concluida la ronda de Doha.

Desarrollo del programa

La ronda número nueve se llevó a cabo en el transcurso de la Segunda Guerra Mundial y la primera ronda cuando la OMC heredó el sistema multilateral de comercio en 1995. Los participantes de estas rondas fueron todos los Gobiernos miembros de la OMC (157 en la actualidad) (OMC, OMC, 2002).

Las negociaciones son complejas y tienen establecidos dos principios fundamentales, el primero determinar que antes de alcanzar un acuerdo, hay que persuadir a todos los demás. El segundo fundamento indica que nada está acordado hasta que todo esté acordado, lo que significa es que no se puede comenzar a ejecutar el acuerdo, sin antes haber establecido condiciones o tener en claro lo acordado.

Lo que se pudo desarrollar durante las negociaciones de esta ronda en 2001 se reducían las diferencias en la interpretación de los objetivos generales y se definía la forma de los acuerdos definitivos, en el acceso a los mercados para los productos no agrícolas.

Productos no agrícolas

Definición de los productos no agrícolas

Son todos y cada uno de los productos que no están bajo el respaldo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) a excepción del pescado y la silvicultura.

Según Pérez y Merino (2012), la palabra producción “proviene del latín *productio* la cual hace referencia a la acción de generar, al objeto producido, al modo en que se llevó a cabo el proceso o a la suma de los productos del suelo o de la industria” (párr.1-2).

Según la Organización Mundial del Comercio, en este caso los productos no agrícolas se definen como “todos los productos no abarcados por el Acuerdo sobre la Agricultura” (párr.1) .También son conocidos como productos industriales o las manufacturas.

Causas de la incorporación al mercado

Cabe destacar que los productos no agrícolas representaron casi el 90% de importancia en las exportaciones mundiales de mercancías y al existir tantas restricciones comerciales, políticas, culturales y sociales se decidió tomar en cuenta por medio de negociaciones para conocer cuáles son los obstáculos más frecuentes a los que estos productos se enfrentaban y poder, ya sea reducirlos o eliminarlos por completo para que sean parte del libre comercio.

Fórmulas para la reducción arancelaria

Para concluir con lo establecido en el principal objetivo de las negociaciones, los miembros no podían tomar una decisión con respecto a la modalidad o forma que se iba a aplicar para cumplir con lo establecido, sin antes llegar a un acuerdo el cual iba a ser la fórmula que se iba a utilizar.

Por lo que existieron propuestas por varios países de la fórmula de reducción arancelaria, y las cuales estaban basadas en la Fórmula Suiza, la cual trata sobre reducir los aranceles altos de forma más drástica que los bajos y armonizaría los aranceles hacia un nivel correspondiente al coeficiente asociado a la fórmula.

Según el Centro Internacional para el Comercio y el Desarrollo Sostenible (2004, p.19) en la Serie de Informes de Doha, se explican las propuestas que algunos países miembros exponen. A continuación, se presentan las propuestas (ver anexo 2).

- La Unión Europea propuso que sí se utiliza la fórmula suiza con un coeficiente que varíe para los países en desarrollo, dependiendo del uso que les den a las flexibilidades, pues cuanto más las utilicen, estas se verán beneficiadas por obtener un coeficiente más bajo y hacer reducciones más drásticas.
- Noruega propuso dos coeficientes uno para los países desarrollados y otro para los países en desarrollo, en donde se asocian a un crédito que, por hacer un menor uso de la flexibilidad, esto incrementaría el valor de su coeficiente y disminuye sus cortes arancelarios.
- Estados Unidos también propuso dos coeficientes, pero el coeficiente más alto es para los países en desarrollo, este reemplaza las otras flexibilidades.
- Chile, Colombia y México propusieron un menú de flexibilidades, en donde cada opción estará vinculada a un número limitado de coeficientes.
- Argentina, Brasil y la India propusieron la vinculación de los niveles arancelarios post reducción al promedio de sus tasas de aranceles existentes.

- Pakistán por su parte propuso la fórmula suiza simple con un coeficiente de 6% para países desarrollados y un 30% a los países en desarrollo, en promedio del arancel de cada grupo.

El presidente del grupo de negociaciones ha propuesto que los miembros traduzcan las propuestas en cifras. Sin embargo, existió rechazo por algunos países de realizar este mandato sin antes acordar la fórmula a utilizar.

La propuesta de liberalización sectorial ha sido presentada para sectores como piedras preciosas y joyería, bicicletas y otros implementos deportivos y algunos productos informáticos.

Ventajas

Una de las ventajas tuvo lugar en la ronda de Uruguay en 1986 la cual designo que se iban a realizar las reducciones arancelarias, producto por producto y que para los países desarrollados el promedio arancelario iba a pasar de un 6,3 % a un 3.8% y para los países en vía de desarrollo se fijaría una nueva consolidación arancelaria (nivel máximo que ningún miembro puede superar a la hora de aplicar un arancel) la cual iba a aumentar de un 21% a un 73%, esto para aumentar a previsibilidad del comercio en materia del acceso a los mercados de los productos no agrícolas...,2001,párr.3).

Otra ventaja es que una consolidación arancelaria es inamovible y si esta se aplica y algún miembro de la OMC se ve afectado por este cambio, como compensación de este arancel se puede aumentar o retirar por completo.

Con respecto a la ronda del GATT, se acordó entre los participantes crear una fórmula general con la cual reducir los aranceles de los productos seleccionados, a raíz de peticiones y ofertas de los mismos miembros. Este método tuvo ventajas, por ejemplo, la transparencia, la eficacia, la equidad y la previsibilidad ante los demás miembros y sus respectivos aranceles.

Otra ventaja se dio en la ronda de Tokio, en 1973, en la cual se acordó la reducción de un tercio arancelario.

Con respecto a la aplicación de la fórmula y como consecuencia de las crestas arancelarias y los aranceles elevados los aranceles podrían disminuir o desaparecer completamente, por ende, se abrirán oportunidades de acceso tanto en los mercados de los miembros desarrollados como en los de otros miembros en desarrollo.

Desventajas

Aunque se hayan dado a conocer mejoras por parte de las rondas como la de Uruguay y la del GATT, las barreras arancelarias siempre van a ser una desventaja para el acceso de estos productos al mercado ya que se tienen crestas arancelarias, estos son elevados cada vez más.

Tipos en que se dividen los productos no agrícolas.

Entre los productos no agrícolas más conocidos se encuentran:

- Manufacturados.
- Combustibles.
- Productos de las industrias extractivas.
- El pescado y productos derivados de él.
- Productos de la silvicultura.
- Calzado.
- Productos forestales.

Tipos de producción no agrícola

Manufacturados

Según la Enciclopedia de Características (2017, párr.1-2) en la Industrias Manufactureras, se explica más a fondo sobre este tipo de industrias y sus particularidades.

La palabra manufactura proviene de la unión de dos vocablos: *manu*, que significa mano y *factus*, que significa elaborado, y se pueden definir como los artículos o bienes que se obtienen tras un proceso en el que la mano de obra de los trabajadores y las maquinarias forman equipo para obtener el resultado de cualquier artículo o bien. Sus principales insumos son las materias primas y los recursos naturales o minerales.

El proceso de fabricación consiste en cuatro etapas, la investigación, el diseño industrial, el desarrollo del producto y la evaluación.

Existen tres tipos de industria manufacturera:

- Tradicional:

En donde la materia prima es convertida y lista para ser consumida.

- Intermedia

En donde se producen bienes semielaborados para que formen parte de otra manufactura.

- Mecánicas

En donde su producto final son las herramientas y maquinas que son utilizadas para hacer otro tipo de procesos industriales.

- Residuales

En donde crean subproductos con los residuos que sobran de los procesos industriales.

Existen tres grupos en los que se divide la industria manufacturera, según su proceso de elaboración:

- Bienes de consumo

Son los productos que los clientes obtienen de forma directa en el mercado y no requieren de intermediarios. Ej., carros, celulares, televisores, etc.

- Bienes de capital

Son recursos que se adquieren para llevar a cabo su labor comercial. Ej., cajas de cartón, envases plásticos, etc.

- Materiales y suministros

Son los productos adquiridos con el fin de crear productos propios. Ej., una empresa de textil necesita botones, cinturones, *zippers* para sus productos.

En sector industrial existen los principales destinos de exportación:

Tabla 1. Principales destinos del sector industrial 2014-2015

País	2014	%	2015	%
Estados Unidos (incluye Puerto Rico)	2883.6	34.6%	2611.7	38.1%
Panamá	574.1	6.9%	541.7	7.9%
Nicaragua	481.0	5.8%	495.1	7.2%
Guatemala	422.4	5.1%	482.2	7.0%
Honduras	309.7	3.7%	319.0	4.6%
Otros	3669.2	44.0%	2412.1	35.2%
TOTAL	8.340,0	100%	6861,1	100%

Fuente: Procomer, 2015

En Costa Rica, la institución que representa estos productos es la Asociación Nacional de Exportadores de la Industria Textil (ANEIT) y si se desea importar alguno de estos productos se debe utilizar la Nota Técnica # 134.

Combustibles

Se puede definir cómo el material que, al ser quemado, este produce calor, energía o luz, este libera energía de su estado para ser utilizada, esta se puede dar de manera directa o mecánicas, su resultado será el calor. Pueden ser quemadas o capaces de quemar. (combustible, 2016, pág. 2)

Según Diccionario ABC (2017) los combustibles, tienen tres estados de la materia existentes (párr.3-4-5).

- El estado sólido

Este es utilizado en maquinarias, pero debe ser transformado de polvo fino, este tipo de combustible puede presentar dificultades, ya que la erosión que provoca puede dañar los pistones, cilindros y válvulas de las maquinas que lo utilizan.

- El estado líquido

Es como la gasolina, es decir, aquellos que provienen del petróleo bruto y son empleados a los motores de combustión, son caracterizados por su poder calorífico.

- El estado gaseoso

Estos hidrocarburos naturales que son fabricados para ser utilizados como combustible, estos se pueden clasificar como combustible gaseoso natural y el manufacturado.

Productos de las industrias extractivas

Hallan, Lokanc y Nair (2015, párr.1-2) en el grupo del Banco Mundial, explican sobre el sector de las industrias extractivas y sus conceptos generales.

La industria extractiva es la que se encarga de explotar los yacimientos de recursos naturales no renovables y los transforma para que sean utilizados en diversos procesos productivos y de consumo. Esta actividad es de suma importancia para la sociedad de los países que carecen de él, ya que suministra materias primas fósiles y minerales y esto satisface las necesidades de energía y producción de bienes.

Se debe tomar en cuenta que el desarrollo sostenible de la industria extractiva debe incorporar prácticas del medio ambiente a lo largo del proceso para no dañar el entorno, desde el momento en que se extraen los minerales, hasta cuando hacen la entrega de los productos al consumidor.

Alrededor de 3500 millones de personas viven en países ricos en petróleo, gas o minerales y es común que estos recursos se conviertan en una fuente de conflicto en lugar de ser una fuente de oportunidades. (Mundial, 2017, pág. 1)

El Banco Mundial ayuda a los países a aprovechar las oportunidades en materia de desarrollo, reducción de la pobreza y prosperidad compartida, pues se concentra en la gestión eficaz de las industrias extractivas, lo cual aumenta la movilización de recursos nacionales, incrementa la transparencia, promueve el crecimiento inclusivo y asegura que las necesidades de las comunidades locales sean atendidas y se proteja el medioambiente.

El pescado y sus productos derivados

Araneda (2018), explica sobre la importancia que tienen los pescados y su consistencia, de igual forma algunos datos relevantes de la población que lo consume.

Los pescados son constituidos por los animales vertebrados, comestibles, marinos, frescos o conservados, también se pueden clasificar según el hábitat, el esqueleto, el contenido graso y el color de la carne. Es considerado uno de los alimentos con mayor valor proteico, además contiene vitaminas y minerales. En el 2013 el pescado representó alrededor del 17% de la proteína animal y el 6,7% de la proteína total consumida por la población mundial.

De igual forma dentro de la misma gama se encuentran los crustáceos, las gambas, las cigalas, las langostas y los moluscos con concha, como las almejas, los mejillones y las ostras. A los crustáceos y los moluscos con concha se les suele incluir dentro del término “marisco”. Todos ellos tienen en común que se descomponen rápidamente a temperatura ambiente (parr.3).

Según estadísticas de la FAO, la producción total de pescado alcanzó 167,2 millones de toneladas en el año 2014, de esa cantidad, 167,2 millones se destinaron al consumo humano (88% aprox.). El 44% de la producción procede de la acuicultura. China es el principal país productor y exportador de pescado y productos pesqueros (Arendena, 2018).

Los derivados del pescado son:

- Aceite de pescado

Es obtenido de las especies más grasas, en donde se prensan y es donde se le sale el líquido del que se extrae el aceite por la centrifugación. Se utiliza para la elaboración de productos farmacológicos, pinturas y resinas. No obstante, en la pastelería, aceites comestibles, y en complementos dietéticos.

- Harina de pescado

Se utilizan especies pequeñas y con carne grasosa. Se utilizan como fuente de energía en la alimentación de aves, cerdos, vacas, ovejas y en la piscicultura.

- Concentrados proteicos de pescado

Estas son las harinas de pescado que son aptas para el consumo humano. Estos se dividen en concentrados tipo A sin color ni olor a pescado y el tipo B con olor y sabor de pescado.

Tabla 2. Destinos de exportación de productos pesqueros, 2014-2015

País	2014	%	2015	%
Estados Unidos (incluye Puerto Rico)	90.6	80.4%	78.8	79.2%
Alemania	10.4	9.2%	11.4	11.4%
Hong Kong	4.3	3.8%	5.4	5.4%
México	2.4	2.0%	0.9	0.9%
Bélgica	-	0.0%	0.6	0.6%
Otros	5.1	4.5%	2.4	2.4%
TOTAL	112,77	100%	2.4	100%

Fuente: Procomer, 2015.

En Costa Rica, la institución encargada de velar por los pescadores y su producción es la Inopesca, y si se desea importar alguno de estos productos se debe utilizar la Nota Técnica # 68.

Productos de la silvicultura

La palabra silvicultura viene del latín *silva* que significa selva, lo que quiere decir cultivar y el sufijo *ura* que significa actividad resultante de la acción. En la Real Academia lo definen como cultivo de los bosques o montes. Esta se denomina la ciencia que se ocupa de las actividades ligadas a la implementación y regeneración de los bosques, de igual manera estudia el aprovechamiento y mantenimiento racional de los bosques. Esta ciencia es mucho más nueva que la agricultura, a que nace a finales del siglo XVII cuando en Alemania se abrió la primera escuela de ingeniería ambiental. (Bastos, 2018, págs. 2-3-4-5)

Su principal objetivo es el cultivo de los árboles y la obtención de la madera como materia prima, esta es destinada para satisfacer desde la demanda del pequeño productor hasta la de grandes industrias madereras, para así obtener de ellas una producción prolongada y sostenible de bienes y servicios demandados por la sociedad.

Su orientación es la conservación del medio ambiente y la naturaleza, la protección de cuencas hidrográficas y el mantenimiento de pastos para el ganado.

Para que los proyectos de esta área logren tener éxito, es necesario de unas fases las cuales van a depender de la planeación y la implementación adecuada con respecto a la silvicultura. Este proceso consta de: estudio del clima, determinación de las especies, preparación del suelo, control de insectos invasores, tratos culturales, tratos silviculturales y una cosecha planeada.

La silvicultura busca auxiliar la recuperación de los bosques a través de la siembra de especies nativas, preferiblemente de carácter regional. A su vez, busca la recuperación de los recursos hídricos y la biodiversidad.

Su productividad se divide en dos:

- Directa

Los maderables que son los que dan madera útil para construir y los no maderables son productos hechos por materias primas como corcho, resina, caza, entre otros.

- Indirecta

Productos que son producidos, como lo es la consolidación de carbono, biodiversidad, entre otros.

Calzado

El término calzado se emplea para designar aquel elemento que se utiliza para vestir y proteger los pies no solo de las inclemencias del frío, sino también de la suciedad. El calzado existe desde el siglo 10.000 a.C., aunque, evidentemente, las formas de calzado han variado con las épocas, así como también su funcionalidad.

En la actualidad, la belleza y el estilo del calzado tienen una gran importancia, ya que hoy hay mucha variedad de modelos de calzado para cada tipo de espacio, temperatura, actividad y momento del año (ecured, 2018, pág. 1).

Existen diferentes tipos de calzado como lo son:

- Mocasín

Este es adoptado para climas fríos y los utilizan los esquimales y los siberianos norteamericanos, y este modelo renace de la pantufla.

- Pantuflas

Se les conocen también como babuchas y son zapatos ligeros y sin tacón, y para mayor comodidad es utilizado en las casas.

- Ortopédico

Es utilizado para los niños que durante su desarrollo tienden a sufrir problemas como el pie plano y es recomendable que se utilicen antes de los dos años. Actualmente, este tipo de calzado ha ido disminuyendo su función y uso.

En Costa Rica los principales destinos de exportación de productos pesqueros son:

Tabla 3. Destinos de exportación del calzado, 2014-2015

País	2014	%	2015	%
Estados Unidos (incluye Puerto Rico)	96.4	55.8%	52.4	33.2%
Guatemala	1.1	0.6%	27.7	17.5%
China	11.0	6.4%	11.0	7.0%
Honduras	10.4	6.0%	10.9	6.9%

Nicaragua	8.7	5.0%	9.5	6.0%
Otros	45.2	26.2%	46.5	29.4%
TOTAL	172,8	100%	158.1	100%

Fuente: Procomer, 2015.

Productos forestales

Según Marrero y Levi (2011) en la Tierra y sus recursos, explica sobre generalidades de los productos forestales y su importancia para la sociedad.

Los productos forestales proceden de los bosques y son divididos en los maderables y los no maderables. Los bosques cubren aproximadamente la cuarta parte de la superficie terrestre de nuestro planeta, es decir, casi 40 millones de km².

Existen numerosas funciones que se les dan a las materias primas obtenidas del bosque, alguna de esas es la pulpa y la celulosa de la madera las cuales constituyen la principal materia prima para la producción de papel, fibras sintéticas y plásticos. La madera sigue siendo hoy la materia prima de mayor número de aplicaciones. Hay actualmente más de tres mil clases de maderas de uso comercial.

Entre los productos forestales más conocidos figuran los siguientes:

- Las materias primas de la madera como la pulpa y la celulosa.
- Las savias de las cuales se obtienen el caucho, chicle, siropes, gomas y resinas medicinales.
- Hojas que sirven de alimento a los animales y para obtener ciertos productos estimulantes, como el té y el mate.

- Semillas, algunas comestibles como la nuez moscada y las almendras, y otras de aplicación industrial, como el marfil vegetal.

Conclusiones de la negociación

Los miembros de la negociación concluyeron en la reducción y la eliminación de los aranceles elevados y los obstáculos no arancelarios con respecto a los productos no agrícolas.

Los miembros crearon una fórmula general para la reducción de los aranceles y se aplicará de acuerdo con la categoría en que se encuentre cada país. En cuanto a los países en desarrollo, estos tendrán periodos más extensos para la reducción de sus aranceles. Con respecto a los países en vía de desarrollo, no se les exige que apliquen la fórmula, pero sí que apliquen las consolidaciones conforme a sus necesidades y nivel de desarrollo.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

La investigación se enmarca en un enfoque cualitativo, ya que está situada en un tema en específico con el fin de analizar detalladamente, como lo es la negociación para los productos no agrícolas en el mercado por medio del desarrollo de los temas fundamentados en la recopilación de información, así como conocer porqué se quiere llegar a la conclusión del acceso basándose en los puntos de vista de personas especializadas en el tema de estudio de estos productos. Así mismo, se pretende obtener conocimiento sobre cuáles son los procedimientos respectivos para que la negociación se pueda llevar a cabo y cuáles son los puntos más importantes por tratar.

Según Hernández Fernández y Baptista (2014), el enfoque cualitativo “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 7).

Diseño de la Investigación

La presente investigación se determina por un enfoque cualitativo que a su vez se establece como diverso ya que se contará con diferentes argumentos, opiniones y puntos de vista que van a brindar las personas que tienen un amplio conocimiento en el área de estudio y las cuales aportarán información meramente eficaz y efectiva.

A su vez la investigación tiene un diseño narrativo, ya que con la ayuda de las entrevistas y las respuestas recopiladas por la población en estudio se analizará de forma amplia para así llegar a una conclusión concreta es decir definir uno o varios resultados.

Según Hernández et. al. (2014), dicen que el diseño es un “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento”. (p.128)

Muestra de la Investigación

Población

La población que se estudiará comprenderá empresas que tengan en común la especialización en la fabricación de productos no agrícolas, como es el caso de compañías de productos manufacturados, combustibles, productos de las industrias extractivas, pescaderías y productos de la silvicultura, productos industriales e instituciones que regulan el comercio como es la Promotora de Comercio Exterior y la Cámara de Comercio Exterior.

Según Hernández et. al. (2014) explican que la población “es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.178)

Muestra

Para la presente investigación se tomará como muestra un conjunto diez personas, estas fueron elegidas porque son fabricantes, exportadores o importadores de productos no agrícolas. A dichas personas se les aplicará una entrevista, ya que representan a grupos pertenecientes a este tipo de producción, así como a instituciones privadas que cuentan con

una relación y un amplio conocimiento en el ámbito comercial en los sectores de San José, Heredia y Puntarenas, los cuales se estudiarán y analizarán.

De igual forma se contará con la información de instituciones públicas que promueven e impulsan el comercio como lo es la Promotora de Comercio y el Ministerio de Comercio Exterior, ubicadas en Escazú, San José.

Según Hernández et. al. (2014) relatan que la muestra se define como “un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta”. (p. 17)

A continuación, se presentará de forma detallada las empresas que se van a entrevistar de la zona de San José, Heredia y Puntarenas.

Tabla 4. Muestra de la investigación

ENTREVISTADO	EMPRESA/CARGO	JUSTIFICACIÓN
1	Procomer	Esta empresa se especializa en los conocimientos de la promoción del comercio en nuestro país y puede intervenir en las decisiones del acceso al mercado costarricense de los productos no agrícolas.
2	Comex	Esta empresa se especializa en promover el comercio hacia afuera, o sea, les permite a los empresarios de Costa Rica

		ampliar su mercado de los productos no agrícolas y, al mismo tiempo, aumentar el ingreso del país.
3	Fifco	Esta empresa se especializa en la industria que forma parte de la producción no agrícola ya que crea sus propios insumos como en este caso la mayoría de las bebidas y la cerveza nacional de Costa Rica.
4	Cámara de Industrias de Costa Rica	Esta empresa se especializa en el conocimiento de las industrias en Costa Rica y forman parte de los productos no agrícolas.
5	Alcelormittar	Esta empresa se especializa en la producción y venta del acero que forma parte de las manufacturas e industrias.
6	Mercadología del Grupo Guadalupano	Persona encargada de estudiar el comportamiento de los consumidores de esta ferretería y con conocimiento en la producción no agrícola en general.

7	Hornos Industriales de Costa Rica	Esta empresa se especializa en la producción y fabricación de hornos de panadería, los cuales forman parte de la industria manufacturera.
8	Equigas Costa Rica	Esta empresa es parte de los productos de extracción de minerales y petróleo ya que se encarga de la venta de productos que especializados para este tipo de productos no agrícolas.
9	Embarcaciones Los Moncas	Esta empresa se especializa en productos de pescadería que son parte de los productos no agrícolas.
10	Mayoreo Ferretería y Acabados	Esta empresa es parte de los productos manufactureros especialmente en la fabricación y producción de acabados en diferentes tipos de material para muebles.

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Unidades de Análisis

Antecedentes de la producción no agrícola

Los antecedentes hacen referencia a la causa o la consecuencia que antecede en el tiempo o en el espacio a otra cosa que se toma como referencia. También se puede tomar una situación en general como el proceso de análisis, tanto del objetivo principal de negociación como de la solución, que en este caso fue la formulación de propuestas por parte de algunos países miembros de la OMC. De igual forma, es necesario saber lo que tuvo que realizar para llegar al acuerdo de la formulación de la negociación, la cual permitió el acceso de otro tipo de mercancías a los mercados internacionales. Por ende, se investigarán dichas negociaciones para saber las causas y las consecuencias de avanzar con el trato pactado.

Por ende los antecedentes también van a reflejar lo que los acuerdos lograron en el país y como los beneficiados ya sean los productores o consumidores gozan de lo ofrecido y que tanto conocen del tema y su influencia.

Condiciones de mercado

Hace referencia a la disposición que establece las distintas partes en un acuerdo en este caso son las condiciones que expone la OMC para los empresarios de los productos no agrícolas que se van a ver beneficiados o afectados deponiendo de las condiciones que se hayan pactado para esta negociación.

De igual forma al ser un ámbito muy amplio cada sector va a tener diferencias de calidad, precios, competencia, volumen, clientes, obstáculos comerciales y técnicos,

medidas de seguridad y hasta las sanitarias y fitosanitarias y demás factores que no se deben pasar por alto y deberán cumplir por parte de los países exigentes o más complejos. Se puede tomar como referencia las estadísticas de crecimiento o descenso de cada sector con respecto a las exportaciones e importaciones.

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Cuestionario

Es un conjunto de preguntas que se confecciona para obtener información con algún objetivo concreto, como el que se aplicará a los fabricantes de los productos no agrícolas y las entidades que regulan las decisiones comerciales. En este caso se a realizar un cuestionario con preguntas abiertas para darle oportunidad al lector de ampliar y fundamentar bien su respuesta y así poder tomarlo como referencia para el trabajo de investigación.

Según Hernández et al. (2014), el cuestionario es un “conjunto de preguntas respecto a una o más variables que se van a medir” (p.217).

Entrevista

Se refiere al intercambio de ideas u opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas. Para esta investigación, se determina utilizar la entrevista semiestructurada, la cual ayuda a aportar respuestas abiertas de forma concreta y con un amplio desarrollo. A su vez, conforme se desarrolla la pregunta, cabe la posibilidad de que

surjan nuevas preguntas de interrogación relacionadas con el tema por estudiar, para así llegar a una conclusión. En este caso se va a tomar una muestra de 10 entrevistados de entidades públicas y privadas los cuales tienen conocimiento en el tema de la producción no agrícola y van a ser de gran ayuda para desarrollar las unidades y categorías de análisis.

Según Hernández (2014), la entrevista “permite hacer preguntas sobre experiencias, opiniones, valores y creencias, emociones, sentimientos, hechos e historias de vida” (p. 407).

Procesos para la Recolección de Datos

La recolección de información se realizará por medio de fuentes secundarias ya que esta se complementa por medio de argumentos como las enciclopedias, páginas web, índices, entre otros que van a servir de ayuda para sustentar la respuesta para la investigación.

Como fuente primaria por utilizar, está la entrevista, quienes la respondan lo harán de forma concreta y personal, esta no es modificada. Para avanzar con las entrevistas se solicitará vía correo electrónico o por llamada, una cita para ser atendido por la persona que responderá las preguntas. Una vez en la empresa, se procederá a buscar a la persona encargada a la hora acordada y se le explicará el motivo por el cual se le hace la visita física. Antes de comenzar con la entrevista, se le pedirá permiso para saber si es posible que grabe la conversación con el fin de ampliar y concretar, de forma detallada, las respuestas que serán sometidas a un estudio para conocer las variables más relevantes, para luego estudiarlas, analizarlas y llegar a una conclusión.

Método de Análisis de la Investigación

Para realizar un estudio bien fundamentado se debe seguir el proceso de análisis el cual nos explica que las categorías de análisis se establecen a partir de la recopilación de información y datos obtenida en las fuentes como libros, páginas web, enciclopedias y se une a lo que los entrevistados de la muestra escogida responden de forma amplia.

Luego se procederá a analizar las respuestas planteadas y así tener un análisis detallado de las respuestas de las entrevistas, con la descripción en función de estudio y analizarlas para plantear conclusiones en el estudio.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo de análisis de resultados, se mostrarán las respuestas de la muestra seleccionada por medio del instrumento correspondiente a la investigación, por medio de un estudio adecuado al tema de investigación, la cual es la entrevista. Este análisis se complementará por medio de las unidades de análisis, las cuales fueron seleccionadas por medio de la idea principal de los objetivos específicos antes mencionados en el capítulo introductorio. De esas unidades se van a desglosar las categorías, las cuales son de utilidad para elaborar las preguntas consiguientes de la entrevista a realizar y la cual se incluirá en el marco de referencia. Por último, se van a conjuntar las respuestas de cada entrevistado para así lograr una conclusión al problema de investigación.

Es importante conocer que las unidades de estudio tienen una lógica con el trabajo de investigación. Como primera instancia y del primer objetivo específico están los antecedentes de la producción no agrícola los cuales van a ayudar a saber cuáles fueron las causas para que dieran paso a la negociación y porqué se decidió hacer la negociación. Como segundo objetivo específico, se escogió como unidad de análisis las condiciones de mercado, estas son relevantes en la investigación, ya que es necesario conocer cómo se encuentra el país destinado a la exportación o importación de la producción agrícola, así como sus pros y contras.

Con respecto a la tabla 5, de las unidades y categorías de análisis, se logra conocer qué tan informadas están las empresas o instituciones pertenecientes al rango de la producción no agrícola y cuánta relevancia les dan con respecto a las respuestas de cada categoría.

Tabla 5. Unidades y categorías de análisis

Unidad	Categorías
Antecedentes de la producción no agrícola	<ol style="list-style-type: none"> 1. Negociaciones similares. 2. Puntos importantes de la negociación. 3. Precio /Calidad de los productos no agrícolas. 4. Aumento de los aranceles. 5. Beneficios para los productores. 6. Beneficios para los consumidores. 7. Programas y ayudas para

	productores.
Condiciones de mercado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercados con mayor dificultad. 2. Medidas proteccionistas a la producción no agrícola. 3. Obstáculos comerciales. 4. Obstáculos más significativos. 5. Inflación del dólar. 6. Barreras técnicas. 7. Normativas y regulaciones. 8. Incremento en los últimos años. 9. Evidencia del crecimiento.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Unidad de análisis 1: Antecedentes de la producción no agrícola

Los antecedentes de la producción no agrícola hacen referencia a las causas o consecuencias que como acuerdo tomado entre los países miembros de la OMC llegan o acuden para que den inicio a la negociación y especifiquen y lleguen a un compromiso entre todos los países y se dé el libre acceso de esta producción hacia los mercados extranjeros.

A continuación, se presentan las categorías correspondientes a esta unidad de estudio:

1. Negociaciones similares.
2. Puntos importantes de la negociación.
3. Precio/ Calidad de los productos no agrícolas.
4. Aumento de los aranceles.
5. Beneficios para los productores.
6. Beneficios para los consumidores.

7. Programas y ayudas para productores.

Seguidamente, se procede a complementar cada categoría con las respuestas de la muestra entrevistada y luego se realizará un análisis con respecto a la información presentada en el marco referencial antes mencionado.

Categoría 1: Negociaciones similares

Descripción:

Las respuestas con respecto a si conocen alguna otra negociación similar a la de la producción no agrícola, por parte de la muestra entrevistada, se presentan a continuación:

“No, cada tema tiene sus particularidades. Pero los que más se conocen actualmente son las negociaciones de los bienes ambientales, la de los bienes ecológicos, la de Doha” (Entrevistado 2).

“En el marco del sistema multilateral del comercio (y la OMC), los miembros han intentado abrir espacios de negociación propicios para desentramar las negociaciones de la última ronda abierta, sea la ronda de Doha (desde el 2001)” (Entrevistado4).

“A nivel de acceso a mercados la OMC es muy explícita en lo referente a productos no agrícolas (AMNA), el comercio de mercancías no agrícolas debe regirse bajo los parámetros de la OMC” (Entrevistado 5).

“Si existen negociaciones varias para todo tipo de productos como el de los productos alimenticios, el de la tecnología y el digital” (Entrevistado 6).

“No conozco ninguna negociación similar. Solo tengo información sobre algunas facilidades que existen para importar productos desde Estados Unidos con el TLC, en donde hay un arancel que se baja al 1% para los productos no agrícolas” (Entrevistado 8).

“Sí conozco alguna negociación similar a esta, como GATT, RONDA DOHA” (Entrevistado 10).

Análisis

Una negociación según Esterkin (2007) es “un proceso entre dos partes en donde existen dos posiciones diferentes sobre un mismo asunto, las dos partes quieren llegar a un acuerdo y para esto se comunican intercambiando propuestas y concesiones” (párr.1). Con respecto a lo mencionado en la categoría de negociaciones similares, estas se pueden hacer de forma bilateral y multilateral. La idea principal de todo acuerdo es tener un objetivo en común en mente, proponer ideas para que ambas partes o grupos salgan beneficiados y ejercer las responsabilidades y las tareas para lograr negociar en un futuro.

De acuerdo con las respuestas de las muestras entrevistadas y en relación con la categoría seleccionada, la mayoría propuso que cada negociación dependiendo del sector al que se desea beneficiar o dar ventaja en la sociedad tiene diferentes puntos de vista y por supuesto se van a tratar puntos ya sea de mayor o menor relevancia.

La negociación que está surgiendo actualmente es la del medio ambiente y los bienes ecológicos, la cual es de mucha importancia, ya que desde los últimos dos años y hasta hoy el tema del medio ambiente ha sido de mucha preocupación por los desastres que se provocan la poca información o importancia que se le da a un tema que afecta a todo el mundo en general.

Categoría 2: Puntos importantes de la negociación

Descripción

En la categoría de puntos importantes por tratar en una negociación, lo cual hace referencia a los objetivos que más relevancia deben tener en este tipo de reuniones con respecto a la producción agrícola, se indican las respuestas de la muestra a continuación:

“Nivel de sensibilidad, picos arancelarios, la relación que tienen estos productos con los agrícolas” (Entrevistado 2).

“Para los productos que yo manejo me parece que no hay negociaciones que sean indispensable, pues con bebidas alcohólicas se tienen limitantes a nivel de impuestos internos que se aplican como medidas proteccionistas” (Entrevistado 3).

“Aunque el artículo XXVIII bis del GATT habla de que las negociaciones deben buscar la reducción de los derechos, su consolidación al nivel existente en el momento de la negociación o el compromiso de no elevar por encima de niveles determinados un derecho dado o los derechos medios que gravan a categorías especificadas de productos, también las “crestas arancelarias” (por productos sensibles) y las reglas de origen que son instrumentos utilizados muchas veces para generar restricciones distintas de los aranceles” (Entrevistado 4).

“Al igual que en productos agrícolas, se deben negociar aspectos como: calidad de las mercancías, tiempos de entrega, rutas logísticas viables, aspectos de origen (preferiblemente negociar con aquellos que tengan “acuerdos comerciales”) y los precios” (Entrevistado 5).

“Oportunidades de expansión y las tasas arancelarias, flexibilidad en créditos para la comercialización, apertura de mercados y mayor asesoría” (Entrevistado 6).

“Puntos importantes son el precio y la calidad, que juegan un papel muy importante en cuanto a la competitividad y así lograr destacar entre los demás” (Entrevista 7).

“Competitividad, que no existan ventajas de fabricantes externos que traen productos de baja calidad y no aplican garantías como la incursión de la producción de Asia. Existencia de cifras en donde indique si se puede negociar volumen o buenos precios dependiendo del crecimiento del mercado” (Entrevistado 8).

“Valor del producto, ya que los precios son manejados por unas pocas empresas según sus necesidades y realizar estudios ambientales para respaldar las restricciones que se quieren establecer” (Entrevistado 9).

“La reducción de aranceles y medidas (barreras) no arancelarias” (Entrevistado 10).

Análisis

El ámbito de la producción no agrícola es muy amplio, ya que, como se había mencionado, tanto en el capítulo introductorio como en el del marco referencial, el concepto no agrícola hace referencia a todo producto que no esté respaldado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, en el caso de Costa Rica, excepto la silvicultura y el pescado, junto con sus derivados, los cuales también forman parte de este extenso ámbito. Por lo tanto, es muy difícil coincidir con los puntos que se deben tratar porque cada productor o fabricante velará por su producción.

De acuerdo con las muestras entrevistadas y en relación con la categoría sometida a estudio los puntos en general tratados para esta producción son las crestas arancelarias que afecta mucho ya que muchos de estos productores crean sus propios productos terminados ellos los elaboran y, si los aranceles suben por cada ítem por separado, al final les resultará mucho más caro que comprar uno terminado.

También acordaron la importancia del precio y la calidad, que al final de cuentas jugarán un papel muy importante para aquellos que producen los productos terminados y listos para la venta, y con la cual deben tener mucho cuidado con la calidad porque al final, como dice el dicho: lo barato sale caro.

Categoría 3: Precio / Calidad de los productos no agrícolas

Descripción

Con base en las respuestas de la categoría de puntos importantes en la negociación de las muestras entrevistadas, se establece la categoría de precio calidad, la cual está muy ligada con respecto a los productos no agrícolas que son ofrecidos. A continuación, las respuestas correspondientes del entrevistado que respondió a esta categoría.

“Puntos importantes son el precio y la calidad, que juegan un papel muy importante en cuanto a la competitividad y así lograr destacar entre los demás” (Entrevista 7).

Análisis

Para entender cuál es la relación que tienen estas dos incógnitas, es necesario saber qué es el precio y qué es la calidad. Según Pérez y Merino (2009), el precio es el valor monetario que se le asigna a algo y la calidad, según Edwards (2013), es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará.

De acuerdo con la respuesta del entrevistado, tanto el precio como la calidad son puntos que se deben tener en cuenta, tanto cuando se negocia como cuando ya se establece

la filial para comercializar o vender y relacionarlas con la competencia. Muchas veces venden los productos con precios ajustables, pero con baja calidad y esto hace que el producto se deprecie con anticipación y más bien las empresas tengan pérdidas, tanto económicas como de clientes.

Categoría 4: Aumento de los aranceles

Descripción

A raíz de la categoría de puntos importantes de una negociación, surge una nueva subcategoría, que son los aranceles, los cuales juegan un papel muy importante en cualquier tipo de negociación. A continuación, la respuesta de la única muestra entrevistada a esta categoría.

“Nivel de sensibilidad, picos arancelarios, la relación que tienen estos productos con los agrícolas” (Entrevistado 2).

“También las “crestas arancelarias” (por productos sensibles) que son instrumentos utilizados muchas veces para generar restricciones distintas de los aranceles” (Entrevistado 4).

“La reducción de Aranceles y medidas (barreras) no arancelarias” (Entrevistado 10).

Análisis

El objetivo principal de las negociaciones para el acceso de los productos no agrícolas al mercado como antes mencionado en el capítulo del marco referencial es la reducción o eliminación de los aranceles elevados, y en cuanto a arancel, Pérez y Gardey

(2012) explican que es una tasa, un impuesto un gravamen o una valoración que se aplica a diversos ramos.

La importancia que se le da a este tipo de obstáculo comercial es significativa, ya que existen impuestos unos más elevados que otros y esto tiende a afectar a ciertos productores que utilizan varios insumos y si no cuenta con un tratado de libre comercio con cierto país y son materiales necesarios que solo son vendidos en el extranjero.

Existe lo que se conoce como una triangulación de origen, que es cuando no se tiene un tratado de libre comercio con un país en donde se desea traer algún insumo, pero uno de los países con los que se tiene un tratado sí cuenta con uno del país de donde se desea traer el insumo, esto permite que quede con un 0% de impuestos.

Para ejemplificarlo mejor, entre Costa Rica y Estados Unidos se pactó el TLC llamado CAFTA, por lo que algunos impuestos van a quedar en 0%, pero entre Costa Rica y Marruecos no existe tratado, por lo tanto, los impuestos van a ser elevados. Por su parte, entre USA y Marruecos sí existe un tratado de libre comercio, este genera que los impuestos entre estos países sí queden en 0%.Entonces, CR le pide a EE. UU que traiga los insumos que se necesitan de Marruecos y así les salga a todos con un 0% de impuestos.

Como lo expresan los entrevistados anteriormente, los aranceles elevados o los picos arancelarios hacen que la oferta y la demanda comercial disminuyan y este se convierte en uno de los principales y más significativos obstáculos para que las mercancías en general tengan libre circulación.

Categoría 5: Beneficios para los productores

En cuanto a la categoría de los beneficios para los productores y conocer si se les aplica una ventaja actualmente para su producción y comercialización, se presentan a continuación las respuestas respectivas:

“Va a depender del mercado y el producto, pero es importante que debe tener valor agregado para poder competir en los mercados internacionales” (Entrevistado 1)

“Procomer ayuda mucho con lo que son ferias para darse a conocer, asesorías, ronda de negocios y talleres de como exportar” (Entrevistado 2)

“Reciben muy poco apoyo ya que actualmente se está tratando de incentivar o promover productos muy exóticos, falta mucho la asesoría” (Entrevistado 6).

“No se tienen beneficios, todo se hace por cuenta propia desde contactar al cliente, hasta para venderle los productos. Hay que pelear por el precio de la competencia (proveedores). Los precios internacionales marginan al nacional” (Entrevistado 7)

“Existencia de incentivos en la tecnología para con los productores” (Entrevistado 8)

“El único beneficio que se obtiene del estado en la pesca es la exoneración de impuestos en los combustibles” (Entrevistado 9).

“Los tratados internacionales, pues se reducen los aranceles de importación y se pueden conseguir ventajas con respecto a otros países” (Entrevistado 10)

Análisis

Pérez y Gardey (2010, párr.1) definen el benéfico como un bien que se hace o se recibe y el cual también es utilizado como sinónimo de utilidad o ventaja. En este caso, los beneficios para con los productores pueden ser otorgados por medio de instituciones que tienen la potestad de otorgar alguna rebaja en los aranceles o mano de obra para que exista mayor producción y así el país genere más económicamente. O inclusive dando talleres de orientación o de ayuda para saber a cuáles países se puede internacionalizar o en cuáles la competencia estará muy elevada, entre otros aspectos importantes que estos deben tener en consideración para no fracasar.

También es importante que los mismos productores estén atentos por cualquier oferta o ventaja que proponga alguna institución del sector privado ente público.

Está claro que se les otorgan mayores bienes a los productores agrícolas, ya que es un sector que predomina en Costa Rica, pues es un país muy famoso por el banano, el café y la piña, que es producción agrícola, por lo que cuenta con una amplia gama del sector agrícola. Dicho sector es el que más financiamiento recibe.

Aunque no significa que no le den importancia a este sector, ya que Costa Rica ha evolucionado para convertirse en un sector industrial consolidado que, en el último año, exportó US \$8.771 millones, que representaron el 76% de las exportaciones de bienes.

Acorde con las respuestas de los entrevistados, no existe mucha ayuda o beneficios para los productores o vendedores de los productos no agrícolas, hecho que puede llegar a perjudicar a una posible expansión.

Categoría 6: Beneficios para los consumidores

Descripción

Esta categoría tiene que ver con los beneficios para los consumidores que frecuentan los productos no agrícolas, así como con el hecho de si reciben alguna ventaja en específico o la calidad del producto terminado les van a generar confianza. A continuación, las respuestas de la muestra entrevistada:

“Va a depender del tipo de consumidor y eso cambia dependiendo del mercado”
(Entrevistado 1)

“La mayor oferta” (Entrevistado 2)

“Es muy relativo, pero refiriéndome a los productos que nosotros manejamos puedo decir que obtienen un producto de excelente calidad con un precio competitivo” (Entrevistado 3)

“Una mayor variedad en la oferta de productos a disposición del consumidor final, en su facilitación al acceso, mejores precios y cantidad. Por la competencia entre los proveedores una eventual mejora en la calidad de los productos vendidos y fomentando a la innovación. En cuanto al consumidor intermedio, el importador de materias primas ha tenido beneficios notables con una diversificación de la oferta, apertura en las posibilidades, mejores condiciones y costos que al final influirán en los procesos de producción y precios” (Entrevistado 4)

“En la sana teoría cuando exista mayor ingreso de productos a un mercado, el precio debe ser menor (ley oferta-demanda) y con mucha mayor razón si se trata de mercancías amparadas a tratados de libre comercio. En general el beneficio para los consumidores radica en el acceso a productos de regiones distintas y a menos precios” (Entrevistado 5)

“Dependiendo del campo se pueden innovar y diversificar la producción para que los consumidores no se lleguen aburrir de lo mismo” (Entrevistado 6)

“Se les ofrece garantía, servicio técnico, mantenimientos preventivos, al ser productores de las piezas de los productos les ofrecen calidad, seguridad” (Entrevistado 7)

“Con las estrategias de mercadeos se logra incentivar a estos mismos por medio de descuentos y demás” (Entrevistado 8)

“Beneficios en la salud, el pescado es de las carnes más saludables que existen” (Entrevistado 9)

“Se reducen los aranceles de importación y por ellos los consumidores “deberían” experimentar una reducción en la adquisición de los productos importados al amparo de un TLC” (Entrevistado 10)

Análisis

Como se mencionaba en la categoría anterior, el beneficio es una ventaja que se adquiere de alguna situación. Y para los productores de productos no agrícolas es muy importante tener a sus consumidores contentos ya sea porque ofrecen productos de buena calidad, o porque los precios son aceptables y adecuados al presupuesto, ni tan elevados ni tan bajos, o porque simplemente algunas veces realizan alguna garantía para con el producto o alguna rebaja por llegar a equis monto o por ser clientes frecuentes. Aquí es donde se aplica la ley de la oferta y la demanda, cuanta más producción las personas quieran, menor será el precio para contrarrestar la disminución del costo.

Y en este caso la competencia ya sea directa o indirecta entra en juego ya que es la más propensa a quitar clientela o que profieran otro tipo de productos por el mal servicio o atención que estos creen merecer. Los consumidores son la clave principal para los productores.

Con respecto a lo que la muestra entrevistada contestó, algunos beneficios que son otorgados a los consumidores por parte de los propietarios de algún producto no agrícola incluyen: ofrecer algún tipo de oferta y dar la mejor calidad a un precio competitivo, ya que por lo general es necesario equilibrar el precio con el producto para no perder a las personas que compran muy frecuentemente.

De igual forma la variedad de productos que se ofrecen es de gran relevancia para que las personas no tiendan aburrirse o prefieran a la competencia porque no existe la diversificación tanto en el físico como en las propiedades de los productos e innovando cada vez más.

Categoría 7: Programas y ayudas para productores

Descripción

Esta categoría se centra en programas y ayudas que reciben los productores de productos no agrícolas con respecto a viabilidades de expansión o de comercializar, a continuación, las respuestas de la muestra entrevistada:

“Para el proceso de exportación, Procomer le ayuda en asesorarlos en el proceso de exportación, capacitaciones para desarrollar competencias en este proceso y herramientas de promoción comercial para el producto” (Entrevistado 1)

“Procomer brinda asesorías y ayudas para los productores” (Entrevistado 2)

“No conozco “programas” de comercio leal que ayuden a productores. Sin embargo, la OMC está desarrollando un programa, con la finalidad de reducir o eliminar los aranceles, así como los obstáculos no arancelarios, en particular respecto de los productos cuya exportación interesa a los países en desarrollo” (Entrevistado 5)

“Programas que ofrece el Banco Nacional, Procomer y el BAC” (Entrevistado 6).

“La cámara de comercio tienen una agenda en donde apuntan a los productores para que cuando lleguen empresas del extranjero a ofrecer algún producto nuevo estas tengan contacto directo con las empresas de la lista y no tengan que buscar por ellas” (Entrevistado 7)

Análisis

En sí, los programas y las ayudas sirven para orientar a la persona o a la empresa a no fracasar, y esto se logra por medio de capacitaciones, ya sea del personal para con los

productores y trabajadores, talleres de cómo utilizar ciertas maquinas o aparatos, si es industrial o manufactura, y demás aspectos de mucho cuidado que deben tener en sí este tipo de insumo.

En Costa Rica, las ayudas para los productores se centran mucho en las PYMES, lo que es muy bueno ya que impulsa a las pequeñas y medianas empresas a crecer y expandirse, ya sea nacional o internacionalmente, por medio de ferias, acceso y manejo de las redes sociales, publicidad, entre otros aspectos. Es importante desarrollar estrategias de innovación y crecimiento en todas las aéreas que implican un aumento en las economías.

En resumen, según lo que los entrevistados contestaron, Procomer brinda asesorías de procesos de exportación, desarrollo de las competencias y acerca de cómo saber enfrentarlas o herramientas de promoción para el producto. La Cámara de Comercio tiene una lista, para que cuando vienen personas interesadas de otros países, sepan de la existencia de las empresas que están en la lista, esto les genere ventaja en el mercado nacional.

Unidad de Análisis 2: Condiciones de mercado

Las condiciones de mercado hacen referencia a todo aquello que en un país rige, ya sea por cultura, protección, políticas, estilos de vida, entre otros aspectos. Consecuentemente, si se desea hacer una comercialización a algún destino en específico, se debe tener la capacidad para cumplir con lo que se exige y tener un libre acceso al comercio.

A continuación, se presentan las categorías de las unidades de análisis correspondientes:

1. Mercados con mayor dificultad.
2. Medidas proteccionistas a la producción no agrícola.

3. Obstáculos comerciales.
4. Obstáculos más significativos.
5. Inflación del dólar.
6. Barreras técnicas.
7. Normativas y regulaciones.
8. Incremento en los últimos años.
9. Evidencia del crecimiento.

Seguidamente, se procede a complementar cada categoría con las respuestas de la muestra entrevistada y luego se realizará un análisis con respecto a la información presentada en el marco referencial antes mencionado.

Categoría 1: Mercados con mayor dificultad

Descripción

La categoría de mercados con mayor dificultad se refiere a aquellos países, que como representantes de productos no agrícolas, se les complica la situación, ya sea porque tienen distintas trabas en el comercio o por la gran competencia, directa o indirecta. A continuación, las respuestas de la muestra entrevistada.

“Depende del producto y el mercado” (Entrevistado 1)

“Va a depender del sector al que se está refiriendo de esta amplia gama de producción” (Entrevistado 2)

“Mercados del Caribe que tienen impuestos muy altos como medidas proteccionistas, así como Australia, lo que no hace rentable exportar el producto” (Entrevistado 3)

“Definitivamente para un país como el nuestro lo han sido los mercados asiáticos ya que existen dificultades en la aprobación de protocolos sanitarios y altos costos de logística” (Entrevistado 4)

“En la actualidad, Estados Unidos es uno de los países que han aplicado restricciones a productos como el acero, esto lo aplican como medidas de protección al mercado, aumentando el arancel de 25% al acero y de 10%. Esto afecta el AMNA inclusive para nuestros productos que están amparados en el CAFTA.” (Entrevistado 5)

“Estados Unidos y China por la cantidad de población y por los tipos de negociación” (Entrevistado 6)

“El mercado gubernamental por la exigencia de los documentos como la póliza del INS la ISO 900 y son los más malos para pagar. Y en cuanto al mercado internacional el difícil es Italia, Francia y España porque manejan las líneas digitales” (Entrevistado 7)

“El asiático y el mexicano, el mexicano porque hubo roces entre los gobiernos en políticas de exportaciones, Costa Rica castigo a México con los Aguacates y México no permitió el ingreso de ciertos productos en represalia, dichos roces se han ido minimizando, pero siguen existiendo. El mercado asiático porque el consumo se basa en unos tipos de tiburón y aleta, sin embargo, por las campañas ambientalistas a nivel mundial, se ha dificultado de gran manera” (Entrevistado 9)

“Los que no gozan con un TLC bilateral o multilateral que incluya a nuestro país. Por ejemplo: Brasil” (Entrevistado 10)

Análisis

Mercados con dificultad se refiere a las exigencias que los importadores o los exportadores, quienes automáticamente se convierten en competencia, exigen en cuanto a

innovación o tecnología en la mercancía. A nivel nacional, el mercado con mayor dificultad es el que existe entre quien ofrece mejor calidad, mejores precios, mayor garantía, entre otros aspectos que incluyen este tipo de productos, que en su mayoría son técnicos. A nivel internacional, el mercado o los mercados de mayor dificultad son los que restringen más su producción nacional, también están los que exigen muchos documentos o implicaciones innecesarias o los que ofrecen mejores insumos con comodidades superiores a las nuestras porque la tecnología que existe en otros países no es la misma que la de Costa Rica, más bien este país se encuentra muy atrasado con respecto al tema de innovación y esto tiende a perjudicar a los productores nacionales. También los que no tienen un tratado de libre comercio se les dificulta o son mercados difíciles por el asunto de los impuestos.

Justamente los países que más se destacaron según las muestras de estudio realizado por las entrevistas son los países que compiten por ser potencia mundial y tienen una economía independiente que los hace ser más restringidos porque saben que los demás necesitan de ellos.

Estos fueron Estados Unidos ya que este país aplica medidas de protección a sus propios productos y esto restringe la comercialización fluida y el mercado asiático ya que existen dificultades en la aprobación de protocolos sanitarios, altos costos de logística y por la oferta de productos que en otros países son de prohibición y ambos países por la cantidad de población y sus tipos de negociación.

También los que no tienen un tratado de libre comercio se les dificulta o son mercados difíciles por el asunto de los impuestos.

Categoría 2: Medidas proteccionistas a la producción no agrícola

Descripción

De la categoría de los mercados con mayor dificultad se deriva las medidas proteccionistas que tienen los países para con la producción no agrícola. A continuación, se presentan las respuestas de la muestra entrevistada, correspondientes a esta categoría.

“Mercados del Caribe que tienen impuestos muy altos como medidas proteccionistas, así como Australia, lo que no hace rentable exportar el producto” (Entrevistado 3)

“En la actualidad USA es uno de los países que han aplicado restricciones a productos como el acero, esto lo aplican como medidas de protección al mercado, aumentando el arancel de 25% al acero y de 10%. Esto afecta el AMNA inclusive para nuestros productos que están amparados en el CAFTA.” (Entrevistado 5)

“Aplicación de subvenciones a los productos terminados, medidas de salvaguardias a los productos para poder proteger a las industrias nacionales” (Entrevistado 5)

Análisis

Sevilla (2015) informa que una medida proteccionista es una barrera que tiene como objetivo limitar las transacciones internacionales, y son utilizadas como protección de la competencia externa. Existen ciertas ventajas como el aumento del consumo interno, la priorización de la industria local tiene una economía equilibrada y mayores oportunidades de empleo. La protección de los consumidores habla de los mecanismos existentes para garantizar el respeto de los derechos del comprador.

Un ejemplo de una medida de protección son las salvaguardias que, según el artículo XIX del GATT, se puede aplicar una salvaguardia como forma de urgencia con respecto al aumento de las importaciones de algún producto cuando se vea amenazada la producción nacional.

Acorde con las respuestas de los entrevistados, los mercados del Caribe, Australia y Estados Unidos utilizan estas medidas, lo que dificulta y convierte en no rentables las

exportaciones. Un ejemplo de esto es el acero y el impuesto que EE. UU. aplica a sus elevados impuestos, lo que provoca que este producto tenga un aumento de un 25%.

Categoría 3: obstáculos comerciales

Descripción

En la categoría de obstáculos comerciales, se hace referencia a las dificultades que existen en las diferentes regiones, las cuales dependerán de muchos factores en específico, como lo es la mano de obra, el libre tránsito de las mercancías y la protección a la producción nacional. A continuación, se presentan las respuestas de la muestra seleccionada.

“Cumplir con regulaciones, premisa libre de comercio, protección al medio ambiente, protección al ser humano, prevenir el engaño al consumidor, cuestiones de calidad, normas ISO y las condiciones que cada país exija” (Entrevistado 2)

“Altos impuestos como medida proteccionista” (Entrevistado 3)

“Problemas de competitividad (en el caso de CR se trata de un país muy caro para producir, mal nivel de infraestructura, una logística que requiere mejorar mucho más, entre otros. Reglamentación técnica, crestas arancelarias y a lo interno mayor empuje al desarrollo de productos de mayor valor agregado y sofisticación de la oferta exportable” (Entrevistado 4)

“Aplicación de subvenciones a los productos terminados, medidas de salvaguardias a los productos para poder proteger a las industrias nacionales” (Entrevistado 5)

“Inflación del dólar para comprar ciertas piezas en el extranjero que el producto necesita. Si el producto es 100% afectan los impuestos” (Entrevistado 7)

“A las barreras no arancelarias y a los propios aranceles” (Entrevistado 10)

Análisis

Beato (2012) explica que las barreras comerciales, “discriminan los productos o servicios prestados por personas físicas o jurídicas ocasionando dificultades en los procesos que impiden la agilización, simplificación y facilitación del comercio”. Los obstáculos son normas, reglamentos, disposiciones legales y procedimientos aduaneros que limitan la internacionalización de los bienes, servicios e inversión, lo cual reduce el posible intercambio y diversificación entre los países.

Existen muchos tipos de barreras, como las fiscales, que son las que gravan los impuestos de la mercancía en el país destino; las cuantitativas, que imitan el volumen y la cantidad, las técnicas, que requieren documentos o constancias en el área de la salud, calidad y seguridad; y las medioambientales, que son utilizadas para ayudar al medio ambiente.

Las muestras entrevistadas explican que, de acuerdo con el ámbito de especialización, esto variará, pero en general se deben respetar las normas ISO, las regulaciones o las normas que previenen el daño al ser humano y la afectación de la calidad del producto. La competencia es un obstáculo que los entrevistados denotaron como importante, al igual que la aplicación de las subvenciones, las salvaguardias y las no arancelarias.

Categoría 4: Obstáculos más significativos

Descripción

La categoría de obstáculos más significativos hace referencia a las dificultades a las que se les debe poner más atención, ya que son las que más se toman en cuenta a la hora de comercializar y vender en territorio nacional. A continuación, las respuestas de las muestras entrevistadas.

“Depende del mercado y el producto, pero generalmente son las barreras no arancelarias”
(Entrevistado 1)

“Los obstáculos técnicos, que no son lo mismo a las dificultades comerciales”
(Entrevistado 2)

“Altos impuestos como medida proteccionista” (Entrevistado 3)

“La competitividad, reglamentación técnica, crestas arancelarias y a lo interno mayor empuje al desarrollo de productos de mayor valor agregado y sofisticación de la oferta exportable son factores que empujan o detienen el avance del país en mercados internacionales” (Entrevistado 4)

“La inflación del dólar” (Entrevistado 5)

“Ambiente competitivo ya que el mercado no crece por la cantidad de oferta que dan de los mismos productos” (Entrevistado 6)

“Los aranceles, pues muchos productos de buena calidad no pueden ser importados por los aranceles tan altos en contra de otros no tan buenos pero que gozan de un trato arancelario preferencial” (Entrevistado 10)

Análisis

No existe un obstáculo de mayor importancia que otro, todos deben cumplirse y respetarse e intentar no pasarlos desapercibidos, ya que, aunque restringen el comercio, no lo prohíben del todo y si cumplen con lo especificado por cada país, no van a existir pérdidas.

Entre los obstáculos más significativos estaban las barreras no arancelarias, los obstáculos técnicos, los altos impuestos, el ambiente competitivo que afecta la calidad y el precio de las mercancías porque se les pueden disminuir su valor comercial, también el empuje al desarrollo e innovación de productos.

Categoría 5: Inflación del dólar

Descripción

La subcategoría de la inflación del dólar, se saca de la categoría 4 de los obstáculos más significativos en donde solo una muestra entrevistada hace referencia a este tema y el cual es de gran importancia tener información porque muchas personas tienden a confundir o no saber el verdadero significado. A continuación, la respuesta de la muestra entrevistada.

“Inflación del dólar para comprar ciertas piezas en el extranjero que el producto necesita. Si el producto es 100% afectan los impuestos” (Entrevistado 7)

Análisis

El dólar, por su parte, es una de las principales monedas del mundo y del comercio, ya que a pesar de que cada país tiene su propio tipo de divisa cuantitativo, ya sea el peso, el colon, el bolívar, entre otros, también se manejan los dólares. Al ser un símbolo muy

significativo para la economía y el intercambio de bienes, también puede llegar a ser riesgoso cuando este sufre una inflación, ya que al ser una de las principales fuentes de pago de los bienes y servicios ofrecidos, si este aumenta, todos los insumos que son utilizados para crear un producto terminado también estarán sometidos a los altos niveles de precios.

Ahora bien, es preciso entender que la inflación por separado es el aumento sistemático y generalizado de precios, unos más que otros, de forma y épocas distintas. Pero no quiere decir que no llegue a afectar el hecho de comprar mercancías por un tiempo, mientras estos precios disminuyen.

Y si se pregunta por qué se da este fenómeno tan caótico en la economía y el comercio, pues existen razones como que solo funciona por lo monetario, si existiera el trueque, no habría posibilidad de que exista una inflación, si la cantidad de bienes y servicios crece todo el tiempo, es necesario que la cantidad de dinero crezca en una proporción similar para poder pagar esos nuevos bienes o servicios.

Con respecto a la muestra entrevistada, la cual opina que sí existe una inflación y el producto es 100% americano, esto puede provocar y dañar los impuestos que son aplicados.

Categoría 6: Barreras técnicas

Descripción

Las barreras técnicas surgen como una subcategoría en la categoría de los obstáculos más significativos, y al ser especificadas por la muestra entrevistada como

distintas de las barreras comerciales, esta se toma como llamativa entre las respuestas expresadas. A continuación, la respuesta del entrevistado.

“Los obstáculos técnicos, que no son lo mismo a las dificultades comerciales”
(Entrevistado 2).

Análisis

Las barreras técnicas son requisitos adicionales, diferentes a los aranceles que los países colocan a los productos extranjeros.

Como lo comenta la muestra entrevistada, lo cual es de gran importancia saber, los obstáculos técnicos no son lo mismo que las dificultades comerciales. Cabe destacar que los obstáculos técnicos son cuotas, licencias de importación, restricciones derivadas de procedimientos aduaneros, medidas sanitarias y fitosanitarias. Los procedimientos de evaluación son procedimientos técnicos, de prueba, verificación, inspección o certificación, que sirven para determinar que los productos cumplen con las prescripciones establecidas en los reglamentos y las normas, estos deben ser transparentes y aplicarse de manera no discriminatoria para evitar que se conviertan en instrumentos proteccionistas.

Según la Organización Mundial de Comercio (OMC), el objetivo del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (Acuerdo OTC) es que los reglamentos técnicos, las normas y los procedimientos de evaluación de la conformidad no sean discriminatorios ni creen obstáculos innecesarios al comercio. Al mismo tiempo, el Acuerdo reconoce el derecho de los miembros de la OMC a aplicar medidas para alcanzar objetivos normativos legítimos, tales como la protección de la salud y la seguridad de las personas o la protección del medio ambiente. El Acuerdo OTC recomienda firmemente a los miembros que basen sus medidas en normas internacionales como medio de facilitar el comercio. Las

disposiciones sobre transparencia del Acuerdo tienen por objeto crear un entorno comercial previsible.

Categoría 7: Normativas y regulaciones

Descripción

La categoría de normas y regulaciones se refiere a la orientación que recibe este tipo de producción para que sea accesible a todos los mercados y que medidas, ya sea de seguridad o por protocolo, deben seguir los productos no agrícolas con respecto al sector correspondiente. A continuación, las respuestas de las muestras entrevistadas con respecto a la categoría de estudio.

“Permisos de salud, instalaciones con requisitos de seguridad pública, requisitos para exportar algún producto, marco jurídico de cada país, cuidados que exigen los distintos ministerios” (Entrevistado 2)

“Regulaciones de etiquetado y registros sanitarios para el ingreso del producto al mercado extranjero, mucho depende del país donde se vaya a internar, pues las condiciones varían” (Entrevistado 3)

“En Costa Rica hay una variedad de disposiciones de índole sanitaria y fitosanitaria. No se puede enlistar, pues la reglamentación técnica e incluso la producción de normas técnicas es amplia y está en constante cambio y adaptaciones según las necesidades de los sectores (tanto público como privado)” (Entrevistado 4)

“Normativas de seguridad, valorado por los bomberos, en este caso para el equipo de gas y esto lo que hace es que encarece el producto a la hora de poner piezas que no se ponían antes” (Entrevistado 7).

“Se rigen por la normativa de código de comercio internacional, la mercantil. También contamos con el MEIC que tiene sus decretos, y también dependiendo del sector hay que tomar las medidas de seguridad adecuadas” (Entrevistado 8)

“Se debe portar una baliza de ubicación satelital para controlar las áreas donde se pesca y se exige que un porcentaje de los productos no deben ser de ciertos tamaños o especies en protección” (Entrevistado 9)

“Altos aranceles, Notas Técnicas, Permisos de importación, Selectivo de Consumo, etc.” (Entrevistado 10)

Análisis

Como se mencionó anteriormente, en la descripción de la categoría, las normativas y regulaciones que son aplicadas a la producción no agrícola dependen del sector en que se especializa. Para comenzar, es importante saber que regulación se refiere a la acción de regular algo, ajustar o poner en orden para el funcionamiento de un sistema.

Y de estos productos, la mayoría necesitan de ciertas medidas de seguridad porque pueden atentar con la vida del ser humano. Como lo indica la muestra entrevistada, algunos son los permisos de salud o requisitos de las instalaciones de estos productos por temas de espacio o cuidado. También la etiqueta y la paleta de colores de cada país que se debe respetar para su importación o las etiquetas informativas con su respectivo idioma.

Algunos productos más elaborados o técnicos necesitan hasta permisos de seguridad de los bomberos por cuestiones de fugas o aparatos de gas. Las normativas de peso y volumen también son importantes. Por su parte, las normas técnicas son las más utilizadas en Costa Rica con respecto a la importación.

Categoría 8: Incremento en los últimos años

Descripción

La categoría de incremento en los últimos años se refiere al aumento la comercialización en todo el mundo por parte de estos productos y a cómo, de forma indirecta, este influye en las economías de los países. A continuación, las respuestas de las entrevistas seleccionadas.

“Va a depender del sector al que se esté refiriendo, pero en general los dispositivos médicos, las manufacturas diversas han crecido. El sector textil no ha tenido incremento notable” (Entrevistado 2)

“Debería de aumentar, en vista de que las exportaciones aumentaron” (Entrevistado 3)

“Definitivamente. El sector industrial y el sector servicios han crecido considerablemente en los últimos 10 años, la generación de una estrategia sostenible para mantener el crecimiento e impulsarlo a mejorar. En la actualidad evaluando el Índice Mensual de Actividad Económica (IMAE) nos muestra que el sector industrial a abril de 2018 lleva 9 meses en una desaceleración” (Entrevistado 4)

“Si ya que el país inmigra producciones más avanzadas y tecnológicas e innovadoras” (Entrevistado 6)

“Si, existe mucha competencia, como las empresas pequeñas que aprenden y deciden crear sus propios negocios” (Entrevistado 7)

“No, al contrario, ha disminuido en toda la costa pacífica, podría estimar que actualmente se encuentra activa un 40% de la flota pesquera, tipo palangre. Esto debido a las dificultades que se han ido presentando a los pescadores, ambientales, regulaciones, problemas de rentabilidad por los precios, entre otros” (Entrevistado 9)

“Por supuesto que sí, creo que desde que se aprobaron las rondas de negociación muchos países se han favorecido con el incremento de su producción en productos no agrícolas y

por su parte los países que importan, tan bien se ven beneficiados con la disminución de aranceles. Además, con los avances tecnológicos los mercados se han acercado todavía más, tanto que ahora cualquier ciudadano puede importar por medio de plataformas como AMAZON, e-BAY, WISH, etc.” (Entrevistado 10).

Análisis

La producción no agrícola se ha ido incrementando en los últimos años, y ha hecho que se realicen fuentes de empleo para las personas, también mayores oportunidades de diversificación y expansión para el comercio y la economía de cada país.

Costa Rica exporta más de 4.000 productos a más de 150 socios comerciales incluyendo electrónicos, textiles, plásticos, joyería, metal mecánica y papel, entre otros. Las empresas de manufactura liviana han identificado a Costa Rica como una plataforma idónea para exportar, gracias a una serie de ventajas competitivas en relación con otros países, como por ejemplo las empresas de textiles, ropa, cuero y calzado pasaron de 121 en el 2009 a 141 en el 2015.

Acorde con las muestras entrevistadas, han aumentado en los dispositivos médicos, manufacturas diversas, el sector industrial y el de servicios, y estos desde que se aprobaron rondas de negociación muchos países se han favorecido con el incremento de su producción en productos no agrícolas y por su parte los países que importan, tan bien se ven beneficiados con la disminución de aranceles.

Categoría 9: Evidencia del crecimiento

Descripción

La categoría de evidencia del crecimiento se refiere a las maneras posibles de representar el crecimiento que muestra la producción no agrícola dependiendo del sector correspondiente. A continuación, se muestran las respuestas de las entrevistas de estudio seleccionadas.

“Por medio de las estadísticas de comparación de los años” (Entrevistado 2)

“Por medio del incremento en el volumen de exportación” (Entrevistado 3)

“¿Qué representa la industria manufacturera en nuestro país? (Cifras): en el PIB: 13,1% (BCCR), en exportaciones de bienes: 70,5%” (Procomer) (Entrevistado 4).

“Por las estadísticas a nivel nacional y por la sustitución de productos que los hacen con mayor manufacturados para la exportación” (Entrevistado 6)

“Como la gente conoce el negocio, deciden diversificar y aumentar los productos” (Entrevistado 7)

“El libre tránsito de mercancías ha posibilitado que los mercados productivos se disparen, aunado a la enorme cantidad de información que viaja por medios electrónicos, donde se pueden conseguir proveedores con solo realizar un clic.” (Entrevistado 10)

Análisis

Para definir la categoría de la evidencia del crecimiento, se debe tomar en cuenta que una evidencia es una muestra verificada y acertada de una investigación y las cuales se deben tomar con base a las convicciones que revelen la magnitud y los factores determinantes que se encuentren presentes a la hora de realizar el estudio. Las evidencias

pueden verse desde cuatro puntos de vista, como es la actitud de las personas para con el producto, cuan es el conocimiento del producto, como es el desempeño que recibe el producto y el producto final.

Estas se pueden expresar de diferentes formas y dependiendo del contexto o sector al que se desea mostrar. Para el sector no agrícola, en relación con el crecimiento, se puede mostrar por medio de estadísticas que se realicen de forma nacional o internacional, por las instituciones correspondientes, ya sea de forma semanal, mensual o anual; con el fin de saber cómo se mueven los números de importaciones y exportaciones. También por el aumento o la disminución que las personas muestren hacia el producto ofrecido, por la demanda de este, entre otras maneras.

Conforme a lo que la muestra entrevistada contesta acerca de cómo se ve evidenciado el crecimiento de la producción no agrícola, se pudo conocer que esto se da por medio de las estadísticas y la comparación a través de los años. Así como por el incremento en los volúmenes de exportación; por el desempeño con el que realizan el producto terminado, ya sea manufacturado, industrial o extractivo y por medio del conocimiento de su negocio y en cuanto a cómo diversificar e innovar su producción por medio del valor agregado, para llamar la atención de los actuales y nuevos consumidores.

Interpretación de Datos

Cuando se habla de una negociación, es importante tener un objetivo en común, el cual será de gran ayuda para que las partes que están involucradas en el acuerdo no pierdan de vista o se desvíen del tema principal que se desea tratar. Ahora, cuando existe una apertura de algún sector o se desea tratar un tema en específico, ya sea del medio ambiente o de la agricultura, los cuales son temas distintos de la producción agrícola, no siempre se pasará por una negociación. En caso contrario, como lo es el tema de esta investigación, los países miembros de la OMC tomaron la decisión de pactar la negociación; sin embargo,

muchas las personas tienden a confundir los términos o las condiciones con acuerdos pactados.

Como en toda negociación, debe haber puntos o factores por tratar y concluir de forma exitosa. Cada sector, ya sea relativo a la agricultura, tecnología, el sector agropecuario, industrial, manufacturero, entre otros, tiene sus distintas particularidades y factores en específico. De manera que, sería imposible hacer una reunión para tocar todos los temas y dar una solución. No obstante, en el caso de los productos no agrícolas, aunque es un tema muy diverso, estos pertenecen a un solo ámbito. Por lo tanto, sus principales aspectos por desarrollar estarán ligados al precio y la calidad, que son los encargados de incentivar o crear la competencia.

Esta investigación se basa en lo que la Organización Mundial del Comercio (OMC) dicta en sus normativas y regulaciones con respecto a la producción no agrícola y por supuesto se ejemplifica con lo que Costa Rica representa o está pasando, y a pesar de que esta institución solo le haga frente al aumento de los gravámenes existen muchísimos más obstáculos como las medidas proteccionistas de su producción nacional que son utilizadas por países con una capacidad independiente de supervivencia por el tamaño de su población, de su economía o porque generan en volúmenes grandes, a mejores precios y calidad lo que ha sido una de las competencias más fuertes y constantes para Costa Rica, estos países son Estados Unidos y el mercado asiático.

Otras barreras que juegan un papel importante en la exportación de estos productos es la inflación del dólar o el cumplir con las especificaciones de cada país como lo son las etiquetas, paletas de colores, certificados de origen, documentos de exportación e importación, que se deben cumplir para tener éxito en el comercio y lograr otros posibles acuerdos.

Es importante que los productores, vendedores o fabricantes estar actualizado con lo que pasa tanto en el mercado tanto nacional como internacional y apoyarse de todas las asesorías, capacitaciones y ayudas que las instituciones correspondientes a cada sector ya sea el industrial, manufacturas, joyas, calado, textil, silvicultura, pescadería, industrias extractivas o el petróleo ofrezcan y tomar ventaja hasta de las publicaciones que hace Procomer o COMEX en sus respectivas páginas web de las estadísticas de crecimiento o descenso y ver como se encuentra su nicho de mercado para no tener perdidas.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se van a desarrollar las conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación. En primer lugar, se enfatizará en los resultados obtenidos, con los cuales se les dará una respuesta a los objetivos establecidos en el presente estudio, y además se contestará la pregunta planteada en el primer capítulo introductorio. De igual forma se les darán una serie de recomendaciones a las personas entrevistadas y demás instituciones correspondientes.

El proceso de investigación se dirigirá por el planteamiento del problema, justificación, antecedentes, objetivo general y específicos. Fue un estudio de tipo cualitativo a través de encuestas basadas en un cuestionario, seguidamente, se dio lugar a las categorías de análisis las cuales fueron tomadas de los objetivos específicos y de las respuestas de la muestra entrevistada y fue comparada con la teoría del capítulo dos del marco referencial.

Conclusiones de la investigación

A continuación, se propondrá una serie de conclusiones que fueron adecuadas a los resultados obtenidos en la recolección de datos de las muestras entrevistadas y serán desarrolladas conforme a lo acabado de las categorías de análisis.

La mayoría de las personas, ya sean trabajadores, empresarios, dueños de empresas o estudiantes, carecen de información y conocimiento sobre las negociaciones tanto de la producción no agrícola como cualquier otra en general, las cuales son la principal fuente para que muchos procesos y productos tengan paso libre.

El hecho de que exista alguna innovación o alguna herramienta que agilice el proceso de mano de obra no quiere decir que este se haya sometido a alguna negociación, simplemente es introducida por temas de supervivencia o necesidad.

Es importante tomar en cuenta que los productos no agrícolas están relacionados con los agrícolas, ya que los primeros son las herramientas que agilizan el proceso de recolección y transformación del segundo.

La reducción arancelaria es uno de los temas más conocidos y expuestos ante muchísimas tomas de decisiones comerciales, pero a la vez es un tema que no se puede simplemente pasar por alto o aceptar, ya que este implica muchas más situaciones que la reducción.

La competencia es uno de los principales factores de los productos no agrícolas, ya que esto implica el precio, la calidad, la diversificación y demás aspectos que no todos tienen la capacidad de cumplir.

El precio y la calidad de un producto no agrícola van estrechamente relacionados, ya que si la calidad es buena y el producto tiene garantía, su precio se determinará acorde a estas características, pero si es de baja calidad, puede que el producto al final salga más caro por las depreciaciones que presente a mediano o largo plazo.

Las crestas arancelarias, picos elevados, aumento de impuestos o cualquier sinónimo que se le quiera aplicar es uno de los obstáculos de más peso y es el que se

encarga de que la demanda comercial disminuya y por tanto la economía del país también.

El aumento de los aranceles afecta tanto a los productores como a los fabricantes de los productos no agrícolas, ya que al realizar un producto terminado y aumentar a cada insumo los impuestos, al final será más caro crearlo que comprarlo hecho.

Costa Rica cuenta con varios programas, ayudas, asesorías y talleres para personas que desean expandir sus productos hacia mercados extranjeros o en el mismo territorio nacional. Al año hacen, aproximadamente, tres ferias en centros públicos para que exhiban los productos a los consumidores.

Otro beneficio que reciben los productores es la herramienta más poderosa que son las redes sociales, las cuales les ayuda a tener contacto con las personas y darse a conocer con más facilidad.

Los tratados de libre comercio les benefician al tener que bajar sus impuestos en 0% con ciertos productos de la amplia gama que la producción no agrícola ofrece, como hay otros que se quedan igual y o se les aplica eso.

La garantía que recibe el producto a mediano o largo plazo para con los consumidores les genera un valor agregado al producto y los consumidores se benefician por la diversificación e innovación de los productos no agrícolas para que exista mayor demanda.

Instituciones como Procomer y COMEX brindan información en sus páginas acerca de cómo se encuentran los mercados y con cuales se tiene ventaja y con cuáles no dependiendo de producto que represente.

La Cámara de Comercio le permite al productor estar en una lista por si alguien del extranjero tiene la necesidad de adquirir algún servicio que brinde alguno de los productores de la producción no agrícola, y para que estos no estén buscando, de una vez son contactados por sus fabricantes o vendedores.

Estados Unidos y Asia son los países que predominan en el comercio, ya que son países con mucha población, con una economía tan extensa que se pueden mantener por sí solos, aparte que exigen demasiado por parte de los países importadores y protegen mucho sus productos nacionales.

Los mercados asiáticos predominan mucho por producir y exportar productos con muy baja calidad a buenos precios lo que debilita las ventas de otros países y los mercados del Caribe y Australia son los que están más apegados a las medidas proteccionistas lo cual es bueno, pero restringe mucho el comercio hacia estos destinos.

Los obstáculos comerciales y los técnicos son muy diferentes, ya que puede que el producto cumpla con la documentación y los permisos de los países destino, pero si no cumple con factores como el etiquetado, el idioma, la información nutricional, la paleta de colores, entre otros aspectos, tampoco sedará la exportación.

La inflación del dólar genera un aumento de los precios afectando la economía de algunos países y el comercio en general debido a que es la divisa utilizada a nivel internacional y si esta aumenta los insumos exportados e importados, también sufrirán las consecuencias provocadas por los impuestos aplicados.

Existen ciertas normas y regulaciones que se deben cumplir para no atentar contra la salud del ser humano o de algún ser vivo, las más cotizadas son las sanitarias y fitosanitarias que normalmente se presentan para productos de origen alimenticio y más importante cuando viene de países con costumbres diferentes a la del país importador o por seguridad. También se piden por si algún producto extractivo lleva algún químico que pueda ser alérgico o tenga sus instrucciones específicas. Dependiendo del sector no agrícola al que se refiere, se tendrán distintas medidas de seguridad que se deben cumplir.

La producción no agrícola ha crecido de forma diversificada e innovadora para no aburrir al consumidor y ofrecerle mejoras conforme pasa el tiempo. De igual forma hay sectores en los que casi no existe un crecimiento notable, ya que la mano de obra ha sido sustituida por la tecnología, como el caso de la industria textil como hay otros en los que sí se nota, como es el sector servicios ha tenido un incremento considerable y positivo.

La mejor manera para demostrar el crecimiento de la producción no agrícola es por medio de los indicadores que realizan anualmente de forma nacional y dependiendo de cómo se mueven los inventarios de cada empresa.

Recomendaciones de la Investigación

A continuación, se propondrá una serie de recomendaciones que fueron adecuadas de acuerdo con los resultados obtenidos en la recolección de datos, y la mayoría están dirigidas a instituciones públicas y privadas que tiene relación con la producción no agrícola.

Se le recomienda a el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), encargado de velar por la intuición del comercio de Costa Rica, actualizar los datos de su página web, con respecto a las estadísticas de los últimos dos años (2016-2017) en relación con las exportaciones e importaciones de los productos no agrícolas, ya que es un medio muy eficiente para que estos se guíen y vean cómo se mueve este sector, cuál ha sido su incremento, cómo está representado, qué tanto porcentaje, entre otros aspectos de importancia para estos productores, fabricantes o vendedores.

Se le sugiere a la Promotora de Comercio Exterior (Procomer), encargada de promover el comercio, brindar mayor información hacia los estudiantes de comercio internacional o carreras relacionadas, es entendible que existe cierta información que es confidencial y no está permitido dar, pero que busquen la manera de cómo ayudar a resolver las dudas o problemas expuestos, no solo se restrinjan a las a empresas grades sino a las personas que desean adquirir mayor conocimiento, ya que muchos estudiantes tienen el conocimiento y el sueño de llegar a crecer y es necesario alguna orientación por alguna institución con experiencia y conocimiento en el tema.

Se les recomienda a los estudiantes universitarios que desean especializarse en los sectores de la producción no agrícola, estar actualizados y aprovechar las herramientas que tienen, como el internet, en donde existen hasta cursos en línea, en caso de que se les dificulte la investigación. También, si tienen alguna idea, pueden publicarla y darla a conocer, de este modo podrán recibir ayuda de una entidad, ya sea pública o privada, para expandir y hacer realidad los proyectos que tienen en mente realizar.

Se le invita al MEIC, Incopesca, ANEIT y demás instituciones que representan a la producción no agrícola que informen y tengan al tanto a los productores, fabricantes o vendedores de una posible alza de precios, o impuestos o inflación del dólar o demás factores que afecten con la comercialización por medio de sus respectivas páginas web o que manden algún correo electrónico a las empresas que tienen registradas para así no tener fracasos empresariales.

Se les aconseja a los productores de la producción no agrícola estudiar bien la competencia en cuanto a precio y calidad que son los más importantes, también a la cantidad, volumen, innovación y demás aspectos que son de gran relevancia por medio de investigaciones de mercado o aprovechar las estadísticas publicadas por las entidades acerca de las exportaciones e importaciones con más peso en el país y no tener que perder a los clientes a mediano o largo plazo por falta de cuidado.

Se le sugiere a los vendedores de la producción no agrícola aprovechar los tratados de libre comercio con los que Costa Rica cuenta buscando las ventajas que ofrece a cada producción en específico y saber a fondo de qué tratan para sacar ventaja de estos y aplicarlos a los sus productos y que no les afecten las crestas arancelarias.

Se les recomienda a los entes que representan la producción no agrícola a integrarse, estar pendientes de las instituciones públicas que tienen que ver con el sector de cada uno por si ofrecen algún taller, asesoría de interés y que sea de orientación para estar actualizados, ya que muchos carecen de conocimiento e información que al fin al cabo son válidas y de gran ayuda para su producción.

Se les recomienda a los vendedores, personas o empresas que se especializan en la producción no agrícola hacer un estudio de mercado hacia los que se desea exportar. Ya que existen varios países que, debido a las medidas de protección correspondientes, tienden a restringir el comercio y dejar de lado la venta. Por lo que es mejor saber cuáles son para así cumplir con los documentos solicitados con anterioridad y no tener que pasar por la pérdida del producto por falta de aceptación en el país de destino.

REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

agricolas, G. d. (18 de diciembre de 2017). *OMC*. Recuperado el 17 de mayo de 2018, de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/markacc_s/nama_groups_s.htm

agrícolas, N. s. (s.f.). *OMC*. Recuperado el 17 de mayo de 2018, de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/markacc_s/nama_negotiations_s.htm

Arendena, M. (24 de abril de 2018). *edualimentaria.com*. Recuperado el 25 de mayo de 2018, de <http://www.edualimentaria.com/pescados-y-mariscos-composicion-y-propiedades>

Bastos, J. (2018). *inomaderas.com*. Recuperado el 26 de mayo de 2018, de <http://infomaderas.com/2013/05/30/que-es-la-silvicultura/>

combustible, d. d. (22 de agosto de 2016). *conceptodedefinicion.de*. Recuperado el 26 de mayo de 2018, de <http://conceptodefinicion.de/combustible/>

Comerciales, C. d. (4 de febrero de 2002). *Organizacion Mundial de Comercio*. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/dda_s/tnc_1_01feb02_s.htm

Doha, P. d. (2001). *Organizacion Mundial de Comercio*. Recuperado el 17 de mayo de 2018, de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/dda_s/work_organ_i_s.htm

ecured. (2018). *ecured*. Recuperado el 27 de mayo de 2018, de <https://www.ecured.cu/Calzado>

EcuRed. (25 de mayo de 2018). *ecured*. Recuperado el 25 de mayo de 2018, de <https://www.ecured.cu/Negociaci%C3%B3n>

Financiero, e. E. (23 de julio de 2015). la caída del petróleo. *E lFinaciero* .

Hernandez, M. (9 de mayo de 2006). *Gestiopolis*. Recuperado el 22 de mayo de 2018, de <https://www.gestiopolis.com/que-es-negociacion-tipos-etapas-y-tecnicas-efectivas/>

ICTSD. (noviembre de 2015). *Serie de Informes de La Ronda de Doha*. Recuperado el 7 de octubre de 2017, de <https://www.ictsd.org/downloads/2013/08/4-acceso-a-los-mercados-para-los-productos-no-agricolas-anma.pdf>

Levi, M. (2018). *Ecured*. Recuperado el 25 de mayo de 2018, de https://www.ecured.cu/Productos_forestales

manufacturera, c. d. (2018). *caracteristicas*. Recuperado el 26 de mayo de 2018, de <https://www.caracteristicas.co/industria-manufacturera/#ixzz5Gusm7LdE>

Minería, S. N. (2013). *Anuario de la Minería de Chile*. Recuperado el 16 de noviembre de 2017, de <http://www.sernageomin.cl/pdf/presentaciones-geo/CHILE-PAIS-MINERO-ADEMAS-DE-COBRE.pdf>

Mundial, B. (10 de abril de 2017). *Banco Mundial*. Recuperado el 26 de mayo de 2018, de <http://www.bancomundial.org/es/topic/extractiveindustries/overview>

OMC. (2002). *OMC*. Recuperado el 25 de mayo de 2018, de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/dda_s/dda_s.htm

OMC. (2002). *paquete de julio*. Recuperado el 25 de mayo de 2018, de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/dda_s/meet08_s.htm

OMC, M. d. (20 de noviembre de 2001). *OMC*. Recuperado el 24 de mayo de 2018, de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/minist_s/min01_s/mindecl_s.htm#marketaccess

OMC, m. d. (2001). *Organizacion Mundial del Comercio*. Recuperado el 17 de mayo de 2018, de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/minist_s/min01_s/mindecl_s.htm#marketaccess

APÉNDICES

1. Agrupaciones de los países miembros de la OMC con respecto a las negociaciones del acceso a los productos no agrícolas


Nombre de la agrupación.	Total de países miembros de la OMC.	Países
Grupo Africano.	43 países	Angola, Benín, Botsuana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Camerún, Chad, Congo, Côté d'Ivoire, Djibouti, Egipto, Gabón, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea-Bissau, Kenia, Lesoto, Madagascar, Malawi, Malí, Marruecos, Mauricio, Mauritania, Mozambique, Namibia, Nigeria, Níger, República Centroafricana, República Democrática del Congo, Ruanda, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Sudáfrica, Suazilandia, Tanzania, Togo, Túnez, Uganda, Zambia, Zimbabue.
Miembros en desarrollo de Asia.	31 países	Arabia Saudita, Reino de Bahréin, Reino de Bangladesh, Brunei Darussalam, Camboya, China, Emiratos Árabes Unidos, Filipinas, Hong Kong, China, India, Indonesia, Jordania, Kuwait, Estado de, Macao, China, Malasia,

		Maldivas, Mongolia, Myanmar, Nepal, Omán, Pakistán, Qatar, República Democrática Popular Lao, República Kirguisa, República de Corea, Singapur, Sri Lanka, Tailandia, Taipéichino, Turquía, Vietnam.
APEC- Foro de Cooperación Económico de Asia y el Pacífico.	21 países	Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Chile, China, Estados Unidos, Federación de Rusia, Filipinas, Hong Kong, China, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea, Perú, República de Corea, Singapur, Tailandia, Taipéi Chino, Vietnam.
MERCOSUR – Mercado Común del Sur.	4 países	Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay.
G-90 –Países del Grupo Africano, Países del Grupo ACP, países menos adelantados.	72 países	Afganistán, Angola, Antigua y Barbuda, Bangladesh, Barbados, Belice, Benín, Botsuana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Camboya, Camerún, Chad, Congo, Cuba, Côte d'Ivoire, Djibouti, Dominica, Egipto, Fiyi, Gabón, Gambia, Ghana, Granada, Guinea, Guinea-Bissau, Guyana, Haití, Islas Salomón, Jamaica, Kenia, Lesoto, Liberia, Madagascar, Malawi, Maldivas, Malí, Marruecos, Mauricio, Mauritania, Mozambique, Myanmar, Namibia, Nepal, Nigeria, Níger, Papúa Nueva Guinea, República Centroafricana, República Democrática Popular Lao, República Democrática del Congo, República


		Dominicana, Ruanda, Saint Kitts y Nevis, Samoa, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Sudáfrica, Surinam, Suazilandia, Tanzania, Togo, Trinidad y Tobago, Túnez, Uganda, Vanuatu, Yemen, Zambia, Zimbabue.
Países menos adelantados	36 países	Afganistán, Angola, Bangladesh, Benín, Burkina Faso, Burundi, Camboya, Chad, Djibouti, Gambia, Guinea, Guinea-Bissau, Haití, Islas Salomón, Lesoto, Liberia, Madagascar, Malawi, Malí, Mauritania, Mozambique, Myanmar, Nepal, Níger, República Centroafricana, República Democrática Popular Lao, República Democrática del Congo, Ruanda, Senegal, Sierra Leona, Tanzania, Togo, Uganda, Vanuatu, Yemen, Zambia.
Economías pequeñas y vulnerables	26 países	Antigua y Barbuda, Barbados, Belice, Bolivia, Estado Plurinacional de, Cuba, Dominica, Ecuador, El Salvador, Fiyi, Granada, Guatemala, Honduras, Jamaica, Mauritania, Nicaragua, Panamá, Papúa Nueva Guinea, República Dominicana, Saint Kitts y Nevis.

Fuente: Agrícolas, 2017.


2.




$$t_1 = (t_0 \times 0.8) - (0.7 \times (t_0 - 2 \times t_a))$$




$$t_1 = c \times t_0$$




$$t_1 = B_1^L + (t_0 - B_0^L) \times \left[\frac{B_1^U - B_1^L}{B_0^U - B_0^L} \right]$$




$$t_1 = \frac{(B \times t_a) \times t_0}{(B \times t_a) + t_0}$$




$$t_{1a}^w = \frac{A \times t_{0a}^w}{A + t_{0a}^w} + \alpha$$



$$t_1 = \frac{8 \times t_0}{8 + t_0}$$



$$t_1 = \frac{(t_a + (B \times P)) \times t_0}{(t_a + P^2) + t_0}$$



$$t_1 = \frac{15 \times 50}{15 + 50} \quad \text{o} \quad t_1 = \frac{t_0 \times 50}{t_0 + 50}$$

3. Entrevista

Estimado entrevistado, mi nombre es Megan Breckenridge Watson. Actualmente me encuentro realizando mi trabajo final de graduación con el fin de optar por mi grado académico de Bachillerato en Comercio Internacional, en Universidad Internacional de las Américas, bajo el título de avances en las negociaciones sobre el acceso a los mercados para los productos no agrícolas en el seno de la OMC al 2017, por tal motivo se le agradecerá el brindar información de forma clara y concisa lo que se le solicita en el

cuestionario, teniendo en cuenta que la información brindada será confidencial y los datos serán usados exclusivamente para el análisis de la presente investigación.

Entrevista 1

1. ¿Conoce usted alguna negociación similar a la del acceso a los mercados de los productos no agrícolas? ¿Cuáles?
2. ¿Cuáles considera usted que serían los puntos más importantes al tratar en una negociación acerca de los productos no agrícolas?
3. ¿Cuáles considera usted que son los beneficios que reciben actualmente los productores de productos no agrícolas para competir a nivel internacional?
4. ¿Cuáles considera usted que son los beneficios que obtienen los consumidores de los productos no agrícolas?
5. ¿Cuáles son algunos programas y ayudas para los productores de productos no agrícolas?

Entrevista 2

1. ¿Cuáles mercados han representado la mayor dificultad para el ingreso de los productos no agrícolas?
2. ¿A cuáles obstáculos comerciales se enfrentan los productos no agrícolas?
3. De los obstáculos citados, ¿cuáles considera usted que son los más significativos?
4. ¿Cuáles son las principales normativas y regulaciones que existen actualmente para la producción no agrícola?
5. ¿Considera usted que la producción no agrícola ha incrementado en los últimos años? Justifique su respuesta.
6. Si su respuesta es afirmativa, ¿cómo considera usted que se evidencia este crecimiento en la producción no agrícola?