

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE RELACIONES INTERNACIONALES
LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR**

**EXPORTACIÓN DE PIÑA A CHINA EN 2017:
EXPERIENCIA DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS Y
EXPORTADORAS DE LA ZONA NORTE DE COSTA
RICA**

AUTORA:

RIMA JULIANA ROMERO GRANADOS

TUTOR:

VICTOR ESTRADA MENA

SAN JOSÉ, COSTA RICA

2018

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas aquellas personas que de una u otra manera colaboraron en la elaboración de esta investigación.

A Marcos Bonilla, mi fiel compañero, por apoyarme en cada etapa del trabajo, y darme palabras de aliento en cada momento.

A Gabriela Sandí, de una forma muy especial, ya que además de contribuir con su experiencia, fue un enlace clave con otras figuras que aportaron información muy valiosa.

Y a Ronald Elizondo, mi mejor amigo, por usar sus influencias en las instituciones públicas para hallar información que no se encontraba en la web ni en escritos.

DEDICATORIA

Esta investigación está en su totalidad dedicada a Dios y a mis padres, Manuel Romero Talavera y Ligia Granados Gutiérrez, quienes a lo largo de estos 22 años no han hecho más que vivir por y para mí.

Es una pequeña manera de hacerles ver que el esfuerzo de los dos finalmente está dando frutos, y que ahora es mi turno de vivir por y para ellos.

Gracias papá y mamá, por darme las armas para defenderme en la vida y por hacerme una mujer de bien.

TABLA DE CONTENIDO

SOLICITUD DE DEFENSA DEL ESTUDIANTE	2
DECLARACIÓN JURADA	3
CLASIFICACIÓN DEL TUTOR	4
CEDULA	5
AGRADECIMIENTOS	6
7	
1. CAPÍTULO I: INTRODUCTORIO	13
1.1 INTRODUCCIÓN	13
1.2 JUSTIFICACIÓN	14
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.4 PERSPECTIVA TEÓRICA	17
1.5 ESTRATEGIA METODOLÓGICA	18
1.5.1 PLAN GENERAL	18
1.5.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	18
1.5.1.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL Y ESPACIAL	19
1.5.1.3 TIPOS DE FUENTES	20
1.5.1.4 TIPO DE TÉCNICA	20
1.5.1.5 UNIDAD DE ANÁLISIS	20
1.5.1.6 CONTEXTO DE SIGNIFICACIÓN	21
1.5.2 OPERACIONALIZACIÓN	21
1.6 OBJETIVOS	22
1.6.1 OBJETIVO GENERAL	22
1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
2. CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA	23
2.1 COMERCIO INTERNACIONAL	23
2.1.1 TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL	23
2.1.1.1 TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA	23
2.1.1.2 TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA	25
2.1.1.3 MODELO HECKSHER OHLIN: TEORÍA NEOCLÁSICA	26

2.1.2 REGULACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO	27
2.1.3 BARRERAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL	30
2.1.3.1 BARRERAS ARANCELARIAS	30
2.1.3.2 BARRERAS NO ARANCELARIAS	30
2.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA EXPORTAR	31
2.2.2 DOCUMENTACIÓN REQUERIDA PARA EXPORTAR	34
2.2.2.1 REGISTRADO COMO EXPORTADOR ANTE PROCOMER	34
2.2.2.2 FACTURA COMERCIAL	35
2.2.2.3 LISTA DE EMPAQUE	36
2.2.2.4 MANIFIESTO DE CARGA	36
2.2.2.5 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE	36
2.2.2.6 DECLARACIÓN ÚNICA ADUANERA DE EXPORTACIÓN	37
2.2.2.7 CERTIFICADO DE ORIGEN	37
2.2.2.8 REQUISITOS ADICIONALES	38
2.2.3 AGENTES VINCULADOS AL PROCESO DE EXPORTACIÓN	39
2.2.3.1 MINISTERIO DE SALUD	39
2.2.3.2 MINISTERIO DE AMBIENTE Y ENERGÍA	39
2.2.3.3 INSTITUTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA	40
2.2.3.4 MINISTERIO DE SEGURIDAD PÚBLICA	40
2.2.3.5 AUTORIDAD NACIONAL PARA LA PROHIBICIÓN DE LAS ARMAS QUÍMICAS	40
2.2.3.6 INSTITUTO COSTARRICENSE DE PESCA Y ACUICULTURA	41
2.2.3.7 OFICINA NACIONAL DE SEMILLAS	41
2.2.3 PRINCIPALES SECTORES EXPORTADORES DE COSTA RICA	42
2.2.4 LOGÍSTICA PARA EXPORTAR A CHINA DESDE COSTA RICA	45
2.3 PARTICIPACIÓN DE INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN EL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE LA PIÑA DE LA ZONA NORTE	46
2.3.1 PROMOTORA DE COMERCIO EXTERIOR DE COSTA RICA	46
2.3.2 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA	47
2.3.3 CÁMARA DE EXPORTADORES DE COMERCIO EXTERIOR	48
2.3.4 CÁMARA NACIONAL DE PRODUCTORES Y EXPORTADORES DE PIÑA	49
3.CAPÍTULO III: TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COSTA RICA Y CHINA	

	10
3.1 CHINA EN OCCIDENTE	50
3.1.1 LA VISIÓN DE CHINA EN AMÉRICA LATINA	50
3.2 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA Y LA REPÚBLICA POPULAR CHINA	52
3.2.1 RELACIONES DIPLOMÁTICAS COSTA RICA – CHINA	52
3.2.2 TRATADO DE LIBRE COMERCIO: RONDAS DE NEGOCIACIÓN	53
3.2.3 TRATADO DE LIBRE COMERCIO: OBJETIVOS DE LA NEGOCIACIÓN	54
3.2.4 TRATADO DE LIBRE COMERCIO: ESTRUCTURA	55
3.2.5 TRATAMIENTO ARANCELARIO OTORGADO POR CHINA A LAS MERCANCIAS ORIGINARIAS DE COSTA RICA	60
3.2.6 TRATAMIENTO ARANCELARIO OTORGADO POR COSTA RICA A LAS MERCANCIAS ORIGINARIAS DE CHINA	61
4.CAPÍTULO IV: EXPORTACIÓN DE LA PIÑA A CHINA. EXPERIENCIA DE LAS EMPRESAS DE LA ZONA NORTE	63
4.1 GENERALIDADES DE LA PIÑA	63
4.1.1 LA PIÑA: CARACTERÍSTICAS	63
4.1.2 VARIEDADES DE PIÑA	63
4.1.3 PRINCIPALES ENFERMEDADES Y PLAGAS QUE PERJUDICAN EL DESARROLLO DE LA PIÑA	64
4.1.4 IMPACTO DE LA PRODUCCIÓN DE PIÑA	66
4.2 LA PIÑA DE COSTA RICA	67
4.2.1 LA PIÑA DE COSTA RICA EN EL MUNDO	67
4.2.2 COMERCIO COSTARRICENSE	70
4.2.3 EL MERCADO DE PIÑA EN CHINA	73
4.3 PROCESO DE EXPORTACIÓN DE LA PIÑA DE LA ZONA NORTE A CHINA	76
4.3.1 PRIMERA EXPERIENCIA	76
4.3.2 PROTOCOLO	77
4.3.3 GOODFARMER: CLIENTE CHINO	80
4.3.4 ESCENARIO ACTUAL DE LAS EXPORTACIONES DE PIÑA A CHINA	82
4.4 NORMAS Y CERTIFICACIONES	85
4.4.1 MARCA PAÍS	85
4.4.2 NORMAS ISO	86
4.4.3 GLOBAL G.A.P	87
4.5 EMPRESAS	88

	11
4.5.1 VERITA TROPICALS COSTA RICA	88
4.5.2 UPALA AGRÍCOLA S.A.	90
4.5.3 AGROMONTE S.A	93
4.5.4 PRODUCTOS AGROPECUARIOS VISA S.A.	95
5. CAPÍTULO V: DISCUSIÓN Y ANÁLISIS	97
5.1 ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	97
6. CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
6.1 CONCLUSIONES	101
6.2 RECOMENDACIONES	104
7. BIBLIOGRAFÍA	106

TABLA DE ILUSTRACIONES

FIGURA 1. ORGANIGRAMA DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERC 28	
ILUSTRACIÓN 2. EJEMPLO DE REGISTRO COMO EXPORTADOR ANTE VENTANILLA ÚNICA DE COMERCIO EXTERIOR	35
ILUSTRACIÓN 3. EJEMPLO DE CERTIFICADO DE ORIGEN	37
ILUSTRACIÓN 4. PRINCIPALES SECTORES DE EXPORTACIÓN SEGÚN PROCOMER	43
ILUSTRACIÓN 5. PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN SEGÚN PROCOMER	44
ILUSTRACIÓN 6. EXPORTACIONES SEGÚN REGIÓN DEL PAÍS SEGÚN PROCOMER	44
ILUSTRACIÓN 7. EXPORTADORES MUNDIALES DE PIÑA SEGÚN VALOR EXPORTADO SEGÚN PROCOMER	69
ILUSTRACIÓN 8. EXPORTADORES MUNDIALES DE PIÑA SEGÚN PESO EXPORTADO SEGÚN PROCOMER	69
ILUSTRACIÓN 9. PRINCIPALES IMPORTADORES DE PIÑA EN EL MUNDO SEGÚN PROCOMER	70
ILUSTRACIÓN 10. PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR AGRÍCOLA SEGÚN PROCOMER	72

ILUSTRACIÓN 11. PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS DESDE LA REGIÓN HUETAR NORTE EN 2017	72
ILUSTRACIÓN 12. PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE LA REGIÓN HUETAR NORTE EN 2017	73
ILUSTRACIÓN 13. IMPORTACIONES DE PIÑA POR MES 2014 – 2016	76

RESUMEN EJECUTIVO

Con la firma del Tratado de Libre Comercio entre la República de Costa Rica y la República Popular China en el año 2011 se abrieron muchas oportunidades para los costarricenses emprendedores. El sector agrícola, como motor económico del país, presenció las negociaciones de este Tratado y colaboró en lo que a este sector respecta.

El sector piñero esperaba conquistar el mercado chino con la famosa piña de Costa Rica, así como lo hizo en otras partes del mundo. Su fruta es popular por su sabor, tamaño, y color. El producto y las empresas que la producen y la empaacan son, en su mayoría, reconocidas por casas certificadoras que avalan su calidad.

Sin embargo, entrar al mercado chino no fue lo que el sector piñero esperaba. El Tratado de Libre Comercio si bien incluye los productos agrícolas, este señala que su trato sería diferente al de las demás mercancías, y no se refiere a un trato preferencial, sino a un protocolo que los productos y empaacadores de productos de esta naturaleza deberán cumplir, para que su mercancía califique y sea admitida por las aduanas en China. El protocolo que regula el caso de la piña se firmó en el año 2015 y exigió la visita de una delegación china a Costa Rica en varias ocasiones para visitar las fincas productoras y las empaacadoras.

En junio del año 2017 un grupo de costarricenses hizo la primera exportación a China. Las empresas de la zona Norte que participaron fueron Upala Agrícola, Productos Agropecuarios Visa, y Agromonte. Estas empresas vendieron su piña a Goodfarmer en China hasta diciembre de ese mismo año. La razón por la que no continuaron exportando fue el alto costo de la logística y las limitadas opciones de rutas marítimas que las navieras actualmente ofrecen.

Hasta el momento no se ha encontrado una solución a este hecho. El sector piñero y las autoridades costarricenses se han acercado a las navieras para negociar una ruta directa, que permita reducir el tiempo de tránsito, los costos, los riesgos de pérdidas y daños de la mercancía, pero ha sido inútil. No hay un interés de su parte y mientras las circunstancias no cambien, el flujo comercial de piña a China será nulo.

1. CAPÍTULO I: INTRODUCTORIO

1.1 INTRODUCCIÓN

En el pasado, el modelo de desarrollo de Costa Rica se basó en la producción agrícola, y actualmente, se basa en el ofrecimiento de servicios. Esta transformación responde al comportamiento de la dinámica internacional. Pese a ello, el sector agrícola continúa siendo la principal actividad económica de muchos costarricenses, sobre todo en las zonas rurales del país, donde genera una cantidad importante de divisas.

La producción de piña en Costa Rica tomó relevancia en la década de los noventa, cuando el volumen de las exportaciones incrementó, el desempleo disminuyó, y la pobreza se redujo. La piña es hoy el segundo producto más exportado en el país, superado únicamente por el banano, y es reconocida como la piña de mayor calidad del mundo. Es exportada en su presentación original, en jugos, concentrados, congelada, y deshidratada, a Europa y al Norte de América. Sin embargo, la mayor ambición del sector piñero es incursionar en mercados asiáticos, en los que ha sido difícil acceder por razones que más adelante serán explicadas.

En el año 2007, durante el gobierno del Sr. Oscar Arias, Costa Rica estableció relaciones diplomáticas con la República Popular China. El acercamiento entre ambos países permitió considerar un Tratado de Libre Comercio que entró en vigencia en el año 2011. Costa Rica es el único país en Centroamérica que ha pactado acuerdos de tal nivel con China, por lo que destaca como líder y ejemplo en la región.

Los productores de piña de la zona Norte con la intención de aprovechar los beneficios de este Tratado se han esforzado por superar las trabas administrativas y logísticas en el proceso de exportación. Pese al éxito de los primeros envíos a Shangai, ninguna empresa se encuentra actualmente exportando la fruta a China. Por lo que corresponde indagar en este escenario y aclarar la realidad de las piñeras del país.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La excesiva dependencia de la producción extranjera transformó el modelo de desarrollo de Costa Rica en las últimas décadas del siglo pasado. El país se vio obligado a producir productos no tradicionales para sustituir los que importaba y reducir su vulnerabilidad. El resultado de esta transformación es una cultura exportadora en las pequeñas y medianas empresas nacionales que día a día se superan incursionando en mercados no convencionales.

Durante la administración Arias Sánchez en el 2007, Costa Rica sacrificó las relaciones diplomáticas con la República de China, mejor conocida como Taiwán, para establecer relaciones diplomáticas con la República Popular China, y firmar un Tratado de Libre Comercio, que entró en vigor en 2011.

La República Popular China se ha posicionado como una potencia mundial en temas de tecnología, economía y comercio. Su mercado se cuantifica como uno de los más grandes del mundo y por ese mismo aspecto, es visto con mucha ambición. A pesar de no poder abastecer el mercado chino con sus productos, los costarricenses se han propuesto empezar a conquistar ese mercado de a poco, aprovechando el Tratado de Libre Comercio. Sin embargo, el extenso proceso para enviar los productos los desanima y en el caso de la exportación de piña los hace desertar.

De acuerdo con Díaz (2001), el consumo de la piña ha incrementado debido a sus diversas presentaciones como la jalea, mermelada, pulpa, jugo, y la piña deshidratada. Además, señala que el estándar de calidad de la piña exigida por los clientes extranjeros es muy riguroso, la fruta debe ser fresca, tener un grado de madurez específico, sin ningún tipo de daño, con una corona recta, y de un peso entre 1 y 3 kg.

La piña costarricense ha cumplido con facilidad los estándares de calidad y ha tenido gran éxito en la mayoría de mercados internacionales. Lastimosamente, China no es uno de ellos, debido a que el proceso administrativo es sumamente extenso para lo que se acostumbra y abastecer al menos una pequeña parte del mercado representa un gasto muy alto que los costarricenses no pueden costear. Por esta razón, no hay empresas piñeras de la zona Norte exportando a China actualmente. De esta manera, es importante detallar el

proceso e identificar claramente las trabas en él, para recomendar alternativas que conviertan más efectiva esta gestión.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las Relaciones Internacionales son una rama de las Ciencias Sociales que estudia los actores de la comunidad internacional y su comportamiento. La evolución del ser humano ha obligado a los científicos a profundizar en esta materia y a incluir figuras que antes no eran tomadas en cuenta debido a su falta de participación o inexistencia. En el texto los Fundamentos de la Estrategia para el Siglo XXI se conceptualiza el término de relaciones internacionales como el conjunto de las relaciones sociales que configuran la sociedad internacional, tanto las de carácter política como las no políticas, sean económicas, culturales, humanitarias, religiosas, etc., tanto las que se producen entre los Estado como las que tienen lugar entre los actores de la sociedad internacional, y entre éstos y los Estados (Busto, 2003).

En esta extensa materia existe el intercambio de mercancías entre residentes y no residentes de un Estado como respuesta a sus necesidades, a esto se le llama comercio internacional. Este comercio ha evolucionado en función de la explotación y distribución de los recursos, y se ha expandido por la reducción de obstáculos al comercio y por las nuevas tecnologías. Los modelos planteados por Adam Smith, David Ricardo, Bertil Ohlin y Eli Hecsher explican las prácticas comerciales entre los Estados. Estos planteamientos basan su desarrollo en los recursos, el capital, la mano de obra, y las tecnologías existentes en cada Estado para potenciar su producción, y señalan la ventaja que tienen unos Estados sobre otros considerando precisamente esas características.

En la década de los 90 se creó la Organización Mundial del Comercio (OMC). En esta organización los Estados concretan textos jurídicos que deben ser adoptados por todos los miembros sin excepción alguna para hacer efectiva la regulación del comercio internacional. La Organización Mundial del Comercio basa sus acuerdos en los principios de no discriminación, reciprocidad y transparencia heredados por el Acuerdo General sobre

Aranceles Aduaneros y Comercio. Anualmente, la OMC elige un Estado miembro para evaluar su política comercial y verificar si este respeta las normas emitidas y acordadas.

Del 2007 al 2013 Costa Rica transformó su modelo de desarrollo y lo basó en el pacto de acuerdos comerciales, y atracción de inversión extranjera directa a través del régimen de zonas francas. El país se convirtió en una plataforma de servicios, con una oferta de productos diversificada, y una mayor cantidad de destinos de exportación. Esta transformación fue bien vista por la OMC y elogiada en la última evaluación de política comercial del país realizada por este organismo (OMC, 2013). Sin embargo, esta evaluación señaló que Costa Rica debe mejorar su clima de negocios, aumentar la competitividad nacional y empresarial, innovar sus prácticas y métodos de producción, reducir las tarifas de servicios públicos, hacer efectiva una reforma fiscal, entre otros, para explotar su potencial al máximo.

Costa Rica, en su intento por acatar estas indicaciones, ha diseñado nuevas estrategias que le permiten atender las inquietudes de los costarricenses, de una manera más íntegra, a través del desarrollo de programas específicos en cada materia en instituciones públicas. Además, promoviendo la apertura de espacios de negociación para reunir figuras internacionales y nacionales, guiando a las entidades financieras para que sus ofertas de crédito exijan requisitos que las personas puedan cumplir con mayor facilidad, y acceder a nuevas tecnologías que innoven sus prácticas y agilicen la producción nacional.

El país se planteó en 2008 la posibilidad de pactar un Tratado de Libre Comercio con la República Popular China. Las primeras rondas sirvieron para estudiar la factibilidad del Tratado, y las siguientes rondas abarcaron la negociación como tal. Una vez terminada la inspección legal por las autoridades correspondientes el texto fue firmado en el 2010 y ratificado por Costa Rica en el 2011.

Para aprovechar los beneficios del Tratado de Libre Comercio, los costarricenses han acatado las instrucciones para exportar sus productos a China. Sin embargo, en el caso de la piña, se estableció un protocolo que desanimó al sector piñero por sus estrictas y detalladas exigencias, que no hacen más que retrasar las exportaciones que podrían ser inmediatas, y no contempla la compleja y costosa logística que corre por cuenta de las empresas. Costa Rica envió piña a China por primera vez en junio del 2017, y lo continuó

haciendo hasta diciembre del mismo año. En la actualidad, no hay empresas que estén exportando piña a China. Así que la siguiente investigación describirá detalladamente la exportación de piña a China para resaltar las principales trabas que pueden ser resultas por la parte que corresponda.

1.4 PERSPECTIVA TEÓRICA

El pilar general de esta investigación es el comercio internacional, el cual consiste en el intercambio de bienes entre residentes y no residentes. Este se explica comúnmente a través de las teorías de Adam Smith, David Ricardo, y Heckscher y Ohlin, quienes realizaron sus estudios a partir del factor tierra, capital, recurso humano y tecnología.

El comercio internacional representa el 40% del producto interno bruto de los países desarrollados y el 35% en los países en vías de desarrollo (CEPAL, 2001), por lo que los actuales modelos económicos están estrechamente vinculados al comercio internacional. Este ha servido de trampolín para muchos países que han aprendido a aprovechar los recursos, diversificar su gama de productos y de destinos, jugar con los precios de acuerdo a su estabilidad, disminuir los costos de producción, y emplear los excedentes para beneficio de sí mismos.

El proceso de exportación es el primer pilar específico de esta investigación. En el 2017 Costa Rica exportó 4 390 productos a través de 2 405 empresas a 150 destinos. Los principales sectores que exportaron durante este año fue el sector agrícola, el sector de equipo de precisión y médico, y el sector alimentario, cuyos principales destinos fueron América del Norte, América Central, y la Unión Europea.

Las estadísticas indican que las importaciones han superado las exportaciones en los últimos 10 años, pero a pesar de ser eso cierto, el país ha progresado mucho en esa materia, y ha logrado impulsar a los costarricenses para emprender y aprovechar los recursos que tienen a su alcance. En el 2008, por ejemplo, Costa Rica importó 13 millones de dólares y exportó 7 millones de dólares; para el 2017 importó 15 millones de dólares y exportó 10

millones de dólares. A la luz está que las importaciones no han dejado de incrementar, pero tampoco lo han hecho las exportaciones, las cuales han activado la economía del país.

El segundo pilar específico es la producción de piña en Costa Rica, específicamente en la zona Norte. Los principales cantones donde se produce la piña en esta región son San Carlos, Upala, Los Chiles, y Guatuso. Es en estas zonas rurales donde 20 empresas industriales emplean a aproximadamente 2000 personas para producir la piña de mayor calidad en el mundo según las casas certificadoras. Este sector ha ido creciendo en los últimos 20 años y ha plantado más de 45 mil hectáreas con esta fruta. Es, junto al banano y el café, la carta de presentación de Costa Rica en el mercado internacional.

1.5 ESTRATEGIA METODOLÓGICA

1.5.1 PLAN GENERAL

1.5.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación referente a la “Exportación de piña a China en 2017: Experiencia de las empresas productoras y exportadoras de la zona Norte de Costa Rica” muestra paso a paso el proceso de exportación de la piña cultivada en la zona Norte del país a la República Popular China. Toma en cuenta los acuerdos a los que llegaron ambos gobiernos en las negociaciones, la experiencia de las empresas en este proceso y los resultados. El estudio se basa en fuentes confiables y de calidad que refuerzan la investigación y otorgan las herramientas para analizar el tema con profundidad.

Por esto, con el propósito de cumplir con los objetivos de la investigación, se recurrirá al diseño de una investigación de tipo exploratoria a través del uso del método descriptivo y explicativo. Estos métodos se utilizarán a lo largo de toda la investigación en cada uno de los capítulos. Una investigación de tipo exploratoria permite describir la realidad de los productores nacionales de piña en el mercado chino, la verdad sobre el

proceso de exportación, y su dificultad para mantenerse en el mercado por razones meramente financieras y económicas.

El método descriptivo caracteriza el objeto de estudio que en este caso corresponde al proceso de exportación de piña costarricense a China. Este método de carácter cualitativo explica el interés de las empresas por ingresar al mercado chino, el complejo proceso que deben atravesar para exportar, y la costosa logística a la que se deben someter para mantenerse en el mercado.

El método explicativo detallará rigurosamente el proceso para exportar, la participación de las instituciones tanto públicas como privadas, y las reacciones del empresariado ante las excesivas evaluaciones y requisitos, así como las condiciones y alcances de la producción de piña nacional.

1.5.1.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL Y ESPACIAL

La investigación se limita a la observación del objeto de estudio durante el periodo 2011 al 2017, considerando que el mercado chino fue una opción para los pequeños y medianos empresarios costarricenses desde la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y China. Este acuerdo favoreció el intercambio comercial entre ambos países y debió haber eliminado las barreras comerciales que obstruían el comercio.

El objeto de estudio se ubica geográficamente en Centroamérica, específicamente en Costa Rica, en la región Huetar Norte del país. Los cantones de San Carlos, Upala, Los Chiles y Guatuso son los mayores productores de piña de la zona. Para los habitantes de esta región la actividad piñera es una de las principales fuentes de empleo y generador de divisas.

El segundo punto geográfico que interviene en esta investigación es la República Popular China, ya que el objeto de estudio tiene alcance comercial en este país. China se ubica en el continente asiático, es uno de los países con mayor superficie en el mundo, y con mayor cantidad de habitantes.

1.5.1.3 TIPOS DE FUENTES

Para sustentar esta investigación se utilizarán fuentes primarias y secundarias. Las primeras corresponden a entrevistas realizadas a empresarios productores de piña y a representantes de instituciones públicas que participan en el proceso de exportación, así como documentos emitidos por los mismos, cámaras comerciales, y organismos internacionales. Las segundas son interpretaciones elaboradas por expertos en materia comercial y en agricultura, quienes, en múltiples ocasiones, citan a su vez a otros autores en su análisis.

1.5.1.4 TIPO DE TÉCNICA

El método de investigación de este trabajo es deductivo inductivo, ya que se realizará un análisis comparativo a partir de documentos ya existentes. La revisión de esta documentación sirvió para identificar el objeto de estudio, el proceso de exportación de la piña de la zona Norte a China.

Las entrevistas dirigidas a pequeños y medianos empresarios productores de piña de la zona Norte y a representantes de entidades públicas y privadas participantes en el proceso de exportación, permiten conocer la realidad en la producción de esta fruta y del proceso de exportación sin ningún intermediario que pueda distorsionar la información.

1.5.1.5 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis es el proceso de exportación de la piña de la zona Norte de Costa Rica a China.

1.5.1.6 CONTEXTO DE SIGNIFICACIÓN

Esta investigación pretende informar a los productores y exportadores de piña de la zona Norte sobre el proceso de exportación de esta fruta a China, sus implicaciones y resultados en el 2017.

La exportación de la piña se ha visto inmersa en una polémica por el protocolo que ocasiona atrasos en el desarrollo comercial de las empresas y el alto precio de esta gestión. Es importante dar a conocer la realidad del tema para que sea resuelto cuanto antes, ya que es un problema que no deja de perjudicar a todo el país.

1.5.2 OPERACIONALIZACIÓN

Variable independiente: proceso de exportación de piña costarricense a China.

La operacionalización de la variable independiente se lleva a cabo a través de un análisis cualitativo de las fuentes primarias y secundarias consultadas. Se consideran los elementos que componen un panorama sobre el objeto de estudio que a la vez permita generar nuevos conocimientos. Para el estudio de esta variable se recurre a las entrevistas realizadas a expertos para que la información aportada contenga los datos más recientes y el criterio de quienes hoy se desenvuelven en el entorno. Esta variable se desarrollará en el segundo, tercer y cuarto capítulo de la investigación.

Variable dependiente: Empresas productoras y exportadoras de piña de la zona Norte de Costa Rica

La operacionalización de la variable dependiente igualmente se llevará a cabo mediante el estudio de las fuentes primarias y secundarias. Esta variable requiere especialmente del aporte de entrevistas, ya que necesaria información exacta a nivel empresarial e institucional sobre el tema. Esta variable se desarrollará en el cuarto capítulo de la investigación.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 OBJETIVO GENERAL

1. Investigar el proceso de exportación de piña de las empresas de la zona Norte del país a la República Popular China.

1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Describir el proceso de exportación desde la República de Costa Rica.
2. Esclarecer los términos del Tratado de Libre Comercio entre la República de Costa Rica y la República Popular.
3. Determinar la viabilidad y factibilidad de exportar piña regularmente de la zona Norte a China a partir de la experiencia de las empresas Verita Tropicals Costa Rica, Upala Agrícola S.A, Agromonte S.A, Productos Agropecuarios Visa, en el proceso.

2. CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

2.1 COMERCIO INTERNACIONAL

2.1.1 TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional es una necesidad de los seres humanos y corresponde a una de las disciplinas más antiguas de la historia. Los recursos no fueron distribuidos equitativamente en el mundo y algunas regiones no cuentan con bienes que, si pueden ser producidos en otras regiones, y que sus habitantes necesitan para sobrevivir y para tener una mejor calidad de vida.

Por eso, en los primeros años, los grupos practicaban el trueque con otros grupos y abastecían sus aldeas con productos que por una u otra razón eran incapaces de producir. Actualmente, el comercio es una de las prácticas más comunes en el mundo, todos los días las personas intercambian una cosa por otra; un producto por otro producto, un producto por dinero, un producto por un servicio, o un servicio por dinero.

Además de realizarse por la falta de recursos, también se practica para surtir su oferta de productos y servicios, para ofrecer bienes de distintos tamaños, formas, y diseños a los consumidores y para ofrecer productos de mayor o menor calidad según su precio en el mercado.

2.1.1.1 TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA

La teoría de la ventaja absoluta fue propuesta por el Sr. Adam Smith. Según Bajo (1991), para Smith el comercio se daba por una sencilla razón, para que los países produjeran aquellos productos en los que el costo por producirlos fuera inferior a los demás, e intercambiarlos con aquellos países que ofrecieran diferentes productos a los que

ellos producían. Esto permitiría que los países involucrados en este intercambio abastezcan su mercado y ofrezcan mayor variedad a sus consumidores.

Un ejemplo de esta teoría del comercio es el intercambio entre Costa Rica y China. Costa Rica es uno de los principales productores de productos agrícolas en su región y China es uno de los principales productores de tecnología en el mundo. Los costos por producir el café en Costa Rica son más bajos que si el café fuese producido en China, y el costo por producir monitores de computadoras en China son inferiores a los costos de producirlos en Costa Rica.

En el caso del café, Costa Rica cuenta con los recursos suficientes para cultivar el café sin tener que efectuar una inversión de una elevada cantidad. El país posee un terreno fértil, el clima favorece las cosechas, los obreros han sido debidamente capacitados, y los productores han implementado prácticas innovadoras y maquinaria de última tecnología para garantizar el éxito de la actividad.

Por otro lado, China en producción agrícola se ha especializado en otros productos que no incluyen el café, por esa razón no cuenta ni con los recursos suficientes, su clima no favorece las plantaciones, los obreros no han sido capacitados en ese producto, y no se han implementado mecanismos y maquinaria de última generación exclusiva para la producción del café. A China le conviene especializarse en los productos en los que ya cuenta con experiencia y ahorrarse la inversión para producir café que, posiblemente no alcance en un corto o mediano plazo la misma calidad del que ya es producido en el mundo. Es preferible que lo importe y que les saque provecho a sus ya conocidos productos.

En el caso de los monitores de computadoras, China es experta en su producción, cuenta con los recursos, la mano de obra y las máquinas necesarias y especiales para desarrollar esta industria y explotarla al máximo hasta ser quien innove los productos y les añada una mayor funcionalidad. Costa Rica en esta materia no tiene experiencia. Tendría que invertir en capacitaciones y maquinaria para lograr ingresar a esta industria. Y no habría garantía de que en algún momento desarrolle modelos como los que ya existen o están por existir, y que tenga la suficiente capacidad para producirlos en grandes volúmenes. Por lo tanto, es recomendable que Costa Rica no se dedique a la producción de

monitores y que enfoque sus esfuerzos a otros sectores, y que China continúe especializándose en esta industria hasta incluso liderarla.

La teoría entonces señala que Costa Rica debería importar los monitores de computadoras de China y que China importe el café de Costa Rica. Asimismo, indica que los intercambios se hagan por el mismo volumen de mercancía, sin considerar si uno de los bienes es más difícil y costoso de producir. De esta manera, habría un aumento en el bienestar de ambos países y del mundo en su conjunto. Es una relación ganar – ganar.

2.1.1.2 TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA

La teoría de la ventaja comparativa fue propuesta por el Sr. David Ricardo. Según Bajo (1991) afirma que en esta teoría el pensador se basó en cuatro supuestos. El primero señala que para que la teoría aplicara, solo se debía considerar la existencia de dos países y dos productos. El segundo supuesto indica que el precio de los productos se determinaría por el número de horas que los obreros trabajaron para confeccionarlos. Asimismo, señala que estos obreros pertenecían a un único país y que no tenían la libertad de laborar en otro país que no fuera el de su origen, es decir, que eran un factor móvil dentro de su país, pero inmóvil entre países. El tercer supuesto señala que los costos unitarios deben ser constantes. El cuarto y último supuesto indica que no toma en cuenta los costos de transporte y que omite los obstáculos que existen en el comercio internacional.

La teoría básicamente consiste en lo siguiente, Costa Rica y China, por ejemplo, son productores de piña y dispositivos médicos. Costa Rica produce piña a un menor costo que al que produce los dispositivos médicos. Y China produce dispositivos médicos a un menor costo que al que produce piña. Pero China produce piña y dispositivos médicos a un menor costo que al que produce Costa Rica, es decir, tiene ventaja sobre Costa Rica en ambos productos. No obstante, si realiza una comparación sobre las diferencias de costos entre los productos de Costa Rica y los suyos, notará que le es más conveniente producir dispositivos médicos e importar de Costa Rica la piña.

De este modo, el patrón de productividad determina el comercio internacional y lograría un incremento en el bienestar de ambos países, al igual que la teoría anterior, del mundo en su conjunto. La teoría de la ventaja comparativa garantiza una mayor producción y un mayor consumo de los bienes que no se podría dar en una situación autárquica, es decir, sin comercio internacional (Bajo, 1991).

2.1.1.3 MODELO HECKSHER OHLIN: TEORÍA NEOCLÁSICA

El modelo de Heckscher y Ohlin es el que ha predominado luego de las teorías anteriores. Esta teoría basa sus fundamentos en la dotación de factores de cada país. Los supuestos sobre los que justifica su razonamiento son seis (Bajo, 1991). El primero señala que existen dos países, que producen los dos mismos bienes, y que cuentan con los mismos dos factores productivos. El segundo supuesto indica que los bienes producidos pueden entrar y salir sin mayor problema de un país a otro, o sea, que son móviles, y que no se toma en cuenta los costos en transporte ni las barreras al comercio internacional que existen. Pero que los factores productivos, no son móviles entre los países, solamente entre las industrias de un mismo país.

El tercer supuesto apunta que las funciones de producción para cada bien son las mismas, que la tecnología que cada uno de los países usa es conocida por los dos, y que esta tecnología se adapta a los procesos de producción. El cuarto señala que los factores productivos son de idéntica calidad y que la intensidad con la que se produce no afecta el precio final del producto. El quinto supuesto garantiza que se da una competencia perfecta. El sexto y último supuesto señala que los bienes son consumidos en la misma proporción en ambos mercados independientemente de su rentabilidad para cada país.

Para explicar este teorema, se tiene como ejemplo nuevamente a Costa Rica y a China, ambos producen los mismos bienes, el plátano y el arroz, y para medir la conveniencia del intercambio se basan en el factor trabajo y en el factor capital. Uno de ellos utiliza intensivamente el factor de trabajo para producir plátano, Costa Rica, y el otro utiliza con mayor intensidad el factor capital para producir arroz, China. Se entiende que el

factor no mencionado para cada caso, es el que utilizan con menor intensidad debido a su escasez. Por lo tanto, el modelo sugiere que exporten al otro país el bien en el que utilizan el factor más abundante y que importen el bien en el que utilizan el factor con menor abundancia por la carencia de este. En otras palabras, que Costa Rica importe arroz y exporte plátano, y que China importe plátano y exporte arroz.

2.1.2 REGULACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es un organismo internacional que regula el comercio entre los países y supervisa que los Estados miembros cumplan las políticas comerciales acordadas. Además, vela por la eliminación de barreras al comercio y por la eliminación de distorsiones al comercio, para que esta práctica, en la medida de lo posible, sea imparcial y transparente. La OMC nació en enero de 1995 como resultado de la Ronda Uruguay (Kossman, 2001). Esta organización es la sucesora del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), el cual nació en 1947 y reguló el comercio a través de rondas, las que recibían el nombre del lugar en donde se llevaban a cabo.

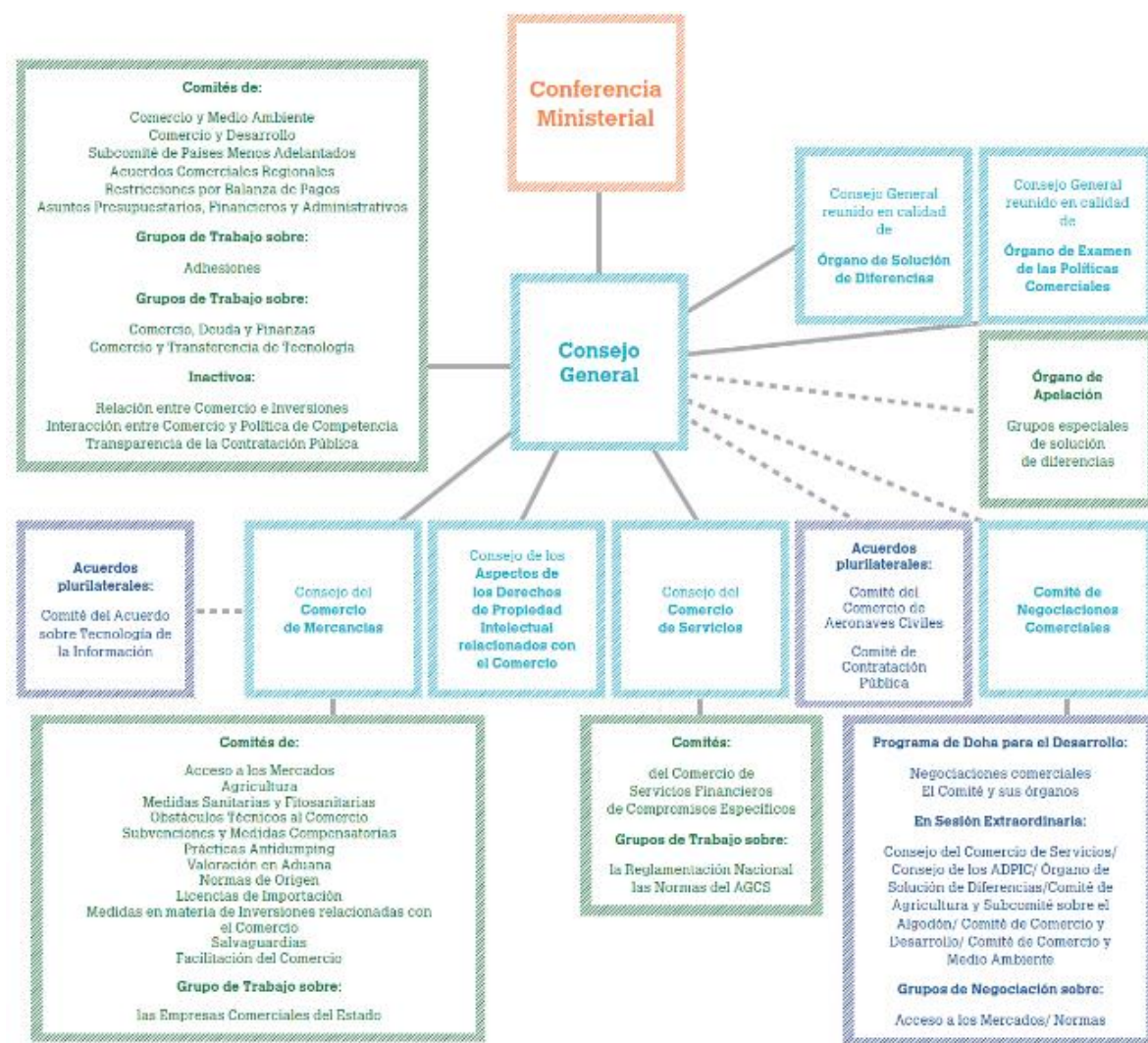
La OMC establece un marco institucional común basado en 60 acuerdos comerciales convenidos por las partes. Entre los acuerdos más importantes se encuentran el Acuerdo Básico para el Comercio de Mercancías, el Acuerdo sobre Agricultura, el Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios y los Aspectos de Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio. Estos y muchos otros acuerdos han sido negociados y firmados por los países miembros y ratificados por sus respectivos congresos, lo que los convierte en acuerdos de cumplimiento obligatorio.

Actualmente la OMC es integrada por 164 países (OMC, s.f.), entre los que se encuentra la República de Costa Rica, la República Popular China, los Estados Unidos, la República de Filipinas y el Reino de Tailandia, todos estos países participan o impactan de

una u otra manera en el tema elegido para el desarrollo de esta investigación. En la toma de decisiones de la organización, se realiza un consenso y cada país equivale a un voto.

A continuación, para comprender mejor el funcionamiento de la Organización Mundial del Comercio, se detalla en la ilustración 1 su organigrama.

Ilustración 1. Organigrama de la Organización Mundial del Comercio



Fuente: OMC, s.f., Recuperado de

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/org2_s.htm

El órgano supremo de la OMC es la Secretaría General (OMC, s.f.). Actualmente, el Director General es el Sr. Roberto Acevedo, de él depende la Secretaría del Órgano de Apelaciones, la Secretaría del Marco Integrado Mejorado, la división del Consejo y el Comité de Negociaciones Comerciales, la división de información y relaciones exteriores, y la oficina de auditoría. Los Directores Adjuntos son Yonov Frederike Agah, Karl Brauner, Alan Wolff, y Ziaozhun Yi. Estos se encargan de las ramificaciones que brotan del órgano supremo, es decir, se encargan de la división de las políticas comerciales, la división de asuntos jurídicos, la división de agricultura y productos básicos, la división de comercio y medio ambiente, división de soluciones de tecnología de la información, división de servicios lingüísticos, documentación y gestión de la información, división de acceso a los mercados, división de propiedad intelectual, contratación pública, y competencia, división de estudios económicos y estadística, entre otros.

Según Kossman (2001), el presupuesto de la Organización Mundial del Comercio es obtenido por las contribuciones de sus Estados miembros, las cuales son establecidas según su participación en el comercio internacional. Además, otros ingresos de la OMC corresponden al alquiler de terceros y a la venta de publicaciones, tanto impresas como digitales. Igualmente, la OMC administra un fondo fiduciario compuesto por aportes de los países, que utiliza en actividades especiales de cooperación técnica y formación, en las que los países menos desarrollados son los más beneficiados.

Desde su creación, la OMC ha desempeñado un papel muy importante en el desarrollo del comercio internacional, y en general, de la comunidad internacional. La globalización vino a cambiar completamente las reglas del juego. Las grandes compañías y transnacionales son las nuevas unidades económicas básicas. Estas frecuentemente ejercen presión sobre los Estados para que estos colaboren con sus intereses. Sin embargo, los Estados deben responder a sus habitantes y ser inflexibles con las solicitudes de estas entidades. La OMC para garantizar el cumplimiento de los acuerdos realiza evaluaciones sobre las políticas comerciales de cada país, y también sobre los efectos de la liberación financiera, de productos y servicios.

2.1.3 BARRERAS EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Desde que se promueven las economías completamente abiertas surgieron fallos en el mercado que llevaron a los gobiernos a imponer restricciones al comercio a través de políticas comerciales.

2.1.3.1 BARRERAS ARANCELARIAS

Las barreras arancelarias son impuestos que se deben pagar por mercancías al llegar a su destino. Estas barreras pretenden encarecer los productos para que los consumidores tengan mayor preferencia por los producidos localmente. La tasa del arancel depende del tipo de mercancía, de la existencia de un Tratado de Libre Comercio, de la protección de la industria a la que pertenezca la mercancía, la balanza de pagos del país y del aumento de las arcas del Estado. En la actualidad, estas barreras no son bien recibidas por las unidades económicas básicas, las grandes compañías o transnacionales, ya que dificulta el desarrollo de sus actividades. Los antiguos pensadores se manifestaron siempre en contra de estas medidas, ya que estas barreras amenazaban contra la especialización internacional, y por ende, distorsionaban el intercambio de los bienes.

2.1.3.2 BARRERAS NO ARANCELARIAS

Las barreras no arancelarias son barreras que los Estados imponen para proteger la industria nacional al igual que las barreras arancelarias, o como respuesta a un problema que se tiene con un determinado país. Existe una variedad de medidas no arancelarias, entre ellas se encuentran las cuotas, los requisitos técnicos o sanitarios, normas burocráticas, aspectos monetarios y la lentitud (Navarrete, 2018).

Las cuotas son restricciones de carácter cuantitativo que no encarecen el proceso de importación. Las cuotas fijan la cantidad de producto que pueda ingresar a un mercado para

preservar el bien de la industria a la que pertenece la mercancía. Comúnmente se trata de la industria agropecuaria o agrícola.

Los requisitos técnicos o sanitarios son una manera de controlar el ingreso de las mercancías a un mercado con la justificación de que el producto atenta contra el bienestar de los consumidores o del medio ambiente. Este tipo de barreras no arancelarias si encarecen el costo del procedimiento, ya que, de una manera muy discreta, ya que los trámites burocráticos y la lentitud de las instituciones públicas deben ser superados y de alguna manera generan mayor gasto.

Las normas burocráticas son barreras no arancelarias que surgieron por la falta de sistemas aduaneros de calidad y por la falta de funcionarios públicos imparciales y leales con las leyes públicas. Estas medidas entraban el desalmacenaje de las mercancías, incrementan la cantidad de documentos que se requieren en el procedimiento y encarecen el costo de la importación. Las normas pretenden que la producción de bienes extranjeros sea menos competitiva que la producción de bienes locales. Los aspectos monetarios son barreras no arancelarias incontrolables, ya que dependen del tipo de cambio. La falta de poder adquisitivo encarece la entrada de un producto en el mercado nacional.

La última barrera arancelaria que se mencionó al inicio de esta sección es la lentitud, la que corresponde a la forma de operar del sistema aduanero. En el sistema aduanero, sobre todo, de países en vías de desarrollo suele ser ineficiente y poco ágil, las personas deben hacer largas filas para presentar sus documentos, los cuales son procesados con mucha lentitud y obstaculizan el fácil desalmacenaje de las mercancías.

2.2 PROCESO BÁSICO DE EXPORTACIÓN EN COSTA RICA

2.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA EXPORTAR

La Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer), en su sitio web (s.f.), expone los pasos detallados para realizar exitosamente un proceso de exportación. El primer paso es asesorarse con el Centro de Asesoría de Comercio Exterior (CACEX) en

donde orientan a nuevos exportadores del país en sus envíos al exterior. CACEX cuenta con cinco oficinas a lo largo del territorio nacional y para el caso de la piña de la zona Norte la oficina más cercana se ubica en San Carlos a cargo del Sr. Juan Carlos Vindas, en las antiguas instalaciones del Instituto Nacional de Aprendizaje, en la oficina de CREAPYME. Además, CACEX cuenta con 26 oficinas aproximadamente en el exterior para facilitar la comunicación con los gobiernos y lograr exportaciones rápidas y ágiles. Para el caso de la exportación de piña a China, CACEX cuenta con una oficina en Shangai a cargo del Sr. José Pablo Rodríguez, quien dentro del proceso de inscripción de las empresas en el programa cumple un papel muy importante que más adelante será detallado.

El segundo paso es capacitarse a través de los programas que ofrece Procomer. El programa La Decisión de Exportar (LADE) es un programa de 4 horas que despierta el interés por exportar. El programa de Internacionalización Empresaria impartido en 8 módulos incentiva a los empresarios a internacionalizar sus empresas y les ayuda a construir un plan de exportación sólido para que el flujo comercial sea duradero. Según Procomer (s.f.) este curso incluye los temas: inteligencia de mercados, propiedad intelectual e innovación, adaptación de producto y marketing internacional, comercio electrónico, logística de comercio exterior, cadena de suministro y trazabilidad, compra y venta internacional, y técnicas de negociación internacional.

ExportSalud es un programa especializado en empresas que ofrecen turismo de salud. ExportSalud pretende contagiar a la sociedad costarricense de emprender un negocio en un sector desconocido como este, desarrollar un plan que capte cada vez más el interés de los pacientes e incrementar la calidad del servicio que se ofrece mediante instalaciones modernas y un personal capacitado. Algunos temas que componen este programa son: mercadeo internacional, calidad y acreditación, programa integral de atención al paciente internacional, costeo y opciones de financiamiento, aspectos legales, estrategia para aprovechar eventos internacionales, asociatividad y consorcios.

El programa de Formación Gerencial está dirigido a empresarios del sector de tecnologías digitales y busca capacitarlos en mercadeo corporativo e internacional, propiedad intelectual, aspectos legales, innovación, tratados de libre comercio, negociación internacional y ventas de tecnología, recursos humanos, finanzas y costeo. El taller de

empaquete está compuesto por 5 sesiones en donde se enseña a los nuevos exportadores a maximizar el éxito de su producto en los mercados internacionales con un empaque moderno y llamativo. Unas sesiones se realizan en grupo y las otras de forma individual para que cada uno pueda trabajar en su propio empaque.

Finalmente, Procomer ofrece capacitaciones especializadas de acuerdo con las necesidades de cada sector y de las empresas que lo integran. Se ofrecen capacitaciones en logística, encadenamientos, trámites para exportar y regímenes especiales de exportación, entre otros.

El tercer paso para exportar es investigar la probabilidad de éxito del producto a exportar en los mercados internacionales. Para ello, la Promotora de Comercio tiene a disposición diversas herramientas digitales que le permiten a los empresarios encontrar los nichos de mercado de cada producto, la mayor cantidad de oferentes logísticos, las empresas que comercializan los productos costarricenses, modelos de contratos, y trámites que se requieren en la exportación según el régimen a utilizar y las notas técnicas a considerar. Estas herramientas digitales son VUCE, Sistema de Notas Técnicas en línea, Trámites de Regímenes Especiales, Portal Estadístico, Sistema Integrado de Logística, Costa Rica Exotic and Fresh, Business Book, Costa Rica Food Industry, Mercados y Sectores, Modelos de Contratos, y soporte en línea, que se encuentran fácilmente en sitio web de Procomer.

El cuarto paso es recopilar los documentos que las autoridades exigen para la exportación de mercancías. Se debe poseer el registro como exportador ante Procomer, las notas técnicas o permisos de salida según el producto o servicio exportado, y el certificado de origen para el caso de certificación controlada.

El quinto paso corresponde a la elección del transporte en el que sería enviada la mercancía. Procomer en su sitio web ofrece un Sistema Integrado de Logística en el que los empresarios encuentran una lista de oferentes logísticos. El sistema permite realizar cotizaciones con los diferentes tipos de transporte, las posibles rutas, los servicios complementarios a considerar, y los trámites y documentos necesarios.

El sexto paso es participar en actividades de promoción para dar a conocer el producto que se espera exportar en los mercados internacionales. Las ferias internacionales son un medio muy utilizado por los empresarios e inversionistas para negociar. Procomer facilita anualmente un stand país, citas de negocio y material promocional para que los empresarios participen en las ferias internacionales. Las empresas incluidas en este trabajo de investigación han participado en la feria FruitLogística en China y en Alemania.

El séptimo paso para exportar es establecer buenas relaciones con los posibles clientes, buscar la manera en la que ambas partes ganen, y que los términos sean justos. Finalmente, como último paso, realizar con éxito y legalidad la exportación de la mercancía.

2.2.2 DOCUMENTACIÓN REQUERIDA PARA EXPORTAR

2.2.2.1 REGISTRADO COMO EXPORTADOR ANTE PROCOMER

Para empezar un proceso de exportación los nuevos empresarios deben registrarse ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). El propósito de este trámite es controlar de alguna manera a las personas autorizadas para firmar los trámites de exportación en las empresas y asignarle consecutiva y automáticamente a cada exportador un código alfa numérico de tres posiciones. Este código funciona como tal en la Dirección General de Aduanas y como cuenta corriente ante el Departamento de Transacciones Internacionales del Banco Central de Costa Rica. En la ilustración 2 se observa un ejemplo del registro como exportador en la Ventanilla Única de Comercio Exterior.

Ilustración 2. Ejemplo de Registro como Exportador ante Ventanilla Única de Comercio Exterior

The screenshot shows a web interface for Procomer Costa Rica. At the top right is the Procomer logo. The main content area is divided into two panels. The left panel, titled 'Estimado Usuario:', asks '¿Dispone de una cuenta en VUCE 2.0?' and features a 'Regístrate aquí' button. Below this, it states: 'Una vez registrado, deberá activar su usuario en las pestañas Firma Digital o Credenciales.' A green callout bubble on the left says 'Ingrese aquí para registrarse gratuitamente en VUCE'. The right panel has two tabs: 'Firma digital' (selected) and 'Credenciales'. It contains the instruction: 'Conecte su firma digital en el Puerto USB de la computadora y presione el botón de "Aceptar".' and an 'Aceptar' button. At the bottom, a small note reads: 'Para el uso del Sistema de Notas Técnicas en Línea y el Sistema de Generación de DUA's deberá solicitar el acceso ante la Gerencia de Ventanilla Única de Comercio Exterior de Procomer.'

Fuente: Procomer, s.f., Recuperado de https://www.procomer.com/downloads/quiero/Gu%C3%ADa_RUE_NUEVO_ACTUALIZADA.pdf

2.2.2.2 FACTURA COMERCIAL

La factura comercial es un documento que detalla la aduana de salida, el nombre y la dirección del vendedor, el nombre y dirección del comprador, descripción exacta de la mercancía, el precio de la mercancía y la divisa utilizada, y el incoterm acordado.

2.2.2.3 LISTA DE EMPAQUE

La lista de empaque es un documento adicional que describe detalladamente el contenido de cada empaque. Este documento no reemplaza la factura comercial, ya que no incluye información sobre el precio de la mercancía. El documento funciona cuando la mercancía es enviada a un tercero, como a un intermediario, cliente o proveedor y no al comprador.

2.2.2.4 MANIFIESTO DE CARGA

El manifiesto de carga es un documento que relaciona la carga, es decir, la mercancía, a una unidad de transporte, y expresa los datos comerciales de la mercancía como la cantidad, la unidad de medida, número de bultos, peso, y datos del exportador e importador.

2.2.2.5 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE

El conocimiento de embarque es un título representativo de mercancías que contiene el contrato firmado entre el remitente y el transportista para transportar la mercancía en el territorio nacional y designa al consignatario de ellas. Para los efectos del régimen jurídico aduanero el conocimiento de embarque corresponde al *Bill of Lading*, Guía Aérea o Carta Porte. El *Bill of Lading* es el documento empleado en el transporte marítimo y es emitido por la naviera o el capitán del buque para acreditar la recepción de las mercancías a transportar en las condiciones señaladas. La Guía Aérea es el documento empleado en el transporte aéreo y es emitido por la aerolínea internacional como evidencia del contrato de transporte. Por último, la Carta Porte es el documento empleado en el transporte terrestre como comprobante de la legalidad de las mercancías que son transportadas.

2.2.2.6 DECLARACIÓN ÚNICA ADUANERA DE EXPORTACIÓN

La declaración única aduanera suministra la información solicitada por las autoridades para aplicarle el régimen correspondiente. La declaración se realiza por vía electrónica.

2.2.2.7 CERTIFICADO DE ORIGEN

El certificado de origen es un requisito en la exportación de mercancías bajo las condiciones de un Tratado de Libre Comercio. Este documento certifica que la mercancía exportada es originaria de Costa Rica y que cumple con las reglas negociadas entre los países signatarios del acuerdo comercial. En la ilustración 3 se aprecia un ejemplo de un certificado de origen.

Ilustración 3. Ejemplo de Certificado de Origen

<p>1. Nombre y Dirección del Exportador:</p> <p>Teléfono: Fax:</p> <p>Correo electrónico:</p> <p>Número de Registro Fiscal:</p>	<p>Certificado No:</p> <p style="text-align: center;">CERTIFICADO DE ORIGEN</p> <p style="text-align: center;">Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y el Perú</p> <p style="text-align: center;">(Ver instrucciones al reverso)</p>
<p>2. Nombre y Dirección del Productor:</p> <p>Teléfono: Fax:</p> <p>Correo electrónico:</p> <p>Número de Registro Fiscal:</p>	<p>3. Nombre y Dirección del Importador:</p> <p>Teléfono: Fax:</p> <p>Correo electrónico:</p> <p>Número de Registro Fiscal:</p>

extinguir derechos de estas. El contrato establece las obligaciones que le corresponde a cada una de las partes en la compra de la mercancía para evitar mal entendidos.

2.2.3 AGENTES VINCULADOS AL PROCESO DE EXPORTACIÓN

2.2.3.1 MINISTERIO DE SALUD

El Ministerio de Salud es la institución que vela por el bien físico, social y mental de los costarricenses, previene enfermedades, y promueve un ambiente sano y equilibrado para que con diferencias y similitudes los habitantes se desarrollen satisfactoriamente. A través del Sistema Nacional de Salud, el Ministerio es la autoridad sanitaria que emite directrices y realiza inspecciones en todo el territorio nacional, para eliminar las amenazas que puedan perjudicar a la población. Por esta razón, quienes deseen exportar o importar alimentos, cosméticos, equipo y material biomédico, medicamentos, plaguicidas, productos naturales, productos para la higiene, productos químicos peligrosos, y tintas para tatuajes, deben haber registrado su producto ante el Ministerio de Salud y haber recibido la autorización para comercializarlo.

2.2.3.2 MINISTERIO DE AMBIENTE Y ENERGÍA

El Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE) es una institución pública promueve el desarrollo sostenible del país para garantizar el respeto por el medio ambiente y sus miles de especies de fauna y flora. Este Ministerio es uno de los más antiguos del país, su historia data desde el siglo XX cuando fue llamado Ministerio de Energía y Minas. Año tras año las necesidades del país lo transformaron hasta ser lo que hoy es. El MINAE se encarga de aceptar la solicitud de los permisos de exportación y reexportación de especies de fauna y flora de vida silvestre, los cuales son otorgados por la Oficina Técnica del Ozono.

2.2.3.3 INSTITUTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA

El Instituto del Café de Costa Rica (ICAFFE) es una institución pública creada en 1933 como rectora caficultura del país (ICAFFE, s.f.). Sus funciones, según su sitio web del instituto, se basan en la ley N° 2762 la cual promueve un modelo justo entre los productores, beneficiadores, tostadores y exportadores del país, así como, apoyar el consumo nacional e internacional del café costarricense, y aprobar un precio mínimo del café que debe ser pagado a los productores. Para exportar café se debe estar registrado ante el ICAFFE y cumplir con la inspección de este instituto.

2.2.3.4 MINISTERIO DE SEGURIDAD PÚBLICA

El Ministerio de Seguridad Pública reemplazó al Ministerio de Guerra en 1923 (Ministerio de Seguridad Pública, s.f.). Su es garantizar la soberanía nacional y prevenir manifestaciones que ostenten contra el orden público. Procomer (2012) explica que el Ministerio, mediante la Dirección General de Armamento, otorga los permisos exigidos en las notas técnicas 70 y 72 para controlar el ingreso, redestino, y tránsito nacional e internacional de armas, al igual que, la comercialización de armas para uso exclusivo de competencias deportivas y actividades de caza.

2.2.3.5 AUTORIDAD NACIONAL PARA LA PROHIBICIÓN DE LAS ARMAS QUÍMICAS

La Autoridad Nacional para la Prohibición de las Armas Químicas (ANAQ) es un órgano colegiado creado para cumplir con las obligaciones contraídas por la República de Costa Rica en la Convención Internacional sobre la Prohibición del Desarrollo, Producción, Almacenamiento, y Empleo de Armas Químicas y sobre su Destrucción celebrada a finales

de los años 90 (Ministerio de Salud, s.f.). La función del ANAQ es garantizar que en el país se cumplan con disposiciones en materia de exportación de sustancias químicas incluidas en la Convención. La Convención reconoce como arma química a los dispositivos destinados expresamente a matar o causar lesiones mediante las sustancias tóxicas que estas liberen.

2.2.3.6 INSTITUTO COSTARRICENSE DE PESCA Y ACUICULTURA

El Instituto Costarricense de Pesca y Acuicultura (Incopesca) fue creado a través de la ley N° 7384 en 1994 con el propósito de promover el sector pesquero y el aprovechamiento de los recursos biológicos marinos (Incopesca, s.f.). El Incopesca es el encargado de controlar el desarrollo de la pesca, la caza de especies marinas, la acuicultura, el respeto por el medio ambiente y la investigación en esta área. Sobre esa línea, entre sus funciones está el crear normas para que el aprovechamiento de los recursos sea racional y garantizar que esta legislación sea cumplida y respetada.

Los comercializadores de productos acuícolas deben cumplir con la nota técnica 68 para ser autorizados a exportar o importar (Procomer, 2012). El cumplimiento de esta nota técnica permite comercializar legalmente peces, moluscos, y crustáceos, que se encuentren con vida, así como, escualos y sus subproductos, y atún y pez vela, en sus diferentes presentaciones.

2.2.3.7 OFICINA NACIONAL DE SEMILLAS

La Oficina Nacional de Semillas (ONS) es una institución pública adscrita al Ministerio de Agricultura y Ganadería. Se creó en 1978 mediante la Ley de Semillas N° 6289 con el objetivo de garantizar una correcta producción y comercialización de semillas (ONS, s.f.). Esta oficina, para conseguir una producción de alta calidad de semillas,

establece las normas técnicas y los mecanismos de control que los productores y comerciantes deben acatar.

Actualmente, existe un sistema integral de control de calidad en la producción de arroz, frijol, maíz, papa, café, palma aceitera, y especies forestales. En algunos casos no es posible controlar alguna fase del proceso productivo, por lo que solo se realiza un control parcial del mismo. No hay ningún control para las semillas que son importadas al país. Sin embargo, los estudios que se realizan en las muestras de las semillas entrantes permiten conocer la condición en las que están siendo recibidas.

Los comercializadores de semillas deben registrarse ante la ONS para llevar a cabo sus exportaciones. La oficina lleva un registro computarizado de los exportadores e importadores de semillas. De esta manera el Estado crea estadísticas y conoce el comportamiento y descripción del mercado de semillas en el país.

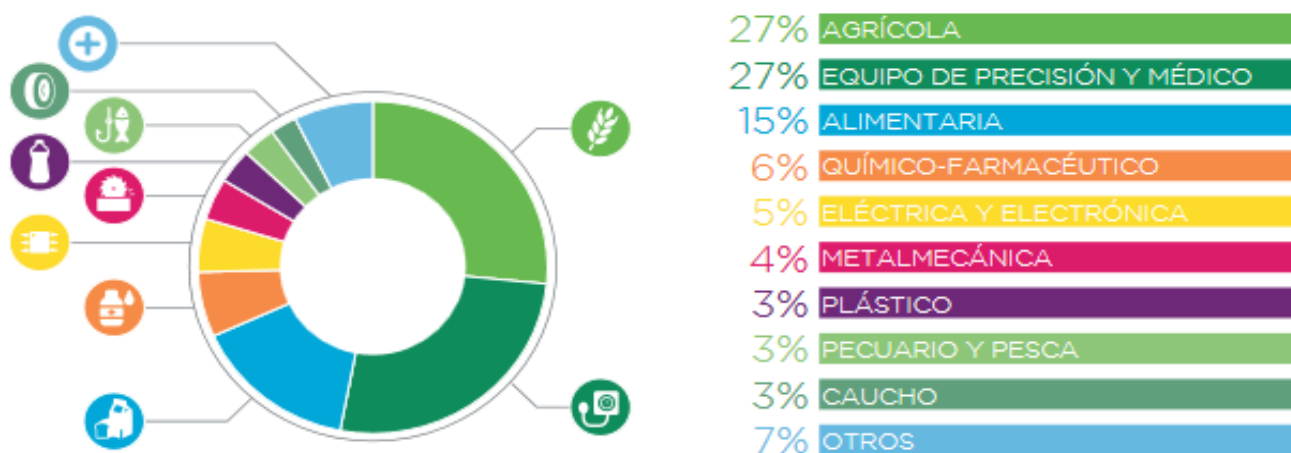
2.2.3 PRINCIPALES SECTORES EXPORTADORES DE COSTA RICA

Arguedas (2018) explicó el informe 2017 que Procomer emitió recientemente con estadísticas que aseguran que Costa Rica exportó 4 390 productos, a 150 destinos, a través de 2 405 empresas durante ese año. Según el valor exportado, los principales sectores exportadores fueron el agrícola, el equipo de precisión y médico, el alimentario, el químico farmacéutico, el eléctrico y electrónico, el metalmecánico, el plástico, el pecuario y pesca, y el de caucho (véase la ilustración 4). Los principales productos que se exportaron fueron dispositivos médicos, banano, piña, jarabes y concentrados para la preparación de bebidas gaseosas, café, jugos y concentrados de frutas, llantas, cables eléctricos, medicamentos, y materiales eléctricos. Asimismo, los principales destinos de exportación fueron Estados Unidos, Holanda, Bélgica, Panamá, Nicaragua, Guatemala, Honduras, México, El Salvador, y República Dominicana (véase la ilustración 5).

El comercio total pasó de 25 192 millones de dólares en 2016 a 26 551 millones de dólares en 2017 (Arguedas, 2018). La región Central fue la más productiva del país durante este año, seguida por la Huetar Atlántica, Huetar Norte, Chorotega, Pacífico Central y

Brunca (véase ilustración 6). Según el valor exportado la mayor parte de las exportaciones se realizaron bajo el régimen definitivo y el régimen de zonas francas, y que el régimen de perfeccionamiento activo fue poco utilizado. El medio de transporte favorito de los comerciantes fue el marítimo, ya que su costo es mucho más bajo que el aéreo y permite enviar grandes volúmenes de mercancía. El medio de transporte aéreo y terrestre fueron menos utilizados que el marítimo, pero utilizados casi que, en igual medida por los comerciantes, puesto que les permite realizar entregas más rápidas y prevenir daños en las mercancías más delicadas y frágiles.

Ilustración 4. Principales sectores de exportación según Procomer



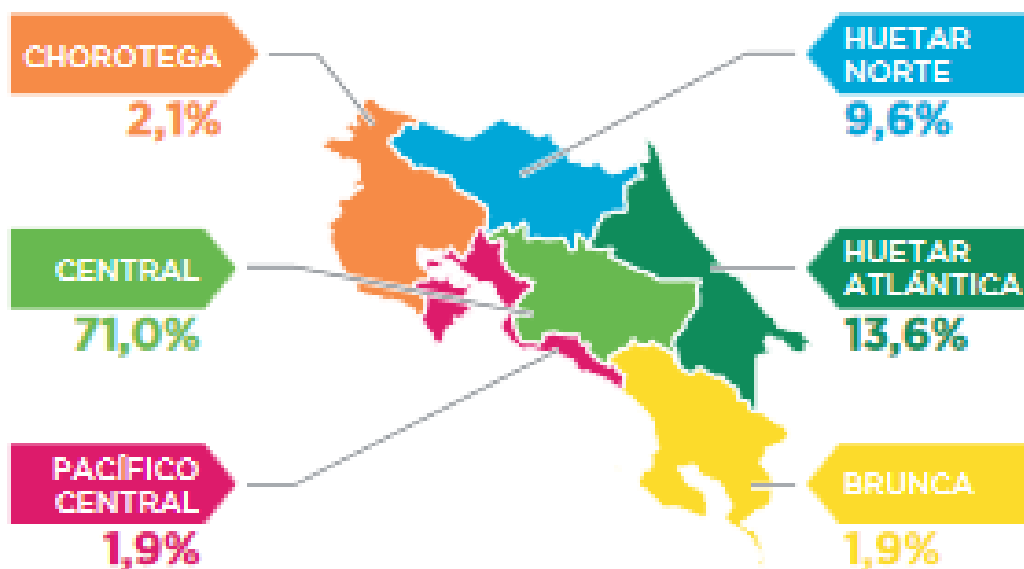
Fuente: Arguedas, 2018, Recuperado de Estadísticas de Comercio Exterior 2017 de Procomer

Ilustración 5. Principales destinos de exportación según Procomer



Fuente: Arguedas, 2018, Recuperado de Estadísticas de Comercio Exterior 2017 de Procomer

Ilustración 6. Exportaciones según región del país según Procomer



Fuente: Arguedas, 2018, Recuperado de Estadísticas de Comercio Exterior 2017 de Procomer

2.2.4 LOGÍSTICA PARA EXPORTAR A CHINA DESDE COSTA RICA

La Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (2014) publicó una ficha sobre la logística para exportar desde Costa Rica a la República Popular China. Esta ficha ofrece dos opciones para exportar mercancías de cualquier naturaleza a China. La primera opción es exportar por vía marítima. Las navieras que cuentan con rutas hacia China son Maersk Line, Evergreen line, APL, MOL, NUK, Intramar, y Cman- CGM. Los consolidadores marítimos disponibles para esta operación en caso de requerirlos son Grupo Servica, Panalpina, Nazel, y Crown Worldwide.

Los puertos a los que estas navieras arriban son Behai, Beijiao, Beijing, Changchun, Dalian, Changzhou, Xiamen, Chiwan, y Shangai, con un tiempo de tránsito aproximado de 30 a 34 días desde Puerto Caldera a Beijai, y de 51 a 53 días desde Puerto Limón a Beijing. Las navieras que ofrecen el servicio desde Puerto Limón son APL, MOL, y Evergreen line. Sin embargo, depende del producto, no se recomienda utilizar esta ruta porque el tiempo de tránsito es excesivamente prolongado. Las salidas son semanalmente de ambos puertos los días miércoles, jueves, viernes y sábado. Además, las escalas más utilizadas son en Manzanillo en Panamá, Quetzal en Guatemala, Kingstone en Jamaica, Lázaro Cárdenas en México, Port Said en Egipto, y Le Havre en París.

La segunda opción es realizar la exportación por vía aérea. Las aerolíneas que ofrecen el servicio son Air Canada, DHL, Delta Cargo, Korean Air y Lufthansa. Los principales aeropuertos a los que llega la mercancía enviada en estas aerolíneas son Beijing, Changsha, Chengdu, Chongqing, Dalian, Fuzhou, Haikou, Jinan, Kunming, y Ningbo. El tiempo de tránsito son de 3 a 5 días, y en este caso las salidas son diarias.

2.3 PARTICIPACIÓN DE INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN EL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE LA PIÑA DE LA ZONA NORTE

2.3.1 PROMOTORA DE COMERCIO EXTERIOR DE COSTA RICA

La Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer) es una institución creada en 1996 años mediante la ley N° 7638 para reemplazar la Corporación de Zonas Francas de Exportación, el Centro para la Promoción de Exportaciones e Inversiones, y el Consejo Nacional de Inversiones (Procomer, s.f.). Procomer se creó con el objetivo de apoyar a las micros, pequeñas y medianas empresas, en el proceso de internacionalización. Entre sus funciones se encuentran guiar a los nuevos exportadores en sus gestiones, facilitar los trámites que se requieren para la exportación, generar encadenamientos para la exportación, emitir información sobre logística, ofrecer capacitaciones, talleres y asesorías personalizadas.

Asimismo, promociona la oferta exportadora de bienes y servicios a nivel internacional mediante ferias internacionales, misiones comerciales y alianzas con instituciones homólogas, para dar a conocer la capacidad y calidad de lo que en Costa Rica se produce. Sobre esta línea, ha aprobado la apertura de oficinas en diferentes países para mejorar la comunicación con los gobiernos y solventar cualquier inconveniente que surja en alguna exportación.

Procomer es la herramienta más moderna y accesible para los costarricenses. En su sitio web se encuentra el Sistema de Ventanilla Única de Comercio Exterior, las notas técnicas, trámites de regímenes especiales, portal estadístico, el sistema integrado en logística, contratos modelo, mercados y sectores, un *business book*, y una especie de buscadores digitales en donde se ubican las empresas que componen los sectores productivos.

En el caso de la piña, la Promotora de Comercio Exterior, además de ofrecer los servicios ordinarios a los piñeros, colaboró en el recibimiento de la delegación china en el 2017 y aportó en las negociaciones que se hicieron con esta para autorizar las exportaciones. En su sitio web promociona la piña costarricense al describir sus

características y los destinos a los que se exporta con regularidad. La Dirección de Inteligencia Comercial emitió un informe, que se ha utilizado en el desarrollo de esta investigación, en el que explica el comportamiento comercial entre Costa Rica y China, compara la piña costarricense con piñas de otras partes del mundo y menciona los pasos para llevar a cabo las exportaciones.

2.3.2 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) fue creado hace 70 años aproximadamente con el objetivo de garantizar seguridad alimentaria a la sociedad costarricense (MAG, s.f.). Según su sitio web, su misión es impulsar la dignificación de las familias rurales de pequeños y medianos productores de los territorios rurales, fomentando el desarrollo de capacidades técnicas y de gestión empresarial en los sistemas productivos y en las organizaciones agropecuarias, que promuevan la competitividad, equidad y sostenibilidad social, económica y ambiental de la actividad agropecuaria. Por otra parte, su visión es un MAG con servicios de calidad, oportunos y eficaces focalizados a apoyar la dignificación de las familias rurales de los pequeños y medianos productores en la satisfacción de las necesidades de seguridad, soberanía alimentaria y nutricional, con responsabilidad productiva, social y ambiental y que posibilite una articulación exitosa en el desarrollo agropecuario nacional e internacional.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería a través del Servicio Fitosanitario controla la importación y exportación de productos agrícolas. Este fue creado con el objetivo de prevenir la introducción y difusión de plagas que perjudiquen la salud de la sociedad, promover el manejo integrado de plagas, y garantizar que el uso y manejo de sustancias químicas y biológicas es exclusivo para actividades agrícolas.

El Servicio Fitosanitario en el proceso de exportación de la piña a China cumplió un papel fundamental, ya que además de recibir las delegaciones chinas en el país y acompañarlas en la inspección de las fincas productoras y de las empacadoras, colaboró en el diseño del protocolo que autoriza la exportación de la fruta, para evitar que las normas se

conviertan en una barrera al comercio internacional. El Servicio Fitosanitario tiene expertos en cada uno de los productos agrícolas. En el caso de la piña, ese experto es el Sr. José Miguel Jiménez, quien personalmente inspeccionó las fincas y empacadoras junto a las delegaciones chinas en 2017, y las continúa haciendo regularmente para garantizar el cumplimiento del protocolo.

Además de eso, en caso de que una nueva empresa exprese su interés por exportar, el primer paso es aprobar la inspección del Servicio Fitosanitario, para que este emita su informe a la jefatura, esta última a la Dirección y esta al representante de Procomer en China para que lo entregue a las autoridades chinas. Cuando las autoridades chinas actualizan la lista de empresas autorizadas entonces la nueva empresa puede iniciar sus exportaciones.

2.3.3 CÁMARA DE EXPORTADORES DE COMERCIO EXTERIOR

La Cámara de Exportadores de Comercio Exterior (Cadexco) es una institución creada en 1981 por empresas exportadoras (Cadexco, s.f.). Su misión es impulsar el comercio exterior en el país, y su visión es ser líder en el país en comercio exterior y reconocida a nivel mundial por sus servicios. Cadexco tiene representantes en el Consejo Consultivo de Comercio Exterior, el Consejo de Competitividad, el Consejo Ventanilla Única de Comercio Exterior, CODEX Alimentarios, la Comisión Nacional Asesor del Ministro y del Servicio Fitosanitario del Estado, la Junta Directiva de Procomer, y la Comisión Técnica de Exoneraciones para hacer respetar sus intereses. Cadexco, para impulsar la competitividad en el desarrollo comercial del país, trabaja mediante comisiones que diseñan estrategias que hagan realidad los intereses de la Cámara.

En el proceso de exportación de la piña a China participó en el recibimiento de las delegaciones y coordinó las visitas con las empresas. Está al servicio de las autoridades de Costa Rica y de China para cooperar en cualquier proceso que agilice la exportación de los productos costarricenses.

2.3.4 CÁMARA NACIONAL DE PRODUCTORES Y EXPORTADORES DE PIÑA

La Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Piña (Canapep) es una institución privada creada en el año 2003 para colaborar con el sector piñero del país (Canapep, s.f.). Sus principales funciones son impulsar el crecimiento del sector a través de prácticas nuevas e innovadoras de producción que respeten el medio ambiente y el orden social, velar por el cumplimiento de la ley de Protección Fitosanitaria, defender al sector piñero ante instituciones nacionales e internacionales y promover la investigación en la producción de la piña.

La estructura de Canapep la integran la Asamblea de Asociados, la Junta Directiva, y la Fiscalía. La Cámara ha firmado convenios con el Instituto Tecnológico de Costa Rica, el Instituto Nacional de Aprendizaje, COOPECIAGRO, INTA Costa Rica, y la Fundación Limpiemos Nuestros Campos. Entre sus asociados se encuentran Upala Agrícola S.A., y Productos Agropecuarios Visa S.A, ambas son empresas incluidas en esta investigación.

Canapep diseña una revista en la que mantiene informado al sector sobre el nacimiento de nuevas empresas o empacadoras, avances y logros de las empresas que ya constituyen al sector, y sobre las acciones que se realizan con instituciones del sector público y otras entidades privadas, para mejorar e incrementar la producción de piña de excelente calidad y su distribución a nivel nacional e internacional.

Asimismo, Canapep participó en el proceso de exportación de la piña a China durante las negociaciones que se realizaron con la delegación que el gobierno chino envió. La Cámara colaboró con las autoridades fitosanitarias del país y con las empresas visitadas coordinando y asesorando a las empresas en cuanto a documentación y presentación de las mismas. En junio del 2017 siguió de cerca la primera exportación que se realizó y desde entonces comunica al sector a través de sus medios el comportamiento comercial de la piña con este socio comercial y detalla los retos y obstáculos que aún siguen sin superarse.

3. CAPÍTULO III: TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COSTA RICA Y CHINA

3.1 CHINA EN OCCIDENTE

3.1.1 LA VISIÓN DE CHINA EN AMÉRICA LATINA

El modelo de desarrollo de China la ha convertido en potencia mundial. En las últimas décadas su crecimiento económico y desarrollo social la han posicionado en los primeros lugares de los indicadores. Rosales (2009), en una revista de la CEPAL, asegura que el producto interno bruto de China es el segundo en importancia, siendo superado únicamente por el de Estados Unidos, y en paridad adquisitiva es el tercero, siendo rebasado por Estados Unidos y Japón. El dinamismo de China ha permitido que las economías asiáticas representen el 60% de las reservas internacionales y el 53% de los bonos del tesoro de Estados Unidos.

Por otro lado, Sanz (2013) hace referencia en su texto la Influencia de China en Latinoamérica al modelo de desarrollo económico de China. Este modelo se ha caracterizado por ser innovador, por fijar como meta la implementación de un modelo de desarrollo sostenible e igualitario y, por no intervenir en las políticas económicas de los otros modelos y respetar la soberanía financiera de estos. La estrategia de China es llevar a cabo reformas de manera gradual y no a modo de *shock*. De esa manera, según se lleve a cabo el proceso, hay espacios para adaptar a las políticas y a las instituciones al contexto.

Desde que China comparte relaciones con los países de América Latina, estos han experimentado un crecimiento económico muy notable. Los analistas internacionales se preguntan si el impacto de China hubiese sido aún mayor si se hubiese presentado de manera clara y homogénea ante toda Latinoamérica. Sin embargo, los mismos expertos admiten que unificar a América Latina para tener relaciones con China, habría sido sumamente complicado tomando en cuenta sus diferencias ideológicas, económicas, políticas, sociales y medioambientales.

Además, para China ha sido más beneficioso haberse acercado uno a uno a los gobiernos latinoamericanos para ofrecer sus acuerdos comerciales. Solo así no alertó a los Estados Unidos de sus intenciones en la región. Una región en la que él figura como el principal socio comercial desde hace décadas.

Algunos expertos han recomendado que se diseñe una estrategia triangular que incluya a Estados Unidos, China, y Latinoamérica. Pero la mayoría de ellos temen por la reacción de Estados Unidos, la cual muy posiblemente sea negativa, y afecte sus relaciones directas con China, en donde también figura como el principal socio comercial.

Los acuerdos bilaterales que la República Popular China ha pactado con los países de Latinoamérica han sido para obtener materia prima. Ese es su objetivo número 1 en la región. El 74% de las exportaciones de Latinoamérica a China provienen principalmente de Argentina, Brasil, Chile, Perú, México y Colombia. Los productos que más exportan es petróleo crudo, minerales, concentrados de metal, soja, semillas, aleaciones de cobre, papel, y carne, entre otros.

China es el tercer inversor de Latinoamérica (Sanz, 2013) y es rebasado por Estados Unidos y Países Bajos. Las empresas de capital chino que han hecho las más pesadas transacciones en términos de volumen y cantidad monetaria, son Sinopec, China Railways, CNOOC, Minmetals, y Sinochem. Estas empresas predominan sobre las empresas dedicadas a la infraestructura y manufactura, las cuales son populares sobre las empresas locales de cada uno de los países latinos.

La República Popular China financia a países que poseen economías cerradas o cuasi cerradas al crédito a nivel global, como las economías de Argentina, Ecuador y Venezuela, pero en estos casos actúa solamente como prestamista de último recurso (Sanz, 2013). Sin embargo, a diferencia de Estados Unidos, es más flexible y no solicita reformas institucionales, privatizaciones, modelos de gestión, cumplimiento de normas medioambientales, y otras, ya que cuenta con los recursos para financiar sus propios proyectos e incrementar la magnitud de sus inversiones en el exterior.

En este sentido, China no pretende nada en términos de política exterior. Aquellos analistas que afirmen que China está teniendo acercamientos con países que tienen afinidad

con su ideología cometen un grave error. La única acción en términos de política exterior que se ha visto ha sido la solicitud que China hizo a los países de Centroamérica para que cortaran sus relaciones con Taiwán, ya que su objetivo es lograr su reunificación en un corto plazo. Costa Rica así lo hizo durante la administración de Oscar Arias para establecer relaciones diplomáticas con China.

Rosales (2009) especuló que en el año 2043 China superará el producto interno bruto de Estados Unidos y que en el año 2040 la Unión Europea dejaría de tener a los países más industrializados del mundo dentro de sus fronteras, ya que estos serían desplazados por China, India y Brasil. Mediante la inversión extranjera directa China ha logrado capacitar a su población económicamente activa, ha conseguido transferir conocimientos y tecnología, y ha desarrollado cadenas productivas que le garantizan el éxito de sus actividades durante los próximos años, ha fortalecido su industria y la prepara para crear nuevas áreas de estudios y centros de investigación y desarrollo.

Tal parece que China es imparable y que se ha preparado lo bastante bien para dominar y convertirse en el nuevo caudillo de la comunidad internacional en un mediano plazo. Solo queda esperar que Latinoamérica puede reinventar su economía y sus políticas tomando lo mejor del modelo de la República Popular China y adaptándolo a sus circunstancias particulares, al mejor estilo de Beijing

3.2 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA REPÚBLICA DE COSTA RICA Y LA REPÚBLICA POPULAR CHINA

3.2.1 RELACIONES DIPLOMÁTICAS COSTA RICA – CHINA

La República Popular China ha aprovechado la nueva dinámica internacional y ha actuado en torno a una estrategia que diseñó para convertirse en la máxima potencia mundial. En efecto, hoy es la principal economía emergente de las últimas décadas y continúa engrandeciéndose en cada campo de estudio.

El Sr. Arias Sánchez, el entonces Presidente de la República de Costa Rica en el año 2007, fue el primer mandatario de la región centroamericana en establecer relaciones con China. Para tomar esta decisión, el expresidente analizó lo que China representaba y representaría en un futuro para el mundo, especialmente en términos de crecimiento económico y desarrollo. Por esta razón, además de establecer relaciones diplomáticas con el gobierno chino, también firmó un Tratado de Libre Comercio con él en el 2011.

El acercamiento entre Costa Rica y China y este Tratado de Libre Comercio le ha permitido a Costa Rica nutrirse en materia financiera, comercial, científica y tecnológica, ha innovado sus mecanismos de producción y su plataforma de servicios, y ha abierto puertas a los costarricenses en el exterior.

China entiende el concepto de desarrollo como un proceso a largo plazo que sólo se consigue a través de la cooperación. Es por esto que, en los últimos años, ha extendido sus relaciones diplomáticas y comerciales a cada rincón del mundo y mientras otros países continúan haciendo política aplicando las mismas tácticas de siempre, China ha encontrado en la cooperación la mejor vía para dominar. Se ha visto a China brillar por su posición en el Grupo de los 20, por su influencia en el continente africano y americano, y por crear el grupo BRICS junto a Brasil, Rusia, India y Sudáfrica. Los Tratados de Libre Comercio son parte de esa estrategia que ha acercado a China a la comunidad internacional.

El interés de China en Costa Rica es básicamente político. Costa Rica no es un proveedor principal de ningún producto que China importe, debido al tamaño de ese mercado y a la capacidad de producción que los costarricenses poseen. China busca tener presencia en cada región del mundo y lo está haciendo en Centroamérica a través de Costa Rica.

3.2.2 TRATADO DE LIBRE COMERCIO: RONDAS DE NEGOCIACIÓN

Según el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica (2010), en el 2008 el gobierno de Costa Rica y de China tomaron la decisión de realizar un estudio que determinaría si era factible o no firmar un Tratado de Libre Comercio. En julio de ese

mismo año, se encomendó esa misión al Grupo de Trabajo Conjunto. Este grupo declaró que, si era factible y viable un TLC entre estos dos países y dio luz verde para que se iniciaran las negociaciones. En noviembre de 2008, el Presidente Hu Jintao, visitó Costa Rica y aprovechó para firmar el Memorando de Entendimiento.

De acuerdo con COMEX (2010), las rondas de negociación empezaron en enero del 2009. En la primera se estableció la estructura de trabajo, el calendario y los objetivos de la negociación. En la segunda se diseñaron los capítulos que hoy constituyen el TLC, el calendario de desgravación, y los anexos de servicios e inversiones y de contratación pública. La tercera y cuarta ronda sirvieron para tratar temas normativos. En la quinta ronda se lograron pactar acuerdos sobre cada uno de los capítulos previamente establecidos. En la sexta ronda, en el 2010, se finiquitaron puntos que habían quedado pendientes. En febrero del 2010 se dio por finalizada la negociación. Estas rondas tuvieron lugar en San José en Costa Rica, en Shanghai y Beijing en China.

Costa Rica, para garantizar información actualizada y completa, abrió un canal de comunicación con cada sector del país. Realizó 150 reuniones de consulta sectorial, 50 estudios sectoriales, reuniones con el poder legislativo, las cámaras empresariales, las Universidades, y los movimientos sociales (COMEX, 2010).

3.2.3 TRATADO DE LIBRE COMERCIO: OBJETIVOS DE LA NEGOCIACIÓN

Los objetivos específicos de la negociación son los siguientes según COMEX (2010).

- Progresar en la construcción de economías abiertas, descartando cualquier forma de proteccionismo, modernizando y activando el comercio, con la certeza de que la mejor opción para fomentar el desarrollo es el libre comercio.
- Obtener nuevas y mayores oportunidades de comercio entre Costa Rica y China, en la oferta exportable actual, y oferta exportable potencial, en bienes y servicios.
- Establecer un marco jurídico que impulse el auge de las inversiones, inversiones, y alianzas estratégicas en los territorios de ambas partes.

- Optimizar las condiciones de acceso al mercado mediante preferencias comerciales vigentes entre las partes.
- Establecer normas que garanticen negociaciones legales y duraderas.
- Implementar mecanismos que puedan evitar la aplicación de medidas unilaterales y discrecionales que perjudiquen la fluidez del comercio.
- Afinar la productividad y competitividad de los sectores a través de prácticas innovadoras, y tecnología de último nivel, para promover la sana competencia entre las partes.
- Impulsar la cooperación y complementariedad económica entre los Estados por medio de proyectos en temas prioritarios para cada uno.
- Propiciar una comunicación permanente entre las partes y la sociedad civil durante y después de la negociación.
- Pactar un Tratado de Libre Comercio que respete las norma de la Organización Mundial del Comercio.

3.2.4 TRATADO DE LIBRE COMERCIO: ESTRUCTURA

El Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y China está compuesto por 16 capítulos. Según COMEX (2010), el primer capítulo corresponde a las disposiciones generales. En él se especifican los objetivos del acuerdo que fueron recientemente mencionados, se establece la creación una zona de libre comercio, se regula la relación entre este Tratado y otros acuerdos internacionales, y se reafirman los derechos y las obligaciones de cada una de las partes.

El segundo capítulo aclara los conceptos de aplicación general y algunas definiciones específicas por país. El tercer capítulo determina el trato nacional y el acceso a los mercados, es decir, en él se estipulan las reglas bajo las que entran y salen las mercancías de Costa Rica y de China.

Para eliminar progresivamente las barreras arancelarias, se acordó aplicar el programa de desgravación arancelaria que analiza caso por caso cada uno de los productos

que se comercia, hasta lograr que los aranceles sean completamente eliminados en todos los casos. Por ejemplo, aquellos productos que entran en la categoría A se exonera del pago de aranceles desde que el Tratado entra en vigor. Los productos de la categoría B recibirán ese beneficio hasta el quinto año de vigencia del Tratado. Los productos de la categoría C dejarán de pagar aranceles hasta los 10 años del Tratado. Los productos de la categoría D hasta que el Tratado haya cumplido sus 15 años. Los productos de la categoría E son aquellos que quedan excluidos de este Tratado, por lo que seguirán pagando el arancel actual y no habrá ningún cambio de circunstancias para ellos. Y finalmente, los productos de la categoría F son aquellos que están sujetos a una cuota de importación libre de aranceles. También se considera la admisión temporal de mercancías libres de aranceles bajo casos específicos en los que se trate de importar para ofrecer servicios profesionales, de negocios, comerciales o deportivos.

En cuanto a las barreras no arancelarias, se acordó prohibir cualquier tipo de restricción a la importación y exportación de mercancías, así como formalidades administrativas que no estén asociadas con el costo de la prestación de un servicio.

Este capítulo, especifica algunas disposiciones para el caso de los productos agrícolas, que coinciden con las recomendaciones que la OMC ha emitido en esa materia. Además, establece la creación de un Comité de Mercancías para que se haga cargo de todos los temas tratados en este capítulo únicamente.

El cuarto capítulo corresponde a las reglas de origen. De igual forma, contiene disposiciones relacionadas con mercancías totalmente obtenidas, reglas específicas por producto, cambio de clasificación de origen, valor de contenido regional, operaciones de procesamiento, acumulación de origen, operaciones o procesos que no confieren origen, disposiciones sobre De Minimis y de envío directo. Asimismo, determina el tratamiento que se le debe dar a los materiales y mercancías fungibles, elementos neutros, juegos o surtidos, embalaje, empaques y contenedores y a los accesorios, repuestos y herramientas.

Igualmente, contiene disposiciones sobre el procedimiento de la certificación y verificación de origen, entidades autorizadas, documentos de respaldo, tiempo para conservar el certificado de origen y los documentos de respaldo, las obligaciones de los importadores que soliciten el trato arancelario preferencial, la posibilidad de reembolso de

aranceles aduaneros de importación o depósito, las excepciones a la presentación de la certificación de origen, causas para denegar el trato arancelario preferencial y el establecimiento del Comité de Reglas de Origen.

El quinto capítulo aborda los procesos aduaneros. Señala las obligaciones específicas en materia de definiciones, publicación, despacho de mercancías, uso de sistemas automatizados, cooperación, administración del riesgo, envíos de entrega rápida, revisión, apelación, sanciones, y resoluciones anticipadas.

El sexto capítulo trata sobre las medidas sanitarias y fitosanitarias. Recomienda implementar el Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial del Comercio y las normas aplicables de las Organizaciones Internacionales de competencia. Este capítulo establece las disposiciones relacionadas al análisis de riesgo, equivalencia, regionalización, transparencia, y cooperación técnica. Crea el Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias que atiende los problemas de esta materia que se presenten en el comercio entre Costa Rica y China, y garantiza el entendimiento mutuo de las regulaciones y procedimientos.

El séptimo capítulo abarca los obstáculos técnicos al comercio. El objetivo principal es facilitar e incrementar el comercio eliminando barreras innecesarias que puedan surgir por la adopción y aplicación de reglamentos técnicos, normas y procedimientos de evaluación y resolver efectivamente cualquier inconformidad. Además, fomenta la transparencia y el intercambio de información, y crea el Comité de Obstáculos Técnicos al Comercio para administrar y supervisar que las disposiciones contenidas en este capítulo se cumplan.

El octavo capítulo corresponde a la defensa comercial. En medidas de salvaguardia globales se establecen las medidas previstas en el Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio y el Acuerdo de Salvaguardia de la Organización Mundial del Comercio. Se prohíbe imponer simultáneamente medidas de salvaguardia bilaterales y multilaterales, y se excluye que esta clase de medidas estén sujetas a las disposiciones sobre resolución de controversias del Tratado.

En medidas de salvaguardia bilaterales se establece que cualquiera de las partes puede imponer medidas cuando las importaciones de un producto incrementen excesivamente y representen una amenaza para la producción nacional. De la misma manera, se autorizó la aplicación de estas medidas en caso de que las importaciones retrasen el desarrollo de una rama de producción nacional.

Las medidas suspenden la reducción de los aranceles o los incrementan para el producto que sea necesario. Las medidas de salvaguardia definitiva pueden ser aplicadas hasta por un año y solicitar que se prorroguen hasta por tres años más. En el caso de imponer alguna de estas medidas, la parte que las imponga deberá compensar de alguna manera a la otra parte, el capítulo señala que la mejor compensación es en forma de concesiones que tengan efectos en el comercio o en el valor de los impuestos adicionales esperados como resultado de la medida.

En cuanto a medidas *antidumping* y compensatorias, Costa Rica y China se comprometen a garantizar la transparencia los procedimientos, a emitir y notificar en el idioma inglés, y acuerdan que la aplicación de estas medidas no esté sujetas a la solución de controversias del Tratado. Finalmente, el capítulo termina, señalando que en materia de cooperación se estableció un mecanismo para asegurar una mejor comprensión de las prácticas adoptadas.

El noveno capítulo abarca los temas de inversión, comercio de servicios y entrada temporal de personas de negocios. Sobre inversión reafirma el compromiso adquirido por ambos países en el Acuerdo para la Promoción y Protección de Inversiones. Sobre comercio de servicios indica el trato que recibirán los proveedores de servicios con respecto a los proveedores de servicios nacionales, la no imposición de limitaciones de acceso a los mercados como limitaciones sobre el número de proveedores, activos, transacciones, operaciones, o producción de servicios, los requisitos que autorizan el suministro de servicios, los mecanismos que reconocen tales requisitos, y otras cuestiones sobre transferencias y pagos, denegación de beneficios, transparencia, implementación y revisión.

Sobre entrada temporal de personas de negocios, el capítulo señala que ambas partes facilitarán la entrada temporal a sus territorios a visitantes de negocios y a las transferencias intracorporativas de gerentes, ejecutivos y especialistas de conformidad con

la legislación nacional, incluidas las medidas migratorias. Se indican también las disposiciones sobre principios generales, autorización de entrada temporal, transparencia, grupo de trabajo, cooperación, definiciones y solución de controversias. Este capítulo añade una lista de compromisos específicos sobre servicios que básicamente señalan los sectores a los que aplican las disposiciones de las secciones anteriores.

El décimo capítulo trata sobre la propiedad intelectual. En esta materia, el Tratado, promueve la protección de los derechos de propiedad intelectual de ambas partes tomando en cuenta la condición económica, social y cultural de cada uno de los países. Para impulsar la innovación tecnológica y la transferencia y dispersión de la tecnología no añade otros estándares de protección, además de los que ya han adquirido en otros acuerdos cada una de las partes. Esta sección abarca los recursos genéticos, el conocimiento tradicional y folklore, la propiedad intelectual, salud pública, innovación técnica, transferencia de tecnología, medidas en frontera, indicaciones geográficas, puntos de contacto, y cooperación.

El undécimo capítulo hace referencia a la cooperación, promoción y fortalecimiento de las relaciones comerciales. Para lograrlo, propone priorizar áreas como las que involucra las pequeñas y medianas empresas, la promoción de innovación científica y tecnológica, exportaciones, cooperación agrícola, inversión extranjera directa, cultura, deportes, manejo de desastres naturales, solución privada de controversias, y competencia. Una cláusula añade que, en un futuro no muy lejano, exista cooperación en temas de salud, educación, medicina e infraestructura, entre muchas otras. Lo importante es impulsar el crecimiento económico y el desarrollo social a través de la generación de conocimiento, innovación, y competitividad.

El duodécimo capítulo promueve la transparencia en todas las acciones que se desglosan de este Tratado. Con acciones se refiere a la publicación de leyes, reglamentos, procedimientos y resoluciones administrativas de aplicación general, al igual que la publicación de medidas en proyecto, la notificación de medidas que afecten el funcionamiento del Tratado, acceso a la información de forma oportuna y sin costo alguno, principios para aplicar de forma imparcial y razonable cada una de las medidas en los

procedimientos de diferentes materias, confiar en los tribunales que revisan y corrigen acciones administrativas, entre otras.

El capítulo décimo tercero corresponde a la administración del Tratado. Para ello, se creó la Comisión de Libre Comercio, que se encarga de asignar coordinadores de libre comercio que facilitan la aplicación de las medidas y supervisan que cada parte cumpla con sus obligaciones. Esta Comisión, además, regula las funciones de los otros Comités mencionados en cada uno de los capítulos anteriores, y fiscaliza los procedimientos de solución de controversias.

El capítulo décimo cuarto es precisamente el que trata el tema de las controversias y disputas. Este capítulo señala que las figuras a las que les corresponde, deberán resolver los problemas de naturaleza comercial únicamente, que se origine en cualquier momento, la mayoría de estas disputas se dan por una errónea interpretación del Tratado o por ignorar la correcta aplicación del Tratado en un determinado caso.

El capítulo décimo quinto toma en cuenta las excepciones, es decir, aquellas circunstancias en las que es válido que alguna de las partes deje de cumplir con las disposiciones del Tratado, por ejemplo, eventualidades en las que primero se deba proteger la vida, la salud, los tesoros nacionales, los recursos del país, garantizar la seguridad, el cumplimiento de normas fiscales, tomar medidas para optimizar la balanza de pagos, entre otras. El último capítulo, el décimo sexto, incluye anexos, notas al pie, enmiendas, y modificaciones, así como descripción general sobre la entrada en vigor del Tratado, terminación y textos auténticos.

3.2.5 TRATAMIENTO ARANCELARIO OTORGADO POR CHINA A LAS MERCANCÍAS ORIGINARIAS DE COSTA RICA

El Ministerio de Comercio Exterior (2010), en su documento explicativo sobre el Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y China, agregó el tratamiento arancelario que se le daría a las mercancías costarricenses en China. En el caso del sector agrícola, que es el que interesa para esta investigación, el Tratado señala lo siguiente; los productos a los que

se le aplicará la desgravación a los 5 años de haber entrado en vigor el acuerdo, son carne y despojos de res, cerdo, aves y otros animales, fresca, refrigerada o congelada, salada, en salmuera, seca o ahumada, huevos de ave, cebolla, papa, tomate fresco o refrigerado, ajo fresco, hortalizas, repollo, pepinos, zanahorias o nabos frescos o refrigerados, arvejas, frijoles frescos o refrigerados, hongos, verduras, bambú, tubérculos, té, algas y semillas.

Los productos a los que se aplicará una desgravación a los 10 años de haber entrado en vigor el Tratado son cuernos y pieles en bruto de bovino, ovino y otros animales, café sin tostar ni descafeinar, y café tostado. Los productos a los que se aplicará una desgravación a los 15 años de haber entrado en vigor el Tratado son carne de bovino fresca o refrigerada, leche y nata sin concentrar o concentrada, yogurt, mantequilla, queso fresco, nueces, almendras, naranjas, mangos, limones, jaleas de frutas, preparaciones de cítricos, y la más importante, en este caso, la piña y preparaciones de piña.

Los productos que se excluyen de estas desgravaciones son el arroz, la harina de cereales, el aceite de palma, aceite de girasol, aceites vegetales, azúcar de caña, productos de tabaco, y algodón.

Los productos que entraron en un libre comercio de manera inmediata fueron los animales vivos, trozos de carne de aves, trozos de carne congelados de aves, flores, plantas ornamentales, yuca, hortalizas de vaina, maíz dulce, manzana, semillas para sembrar, algunas especias y condimentos, extractos vegetales, chocolate, pasta de cacao, cacao en polvo, lactosa, melaza de caña, alimento para animales, frutas preparadas y conservadas, tilapia, camarón, moluscos, entre muchos otros.

3.2.6 TRATAMIENTO ARANCELARIO OTORGADO POR COSTA RICA A LAS MERCANCÍAS ORIGINARIAS DE CHINA

El mismo texto del Ministerio de Comercio Exterior (2010) señala el tratamiento arancelario que Costa Rica otorga a las mercancías originarias de China. En el caso del sector agrícola, específicamente del sector de frutas comestibles, que es el que interesa para los efectos esta investigación, el Tratado incluye los siguientes, se aplicará una

desgravación a los 10 años de haber entrado en vigor el Tratado al mango, la naranja, la sandía, el limón, granadilla, frambuesas, la papaya, y a la piña.

Se aplicará una desgravación a los 15 años de haber entrado en vigor el Tratado al banano fresco. Se verá excluido el banano seco y el plátano de estas desgravaciones. Los productos que entraron en un libre comercio son el coco, las avellanas, pistachos, nueces de macadamia, aguacates, higos, peras, manzanas, melocotones, y ciruelas.

4. CAPÍTULO IV: EXPORTACIÓN DE LA PIÑA A CHINA. EXPERIENCIA DE LAS EMPRESAS DE LA ZONA NORTE

4.1 GENERALIDADES DE LA PIÑA

4.1.1 LA PIÑA: CARACTERÍSTICAS

La piña es una fruta de origen sudamericano, específicamente de Brasil, Argentina y Paraguay. Fue una de las frutas que se intercambiaron entre las tribus y por eso se popularizó en el Caribe. Se descubrió en el segundo viaje de Cristóbal Colón a América, en las islas del Caribe. INFOCOMM (2000), un proyecto de Naciones Unidas, indica que la piña fue descubierta en Santa Elena en 1505, en Europa en 1535, en las Indias en 1545, en Madagascar en 1548, y en Asia a mitad del siglo XVI.

Es una planta herbácea, formada por una roseta de hojas duras y un poco espinosas que rodean el tallo que constituye el eje de la planta y en uno de sus extremos nace la fruta. Para ser reproducida los agricultores plantan los retoños o la corona, pero con los retoños el procedimiento es más rápido que con la corona. Este proceso puede extenderse de 14 a 20 meses aproximadamente, los primeros 6 o 7 meses plantando los retoños y verlos crecer, 5 y 6 meses siguientes floreciendo y siendo recolectadas las frutas, y los otros 3 o 6 meses restantes produciendo retoños para nuevas plantaciones. El éxito en la producción de la piña es la temperatura, ya que esta fruta no puede ser cultivada a menos de 25 grados Celsius, el pH de la tierra, ya que se desarrolla con mayor éxito en suelos con un pH de 4.5 o 5.5, y aportación regular de agua, lo que explica la abundancia de plantaciones en las zonas intertropicales. La piña permite planificar la producción y características de esta.

4.1.2 VARIEDADES DE PIÑA

Existe una variedad de piña en el mundo. Según INFOCOMM (2000) las más conocidas son las que se mencionarán a continuación. La Cayena Lisa es una piña

cilíndrica, tiene pocas espinas, de buena calidad y con gran capacidad para ser conservada. Sin embargo, es muy sensible a plagas y a parásitos. La MD-2 o Extra Sweet es un híbrido natural creado por Pineapple Institute de Hawai a finales del siglo pasado. Esta piña es menos sensible a las plagas y parásitos, su sabor dulce es muy apetecido por los consumidores y su capacidad de conservación la hace una de las favoritas de los empresarios. Estas dos variedades de piña mencionadas ocupan el comercio de piña en el mundo.

No obstante, existen otras variedades de esta fruta que se producen en sitios específicos y son aprovechadas por algún mercado en particular debido a la poca capacidad de conservación. La Queen Victoria es una piña pequeña, espinosa, y muy sensible a las plagas y parásitos que se produce en islas ubicadas en el océano Índico o penínsulas de los grandes continentes que limitan con este océano. La variedad Pan de Azúcar tiene una forma sin escarpadura, su color es casi blanco, es sumamente dulce y se produce en el África Occidental.

4.1.3 PRINCIPALES ENFERMEDADES Y PLAGAS QUE PERJUDICAN EL DESARROLLO DE LA PIÑA

En el estudio del INFOCOMM (2000) se describe la *Pytophthora* como una enfermedad que se da por un hongo que ataca la planta y la fruta. Afecta de las raíces hasta las hojas las cuales pasan de verde a amarillo hasta a rojo. La planta se deforma y se arquea hasta que una de sus extremidades se dobla hacia el suelo. La enfermedad alcanza el corazón de la planta, la fruta joven o la inflorescencia. El hongo se desarrolla en un ambiente húmedo y comúnmente mal drenado. Puede ser tratado con un fungicida de contacto o sistémico.

El mismo estudio menciona la *Ceratocystis Paradoxa* como una enfermedad originada por un hongo que pudre las heridas no cicatrizadas de la planta y de la fruta. El hongo se desarrolla en un ambiente cálido y húmedo. Puede ser tratado con químicos y evitado con una correcta organización y recolección del cultivo.

La *Penicillium* sp y la *Fusarium* sp son enfermedades producidas por hongos que genera manchas cafés o negras en el interior de la fruta. Pueden propagarse en la etapa de floración o maduración. La manera de evitar estas enfermedades es eliminando los vectores de transmisión, los ácaros y la cochinilla del cultivo.

La marchitez de la piña la produce un virus y se alimenta de las cochinillas. Las raíces y las hojas cambian a color beige o presentan manchas amarillentas. Para evitar esta enfermedad se recomienda luchar contra la cochinilla química o biológica.

INFOCOMM incluyó las principales plagas que perjudican a la piña. Los nematodos son gusanos que se desarrollan en cualquier tipo de suela y que afectan directamente a las raíces de la planta y provoca un cambio de color de verde a amarillo e incluso hasta rojo en las hojas. El rendimiento de la plantación baja drásticamente y lo que más preocupa a los agricultores es que no hay síntomas que permitan sospechar de esta plaga. Una buena forma de evitar esta plaga es desinfectar el suelo con nematicida.

Los sínfilos son pequeños cien pies que muerden la raíz de la plata evitando que esta absorba los nutrientes suficientes para su desarrollo. Comúnmente atacan a los retoños por lo que es recomendable tratar el suelo con químicos durante la plantación. Esta plaga es fácil de detectar, ya que en una misma parcela se notan los cambios en el tamaño de una fruta a otra y el suelo se seca completamente.

Las cochinillas se desarrollan en el aparato foliar impidiendo que el proceso de fotosíntesis se dé con normalidad y que la planta no crezca con naturalidad. Esta plaga puede llegar a afectar la fruta, dándole un aspecto no muy agradable para ser bien recibida en el mercado. Los ácaros son una plaga que es común en las plantaciones de piña, los cuales provocan más lento el crecimiento de la plata y por ende, el de la fruta. Una manera de reducir su presencia en el cultivo es utilizando acaricidas.

Las plantas adventicias se propagan en los primeros meses de la plantación de piña. Sirven de huésped para los nematodos, los sínfilos, y las cochinillas, entre otros. Limita el crecimiento de la fruta. La manera de evitar que esta plaga se propague es desherbar regularmente.

4.1.4 IMPACTO DE LA PRODUCCIÓN DE PIÑA

Maglianesi (2013) indica que en la actualidad existen aproximadamente 45 000 hectáreas sembradas con piña, especialmente, en las zonas de San Carlos, Sarapiquí, Guápiles, Siquirres y Guácimo. El éxito de esta actividad agrícola implicó que en el país se instalaran complejos industriales que se hicieran cargo de la recolección de la fruta y el empaque de la misma para aprovechar su comercialización. La expansión de esta actividad y la implantación de empresas en las zonas rurales del país marcó un antes y un después para la población.

En las últimas dos décadas del siglo pasado, el mundo atravesaba momentos difíciles como consecuencia de las grandes guerras mundiales. Costa Rica dependía en un alto porcentaje de lo que se importaba de Estados Unidos y de otros países cercanos. Pero la situación político económica señalaba que esa dependencia solamente iba a hundir al país en pobreza y hambre, por lo que los gobiernos de ese entonces promovieron la producción nacional para sustituir las importaciones. Los productos no tradicionales como el melón, la yuca y la piña tomaron relevancia en el mercado. De 1985 a 1989 las exportaciones de piña incrementaron en un 55% según la tasa anual (Maglianesi, 2013). En ese periodo PINDECO, una ramificación de la empresa internacional Del Monte y una de las primeras empresas en producir piña en Costa Rica, trajo nuevas tecnologías y nuevas prácticas que impulsaron una rápida expansión de esta actividad agrícola.

Maglianesi en su estudio estima que un 75% de la piña que se produce en el país es exportada y que el porcentaje restante al no cumplir con los estándares que el mercado internacional exige entonces es vendida en el mercado local. La Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Piña (s.f.) publicó que en el 2011 se exportó 49.34 millones de dólares, y que en 2017 la suma alcanzó los 62.44 millones de dólares. Estas cifras sin duda han impactado de una forma u otra en el paisaje de Costa Rica y en las condiciones de vida de sus habitantes.

Canapep en su sitio web señala que la producción de piña genera actualmente 32 000 empleos directos a través de 158 empresas exportadoras y 58 empacadoras, es decir, el sector ofreció empleo a quien no tenía y mejores oportunidades a quien sí tenía. Con

estas contrataciones se da por un hecho que habría un incremento en la tasa de escolaridad y una disminución en la tasa de pobreza que cambiaría las condiciones de vida de las personas y el desarrollo de las comunidades.

Por otro lado, como ya se mencionó la producción de piña fue impulsada por la mala situación en la que se encontraba Costa Rica en ese momento. No fue una producción debidamente planificada que considerara las consecuencias medio ambientales en las diferentes zonas del país. Años más tarde, los costarricenses ven afectada su salud por la contaminación del agua y ven amenazado el desarrollo de sus otras plantaciones y el bienestar de sus animales.

Además de lo anterior, Maglianesi (2013) asegura que los desechos de la piña no fueron y no son tratados correctamente, facilitando la propagación de moscas, especialmente de la mosca conocida como mosca de establo, que provoca la desnutrición del ganado y hasta su muerte. Las fincas aledañas a las plantaciones de piña perdieron mucho valor debido a esta plaga y muchas fueron vendidas a las mismas piñeras, ya que ninguna otra actividad se podía mantener bajo esas condiciones. La expansión de la piña implicó perder muchos árboles que debilitaron ese sector y perder muchas áreas de conservación.

4.2 LA PIÑA DE COSTA RICA

4.2.1 LA PIÑA DE COSTA RICA EN EL MUNDO

De acuerdo con los estudios realizados por la Dirección de Inteligencia Comercial de Procomer (Ulloa, 2016), en 2016 la piña costarricense es la de mayor calidad en el mundo. En 2016 la piña representó el 45% de las exportaciones totales del país. Costa Rica produce una piña Premium con un sabor, tamaño y textura muy apetecida por los consumidores de casi todo el mundo. La mayoría de las empresas costarricenses que se dedican a la producción y exportación de esta fruta han adquirido certificaciones fácilmente, ya que las condiciones naturales (tierra y clima), socioeconómicas

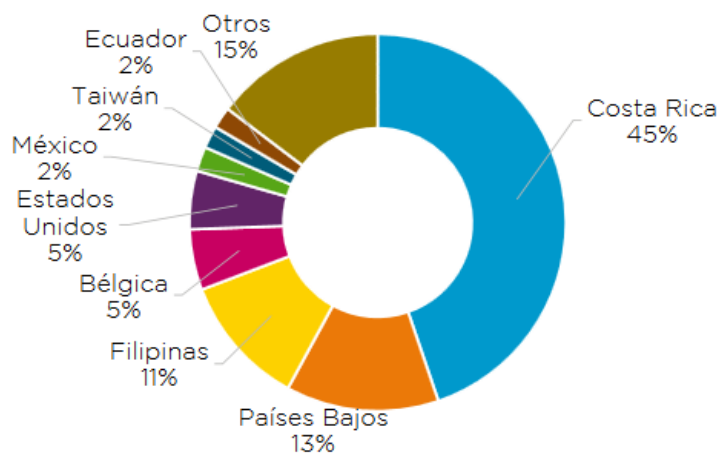
(mantenimiento de las fincas y del personal), y la implementación de técnicas tecnológicas (máquinas) permiten el desarrollo de la piña.

Ulloa (2016) señala que, en términos de valor, Costa Rica lidera el top 10 de los exportadores mundiales de piña con un 45%. En esta lista le sigue Países Bajos (13%), Filipinas (11%), Bélgica (5%), Estados Unidos (5%), México (2%), Taiwán (2%), y Ecuador (2%), entre otros. En la ilustración 7 se aprecian mejor estas estadísticas. En términos de peso, Costa Rica es líder con el 55%, le sigue Filipinas (16%), Países Bajos (8%), Bélgica (3%), Estados Unidos (3%), México (2%), Ecuador (2%), y Taiwán (1%). En la ilustración 8 se contemplan los anteriores datos.

Lo interesante de estos datos es que Países Bajos y Bélgica no son productores de la piña. Ellos realmente son redistribuidores de la fruta. Costa Rica es quien verdaderamente abastece el 87% del mercado de Países Bajos y el 55% del mercado de Bélgica. Los países que han crecido más en cuanto a valor en el periodo 2012 – 2016 son Taiwán y Ghana según Ulloa.

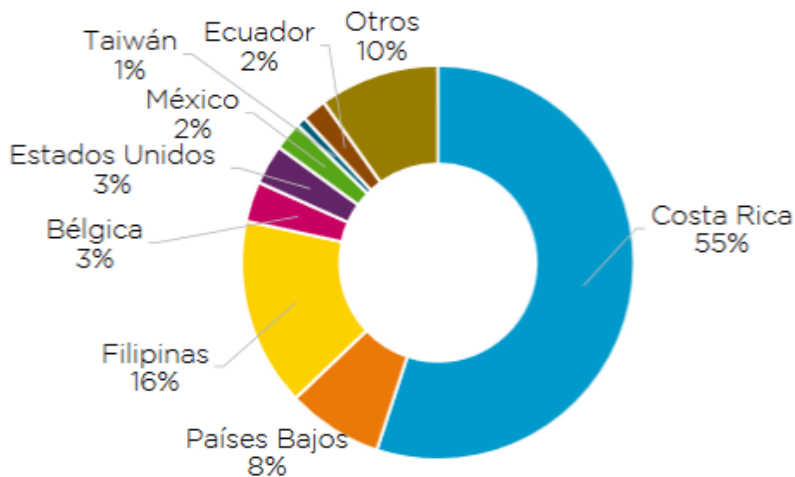
En el top 10 de los países que más importan piña se encuentran Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Reino Unido, Japón, España, Bélgica, Italia, Francia y China. Este último es el país de mayor crecimiento en el 2016. La ilustración 9 mejora el entendimiento de esta referencia.

Ilustración 7. Exportadores Mundiales de Piña según valor exportado según Procomer



Fuente: Ulloa, 2016, Recuperado de Mercado y Condiciones de Acceso para Piña Fresca en China de Procomer

Ilustración 8. Exportadores Mundiales de Piña según peso exportado según Procomer



Fuente: Ulloa, 2016, Recuperado de Mercado y Condiciones de Acceso para Piña Fresca en China de Procomer

Ilustración 9. Principales Importadores de Piña en el Mundo según Procomer

Posición	Importadores	Promedio 2012-2016 (millones de USD)	CAGR Valor 2012-2016	Promedio 2012-2016 (toneladas)
	Mundo	2.453,1	2%	3.084,8
1	Estados Unidos	665,6	5%	1.010,4
2	Países Bajos	242,7	3%	291,5
3	Alemania	163,0	-3%	163,6
4	Reino Unido	135,9	0%	138,8
5	Japón	122,9	-3%	144,2
6	España	113,2	5%	163,1
7	Bélgica	136,6	-5%	145,3
8	Italia	121,0	-1%	158,4
9	Francia	102,7	5%	111,8
10	China	65,6	47%	119,6

Fuente: Ulloa, 2016, Recuperado de Mercado y Condiciones de Acceso para Piña Fresca en China de Procomer

4.2.2 COMERCIO COSTARRICENSE

Procomer en mayo del 2018 emitió un estudio que realizó sobre los movimientos comerciales de Costa Rica en el año 2017. La gestora de alianzas estratégicas de Procomer, la Sra. Ivannia Arguedas, facilitó el estudio en el que se encontraron los siguientes resultados según la participación del valor exportado.

El principal sector de exportación de Costa Rica en el 2017 fue el sector agrícola, seguido por el sector equipo de precisión y médico, y el sector alimentario. El primer y el segundo sector mencionados representan el 27% (cada uno) del valor total exportado. Los principales productos que se exportan son los dispositivos médicos, el banano, y la piña. Entre los principales destinos de exportación se encuentra Estados Unidos con un 41%, Panamá, Holanda y Bélgica con un 6%, Guatemala y Nicaragua con un 5%, Honduras con

un 4%, México y El Salvador con un 3%, y República Dominicana con un 2%. China no figura en esta lista.

El estudio indica que en el 2017 Costa Rica exportó piña a través de 130 empresas a 52 destinos, y que en el periodo 2016 – 2017 la piña ocupó el segundo lugar en la lista de principales productos frescos exportados, la piña orgánica en sexto lugar, y la piña seca el décimo cuarto lugar. Esta piña, en sus distintas presentaciones y condiciones, fueron producidas por empresas como Piña Frut S.A., Upala Agrícola S.A., y Piñales del Caribe Gac.S.A. Sin embargo, para esta investigación únicamente serán tomadas en cuenta las ubicadas en la zona Norte del país, por lo que se debe resaltar a la empresa mencionada Upala Agrícola que en 2017 ocupó la décima posición entre las principales empresas exportadoras de productos frescos. Ver ilustración 10.

Costa Rica importa de China textiles, teléfonos celulares, productos laminados de hierro o acero, proyectores, calzado, llantas, productos laminados planos de los demás aceros aleados, portátiles, muebles, y motocicletas, entre otros. Mientras que China importa de Costa Rica azúcar, carne bovina, madera en bruto, desperdicios y desechos de cobre, prótesis de uso médico, cítricos preparados o conservados, pieles y cueros en bruto de bovino y equino, jugos y concentrados de frutas, materiales eléctricos, y piña, entre otros. La magnitud de lo que se exporta realmente es muy poco en comparación con lo que se importa de este país, pero para Costa Rica es todo un logro comparando su tamaño y cantidad de habitantes con el tamaño y cantidad de habitantes de China.

Este estudio de Procomer detalla la producción y exportación de los productos por procedencia geográfica, y en la región Huetar Norte, predomina la producción y exportación de piña, jugos y concentrados de fruta, yuca, frutos sin cocer congelados, y la yuca, entre otros. Las principales empresas exportadoras son Corporación de Desarrollo Agrícola del Monte S.A, Diversificados de Costa Rica, TicoFrut S.A, Upala Agrícola S.A., Productos Agropecuarios Visa S.A., y Comercializadora de Frutas COFRUT, entre otras. La ilustración 11 y la ilustración 12 reflejan mejor estos datos.

Ilustración 10. Principales Empresas Exportadoras del Sector Agrícola según Procomer

EXPORTADOR	POSICIÓN
Corporación de Desarrollo Agrícola del Monte S.A.	1
Standart Fruit Company de Costa Rica	2
Diversificados de Costa Rica Dicori	3
Compañía Bananera Atlántica Ltda.	4
Tropicalrica Internacional Tri S.A.	5
Verde Fresco Internacional S.A.	6
Tropicales del Valle S.A.	7
Arjust Cr S.A.	8
Piña Frut S.A.	9
Upala Agrícola S.A.	10
Hacienda Ojo de Agua S.A.	11
Piñales del Caribe Gac S.A.	12
Exportaciones Nortenas S.A.	13
Itacu Corporation S.R.L.	14
Agro Industrial Bananera del Caribe S.A.	15

Fuente: Ulloa, 2016, Recuperado de Mercado y Condiciones de Acceso para Piña Fresca en China de Procomer

Ilustración 11. Principales Productos Exportados desde la Región Huetar Norte en 2017

DESCRIPCIÓN	2016	%	2017	%
Piña	634,9	68,3%	660,1	64,7%
Jugos y concentrados de frutas	124,6	13,4%	89,6	8,8%
Yuca	60,9	6,6%	61,3	6,0%
Otros frutos sin cocer congelados	43,4	4,7%	53,6	5,3%
Banano	19,0	2,0%	23,8	2,3%
Piña organica	8,4	0,9%	22,5	2,2%
Plantas ornamentales	15,5	1,7%	16,6	1,6%
Aceites esenciales de naranja	6,7	0,7%	8,8	0,9%
Chips de plátano o banano	8,1	0,9%	8,7	0,9%
Explosivos preparados	7,4	0,8%	7,9	0,8%
Otros	62,7	6,3%	67,9	6,6%
TOTAL	991,7	100,0%	1.020,9	100,0%

Fuente: Arguedas, 2018, Recuperado de Estadísticas de Comercio Exterior 2017 de Procomer

Ilustración 12. Principales Empresas Exportadoras de la Región Huetar Norte en 2017

EXPORTADOR	POSICIÓN
Corporación de Desarrollo Agrícola del Monte S.A.	1
Diversificados de Costa Rica DICORI	2
Ticofrut S.A.	3
Tropicales del Valle S.A.	4
Upala Agrícola S.A.	5
Productos Agropecuarios Visa S.A.	6
Comercializadora de Frutas COFRUT	7
Compañía Frutera La Paz S.A.	8
Tropical Paradise Fruits S.A	9
Itacu Corporation S.A.	10

Fuente: Arguedas, 2018, Recuperado de Estadísticas de Comercio Exterior 2017 de Procomer

4.2.3 EL MERCADO DE PIÑA EN CHINA

La Dirección de Inteligencia Comercial de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica emitió un informe sobre el mercado y condiciones de acceso de piña a China en 2016 (Ulloa, 2016). Este informe describe el comportamiento comercial de la República Popular China e invita al sector piñero costarricense a incursionar en este nuevo mercado.

El mercado de piña fresca en China es principalmente abastecido por Filipinas, Taiwán y Tailandia. Filipinas representó el 63% del total de fruta importada a China en 2016 y Taiwán el 36%. La piña que estos países exporta cumple con estándares internacionales y es vendida en grandes cantidades debido a la gran capacidad de producción que estos países tienen. Tailandia, que tiene menor experiencia que Filipinas y Taiwán, importa si acaso un 1% a China, su piña es de menor calidad que las otras, pero si cumple con las exigencias de las autoridades chinas.

En el mercado chino la fruta es vendida sin empacar y en su mayoría sin certificación orgánica. En 2016 las ventas *retail* representaron el 55% del total, las ventas en *food service* el 30%, y las ventas institucionales un 15% (Ulloa, 2016). Los principales puertos por los que ingresa la piña a este mercado son Xiamen, Shangai y Tianjin. El mercado de piña en China se valoró en 188 millones de toneladas y este informe especula que para el 2021 se valore en 225 millones de toneladas.

El precio de la piña varía según su origen. Procomer encontró que en Shangai el precio de la piña de Taiwán es de 3.43 dólares estadounidenses por kilogramo aproximadamente, la piña de Filipinas 1.71 dólares, y la local a 0.76 dólares. En los supermercados gourmet el precio puede alcanzar hasta 8.13 dólares, y en los mercados *online* el precio ronda entre 1.44 dólares para la piña local y hasta 5.52 dólares para la piña importada, estos últimos datos no incluyen los costos de envío.

Costa Rica figura como uno de los principales países exportadores de piña en el mundo. La fruta que produce cumple con estándares internacionales y con los programas de Buenas Prácticas Agrícolas. Hasta la fecha ha incursionado en la mayoría de las regiones del mundo y pretende expandirse aún más. Las empresas productoras y empacadoras han incrementado su capacidad de producción y han innovado los mecanismos de recolección, lavado y empacado.

Con la firma del Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y China se esperaba que las exportaciones se dispararan, y en efecto, así sucedió, pero en una sola dirección, China - Costa Rica. China ha aprovechado la eliminación de obstáculos al comercio en la mayor cantidad de los productos y por su capacidad para producir, ha logrado abastecer fácilmente el mercado costarricense, les ha permitido a los consumidores adquirir productos que antes no estaban a su alcance o no eran producidos en su país, y les ha permitido tener una mayor variedad de productos para elegir a diferentes precios.

Costa Rica, aunque puede aprovechar la eliminación de barreras al comercio, no tiene la misma capacidad para producir y abastecer el mercado chino. Sin embargo, no por eso dejará de experimentar en este nuevo destino. El sector piñero, sin dudar de la calidad de su piña, aceptó someterse a una extensa ronda de negociaciones e inspecciones para ser autorizados a exportar. Por tratarse de un producto agrícola, las autoridades chinas prevén

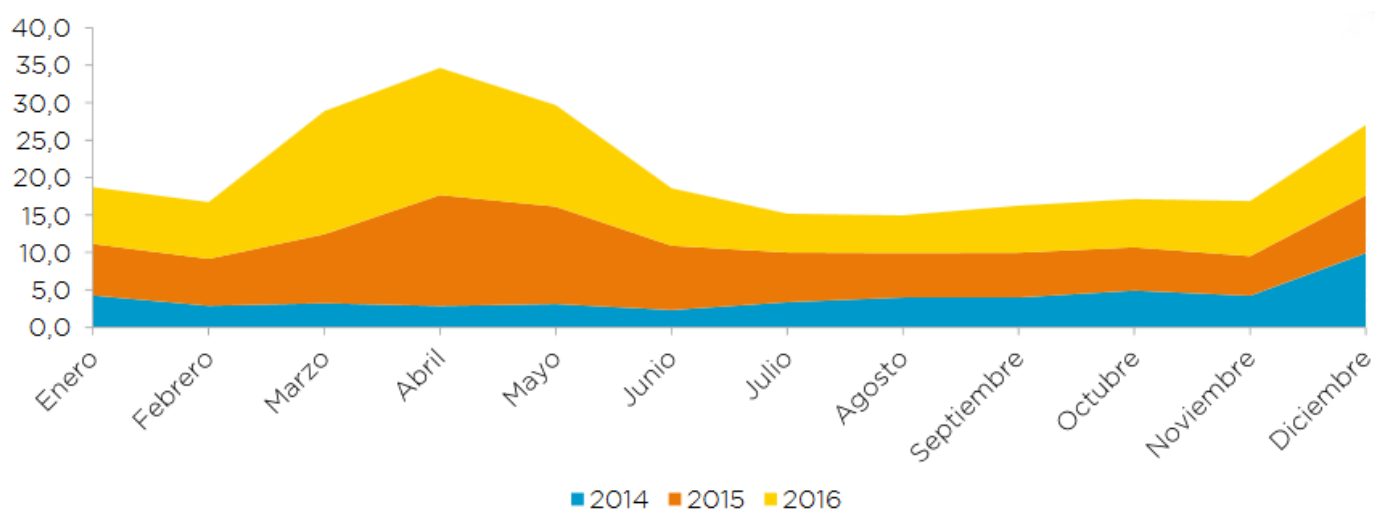
los riesgos que este puede causar en su sociedad, y por tratarse de una potencia mundial, a las autoridades costarricenses y a este sector no les queda otra opción que no sea aceptar las condiciones que las autoridades chinas imponen.

Actualmente, no hay flujo comercial de piña de Costa Rica hacia China. Los empresarios se quejan del burocrático proceso para inscribir la empresa o empacadora en el programa y recibir la aprobación, además, las opciones de transporte son limitadas y los costos logísticos son muy elevados.

La piña de Costa Rica que se exporta a China debe cumplir con una serie de requisitos para ser admitidas por las autoridades. Por ejemplo, los exportadores deben cumplir con el protocolo fitosanitario establecido, el interés por exportar la fruta a este mercado se debe manifestar por escrito al Servicio Fitosanitario del Estado, las fincas en donde se produce la piña deben cumplir con el programa de Buenas Prácticas Agrícolas. Seguidamente, el Servicio Fitosanitario, una vez que apruebe a las empresas a exportar, debe regularmente realizar inspecciones en sus plantaciones para garantizar a las autoridades chinas la calidad y sanidad de la fruta que reciben, las piñas deben ser sometidas a proceso de lavado y de selección para posteriormente ser clasificadas y enceradas, las cajas en las que son empacadas las piñas deben incluir una serie de datos que faciliten la identificación de estas y cada envío debe ser finalmente evaluado mediante un muestreo.

A pesar de los resultados obtenidos hasta la fecha, Procomer proyecta que entre el 2017 y el 2021 las exportaciones de piña a China incrementarán en un 31% en cuanto a peso, y que los meses con mayor flujo serían abril, mayo y diciembre, como ha ocurrido en los últimos 3 años y se observa en la ilustración 13. Se espera que el sector encuentre una solución para que estas especulaciones se conviertan en realidad. El gobierno de Costa Rica apoya y respalda al sector en esta situación, y está dispuesto a colaborar en el desarrollo de una estrategia que les permita a estos productores exportar fácilmente bajo las condiciones exigidas. Esta situación y los avances en la materia se explicará con mayor detalle en los siguientes capítulos.

Ilustración 13. Importaciones de Piña por mes 2014 – 2016



Fuente: Ulloa, 2016, Recuperado de Mercado y Condiciones de Acceso para Piña Fresca en China de Procomer

4.3 PROCESO DE EXPORTACIÓN DE LA PIÑA DE LA ZONA NORTE A CHINA

4.3.1 PRIMERA EXPERIENCIA

En junio del 2017 Costa Rica realizó su primera exportación de piña a China. La piña provenía de Upala Agrícola, Productos Agropecuarios Visa, Piñales del Caribe, y Agrícola Agromonte. Este suceso representó un gran éxito en materia comercial para Costa Rica, ya que este era un destino desconocido por los productores hasta ese entonces.

Gabriela Sandí (2018), antigua Gerente Comercial de Upala Agrícola, presenció cada etapa del proceso. Durante su entrevista, Sandí explicó que, con la firma del Tratado de Libre Comercio, el sector piñero esperaba que fuera fácil exportar la piña a China, pero no fue así. Ambos gobiernos debían reunirse para tratar el tema y acordar los términos bajo los que se harían las exportaciones de esta fruta.

Las autoridades chinas, para realizar un análisis de riesgo, enviaron a una delegación que visitó en dos ocasiones en el 2017 a las 17 empresas que habían solicitado los permisos para exportar la fruta y a sus plantas empacadoras (Jiménez, 2018). En estas visitas, la delegación estaba acompañada por representantes de la Promotora de Comercio Exterior, de las Cámaras, y del Departamento Fitosanitario del Ministerio de Agricultura y Ganadería. La delegación no encontró ninguna amenaza en la producción de estas empresas, ni en sus plantas empacadoras, así que las autorizó a enviar la piña a China.

La única empresa que no fue autorizada inmediatamente a exportar a China fue PiñaFrut por un mal entendido en su mecanismo de aguas en la empacadora. La delegación china emitió su informe sin haber consultado a PiñaFrut sobre el manejo de la presión de agua. El problema fue resuelto rápidamente, ya que la empacadora demostró que su mecanismo de agua es regulado diariamente por computadora.

4.3.2 PROTOCOLO

Ministerio de Agricultura y Ganadería de la República de Costa Rica (MAG) y la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular China (AQSIQ) acordaron un protocolo en el que se detallan los requisitos que deben cumplir las empresas productoras, las empacadoras, y los exportadores costarricenses para exportar la piña a China legalmente.

Según el MAG y AQSIQ (2015) el objetivo del protocolo es fijar los procedimientos que deben cumplir las partes para garantizar un comercio fluido de piña fresca de Costa Rica a China y minimizar el riesgo de las siguientes plagas: *strymonmegarus*, *strymon gabatha*, *elaphria nucicolora*, *dysmicoccus*, *neobrevipes*, *planococcus minor*, *metamasius hemipterus*, *rotboellia cochinchinensis*, *metamasius dimidiatipennis*, *eleusina digitaria* y *physidae*.

El artículo 4 del protocolo señala que las empresas productoras, las empacadoras y los exportadores deben estar registrados en el Servicio Fitosanitario del Estado con su nombre completo, el número de registro y la dirección exacta de la empresa o empacadora.

Este registro debe coincidir con el que las autoridades chinas portan para que no haya ninguna anomalía en el comercio de la piña.

Los artículos 5, 6, 7, 8, y 9 indican que las empresas y empacadoras registradas deben implementar un programa de buenas prácticas que incluya la limpieza de frutas caídas, la eliminación de hojas secas y maleza, y el cumplimiento del manejo integrado de plagas.

El Servicio Fitosanitario revisa quincenalmente en los 100 días previos a la cosecha de la piña el monitoreo de *strymonmegarus* o larvas mariposas y de *elaphria nicucolora* o gusano soldado para evitar la contaminación en la producción. En caso de enviar fruta infectada por estas plagas, China reenviaría la fruta inmediatamente, indicando a las autoridades costarricenses la identificación de los empaques para que se proceda a adoptar las medidas fitosanitarias respectivas en el sitio de producción y en la empacadora.

La *dysmicoccus neobrevipes*, *planococcus minor*, *metamasius hemipterus* y la *metamasius dimidiatipennis* o escarabajo son plagas controladas a través de una inspección visual, desde la fase de plántula, es decir, desde que brotan diminutas plantas de piña, hasta la fase de cosecha de la fruta. En caso de encontrar alguna de estas plagas en la producción se acude a medidas de control químico y biológico.

El monitoreo de *rottbelia cochinchinesis* y *eleusina digitaria* también se realiza desde la fase de plántula hasta la fase de cosecha. Si estas son encontradas en la producción entonces son combatidas con herbicidas y eliminación manual de maleza. Por su parte la *physidae* no es admitida en la piña enviada bajo ninguna circunstancia.

El artículo 10 del protocolo señala que la prevención y control de plagas en las fincas de producción debe ser realizado por técnicos que hayan sido capacitados por el Servicio Fitosanitario de Costa Rica. En las fincas se deben encontrar los registros de monitoreo, prevención, y control de plagas que incluyan el nombre del producto formulado, los ingredientes activos, la concentración de uso de todos los agentes químicos y la fecha de uso.

El artículo 11 exige que el Servicio Fitosanitario inspeccione regularmente el procesamiento, empacado, almacenamiento y carga de piña. La piña debe ser lavada con

agua a alta presión y sumergida en agua clorada a 100ppm durante 25 segundos al minuto, para luego ser seleccionada y separada de la que por motivos fitosanitarios no califica para el envío. Después debe ser encerada y su corona tratada con productos aceptados por las autoridades, inmediatamente es empacada y almacenada para evitar ser re infectada por las plagas ya mencionadas.

El empaque debe ser completamente nuevo, es decir, hecho de un material que nunca antes haya sido usado y que su diseño dificulte que la fruta se infecte de alguna otra amenaza en el tiempo que es almacenada y transportada. Cada caja debe de incluir el nombre científico del producto, el nombre del país productor, el lugar específico de producción, el nombre y número de registro de la empacadora, el nombre y número de registro del exportador. Además, el empaque y la etiqueta de las paletas debe incluir unas letras en chino detalladas en el protocolo

El artículo 12 señala que el Servicio Fitosanitario debe realizar un muestreo del 2% del total de la exportación y cortar un 3% de ese muestreo, para verificar la condición de la piña que se está por enviar. En caso de encontrar alguna anomalía, el envío es denegado por las autoridades correspondientes y devuelto al exportador. En caso de no encontrar ninguna plaga de las mencionadas, entonces se procede con la exportación indicando el número de contenedor y de precinto, y se declara “Este envío está conforme con las regulaciones establecidas en el Protocolo para la Exportación de Piña de Costa Rica a China y está libre de las plagas cuarentenarias de interés de China”.

El artículo 13 y 14 indican que una vez llegada la piña fresca a China, las autoridades chinas deberán revisar la documentación para confirmar que los datos coincidan con los emitidos por las autoridades de Costa Rica. Si los datos no coinciden o si en el envío se encuentra alguna de las plagas mencionadas, entonces la fruta será sometida a los tratamientos fitosanitarios necesarios, devuelta al productor o incluso destruida. En cualquiera de estos casos, China notificará a Costa Rica sobre los hallazgos y el Servicio Fitosanitario deberá investigar las condiciones en las que la piña está siendo producida y empacada. Si estos sucesos se repiten, entonces las autoridades chinas suspenderán la exportación de piña a su mercado, hasta que las autoridades costarricenses garanticen que el problema fue subsanado.

El artículo 15 aprueba el envío de 2 inspectores chinos a Costa Rica para evaluar las fincas y las empacadoras interesadas en exportar piña a China. Los gastos de viaje, alimentación, y alojamiento de los inspectores corre por cuenta de Costa Rica. Basada en el aporte del Servicio Fitosanitario y los informes emitidos por sus inspectores, la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de China aprobará una lista de fincas y empacadoras para que finalmente exporten piña. Si alguna empresa solicita los permisos para exportar a China, entonces deberá cumplir con los artículos anteriores y la lista deberá actualizarse.

El artículo 16 añade la posibilidad de incluir nuevas plagas en el protocolo que debe ser acatado inmediatamente por ambas partes y el artículo 17 señala que, en caso de haber alguna disputa, esta deberá resolverse pacíficamente.

El protocolo fue firmado el 29 de setiembre del año 2015 en la Ciudad de San José en Costa Rica y entró en vigor una vez que fue firmado en los idiomas español, inglés y chino, los 3 textos son igualmente auténticos.

4.3.3 GOODFARMER: CLIENTE CHINO

Goodfarmer es una empresa de capital chino ubicada en Shanghai. González (2018) señaló que esta empresa fue creada en el año 2002 con la intención de convertirse en el máximo proveedor de frutas y verduras en la República Popular China. En la actualidad, Goodfarmer importa y exporta banano, piña, manzana, ajo, jengibre, entre otros. Estos productos son vendidos principalmente a grandes cadenas empresariales del sector alimenticio como Walmart, Vanguard, METRO, FruitDay, Carrefour, RT-MART, TESCO, AUCHAN, y REN REN LE, entre otros. Estas empresas distribuyen los productos en sus supermercados en sus diferentes presentaciones.

Sebastián González, el representante de Goodfarmer en Costa Rica, detalló que la empresa importó a China 101 932 toneladas en el año 2016 y 146 003 toneladas en el año 2017. El mayor volumen de piña importada se dio en los meses de marzo y abril en el 2016 y marzo y mayo en el 2017. La menor cantidad de piña fue importada en julio en 2016 y en

setiembre en 2017. La empresa está realmente orgullosa de sí misma con los logros alcanzados en el mercado de la piña.

Los principales países de los que Goodfarmer importa piña a China son Filipinas y Taiwán. Su evolución ha sido verdaderamente notoria. Se estima que en el año 2014 se importó 2 063 toneladas de piña de Filipinas, 8 541 toneladas en 2015, 15 949 en 2016, y 34 388 en el 2017. Lo que quiere decir que la mitad de toda la piña que importan proviene de Filipinas.

No obstante, debido a la calidad de la piña de Costa Rica, Goodfarmer ha expresado públicamente su interés por comprar piña costarricense y llevarla hasta los supermercados chinos. En el 2017 importó 208 contenedores de Costa Rica desde que los acuerdos con el gobierno chino fueron pactados y la autorización para exportar fue finalmente dada a los productores. El flujo comercial no se ha consolidado por un tema meramente logístico, en el que el tránsito es de 28 días aproximadamente, y la piña pierde su condición saludable y apetecible, y para ser viable, tendrían que haber muchos barcos en puertos y en tránsito, para no afectar el abastecimiento en los puestos de venta. La ruta utilizada fue Puerto Caldera en Costa Rica, escala en Manzanillo en México, y finalmente Shangai en China.

En una ocasión, Goodfarmer se permitió enviar un barco que no hizo ninguna escala, sino que transportó la fruta de Puerto Caldera a Shangai directamente, y obtuvo como resultado 19 días de tránsito. Aunque pareciera ser positivo, no es una verdadera solución, ya que el costo de este barco es muy alto, y le es más rentable a Goodfarmer buscar otros proveedores que ofrezcan piña de la misma cantidad o comprar mayor cantidad de fruta a los proveedores con los que ya cuenta.

La empresa realizó una comparación entre los primeros meses del 2017 y 2018 y encontró un aumento sustancial en la cantidad de contenedores importados. En 2017 se importaron a China 122 contenedores en enero, 146 en febrero y 129 en marzo, y en 2018 143 contenedores en enero, 158 en febrero, y 176 en marzo. Estos datos han motivado a la empresa a diseñar un plan estratégico que le permita incrementar la cantidad de contenedores por semana que se importen. El plan ha especulado 60 contenedores por semana en lo que queda del año 2018, 100 contenedores por semana en 2019 y 120 contenedores por semana en 2020. Los contenedores serían provenientes de Filipinas,

Taiwán y sus otros países proveedores de piña. González espera que se encuentre una solución para que las empresas costarricenses estén incluidas en estos datos emitidos por Goodfarmer.

González (2018) explicó en su entrevista que la única solución que él encuentra es que las empresas nacionales integren una alianza sólida que les permita enviar barcos llenos de sólo piña fresca que puedan satisfacer a los clientes en china y que garanticen un flujo constante de la fruta. Hasta el momento las empresas no han manifestado sus intenciones por trabajar en conjunto como lo hicieron en junio del 2017. Es necesario que la Cámara de Productores y Exportadores de Piña promueva y desarrolle esta idea para que supervise el aporte de cada empresa, además que siembre disciplina y lealtad entre los productores y comercializadores para garantizar el éxito de las operaciones. La alianza es una estrategia en logística para compartir costos y riesgos y una vez llegada la piña a China cada cliente la recoja piña y la distribuya. González asegura que las empresas costarricenses no tienen la capacidad productiva para abastecer el mercado, asimismo que no tienen la capacidad económica para costear un flujo continuo y permanente de piña con un cliente.

Goodfarmer mientras tanto, considerando su plan 2018 – 2020, incrementa la capacidad de su empresa para recibir una mayor cantidad de producto, sus instalaciones están siendo remodeladas para procesar 65 contenedores por semana. Entre sus planes está abrir oficinas oficiales en nuevos países, entre los que Costa Rica está incluido.

4.3.4 ESCENARIO ACTUAL DE LAS EXPORTACIONES DE PIÑA A CHINA

Las expectativas que los emprendedores costarricenses se hicieron con la firma del Tratado de Libre Comercio fueron aniquiladas para muchos sectores. El sector agrícola es el motor económico de Costa Rica desde el siglo pasado y fue uno de los más afectados. El Tratado de Libre Comercio disminuyó o eliminó por completo las barreras al comercio según el producto.

El gobierno de China mostró su interés por los productos agrícolas del país, especialmente por la piña, ya que es muy popular en los mercados internacionales. El sector

piñero de Costa Rica, tomando en cuenta la calidad de su producto y su experiencia con otros destinos comerciales, consideró que esta era una oportunidad para expandirse y tener una variada cartera de clientes, por lo que rápidamente manifestó su interés por exportar a China.

Una vez que finalizaron las negociaciones y se acordó el protocolo fitosanitario, un grupo de empresas con un cliente en común, exportaron por primera vez a China. Según Sandí (2018), las empresas tuvieron que clasificar con mayor cautela las piñas, manipularlas y empacarlas como lo indicaba el protocolo, rediseñar sus empaques para que estos cumplieran con las exigencias de las autoridades chinas, proveer la cantidad de contenedores que cada una había ofrecido para ese envío y esperar su llegada a China.

En esta exportación de prueba las principales preocupaciones de los productores y empacadores eran la deshidratación de la piña durante el tránsito, los daños que el empaque podía sufrir por el peso, degradación de la fruta, el movimiento del buque, el tiempo tan prolongado que estaría el producto en tránsito y la satisfacción del cliente. La fruta sí sufrió daños, algunas piñas se perdieron completamente, muchos empaques se deterioraron o deformaron y el tiempo de tránsito no convenció a los costarricenses.

Para las siguientes exportaciones se intentó prevenir estas cuestiones, pero algunas eran incontrolables. El cliente solicitó la fruta con mayor peso considerando su deshidratación, las empresas perfeccionaron el empaque de la fruta, se dieron indicaciones estrictas a la naviera y a los transportistas para que manipularan y acomodaran las cajas con más cuidado. Pero el tiempo de tránsito era algo que no se podía resolver porque las navieras ofrecen una lista limitada de rutas y los comerciantes quedan a merced de esas opciones. La mejor ruta la ofrecía Maersk con tiempo de tránsito de 28 días, el producto partía de Caldera en Costa Rica, pasando a Manzanillo en México y llegando finalmente a Shanghai en China.

Las exportaciones se realizaron desde junio del 2017 hasta diciembre de ese mismo año. Desde entonces, las empresas se han retirado de este mercado porque no han encontrado una solución. Algunas se han inscrito al programa, han recibido al Servicio Fitosanitario del Estado y han cumplido con el protocolo. Pero mantenerse dinámico en ese mercado es sumamente costoso, ya que, para mantener abastecido al cliente con el

producto, se deben tener contratados varios buques, uno que esté cargando mercancía en el puerto de origen, otro que esté en tránsito, otro que se encuentre entregando el producto en el puerto de destino, y otro que se esté regresando para ser nuevamente cargado. Si a esto se le suman las pérdidas que se tiene por viaje, es fácil deducir que no es rentable el negocio.

Además de esto, el sector piñero no tiene la capacidad para producir tanta fruta. Las empresas ya tienen contratos con clientes de otros países y no tienen suficiente producto para enviar con tanta frecuencia a China. Ni siquiera eliminando los contratos con sus clientes, podrían abastecer el mercado chino. Quizás podrían abastecer una pequeña ciudad de China, pero omitir a los clientes que ya tienen por uno solo, y considerando lo riesgoso y costoso que es mantener el negocio con este único cliente, no es ganancia.

Filipinas y Taiwán visualizaron la amenaza que podía representar Costa Rica en un mercado que tienen completamente controlado. Sin perder nada, disminuyeron el precio del producto y esta baja fue un detonante para que los costarricenses abandonaran el negocio. No había manera de que Costa Rica compitiera con estos países en precio. Además, el arancel que se le aplica a la importación de piña de Filipinas es de un 0% mientras que el arancel que se le aplica a la piña de Costa Rica es de un 6% (Ulloa, 2016). Este es un caso en el que la mínima cantidad equivale a una notable diferencia.

Actualmente, el precio continúa aún muy bajo y no ha habido manera de que alguna naviera acceda a abrir una ruta directa en Costa Rica y China para reducir a 19 días el tránsito de la fruta y los riesgos en la exportación. Sin eso, Costa Rica tampoco podrá competir con los 5 o 6 días que tarda la piña de Filipinas y Taiwán en llegar a China. Todo lo anterior deja claro que a la fecha no hay ninguna empresa del país enviando piña a la República Popular China y que no se percibe ninguna iniciativa para encontrar la solución a este problema.

4.4 NORMAS Y CERTIFICACIONES

4.4.1 MARCA PAÍS

Ser “Esencial Costa Rica” no es un requisito para exportar a China. Sin embargo, para los empresarios costarricenses representa un gran orgullo llevar la marca país en sus empresas y productos. La marca país es una herramienta de mercadeo que sirve para diferenciarse en mercados internacionales. Su historia se remonta al año 2008 cuando se evaluó la percepción del país en 79 países (Esencial Costa Rica, s.f.). El estudio reveló que Costa Rica es visto como un país verde. La marca debía promover la cultura costarricense, impulsar el turismo y las exportaciones, y atraer inversión extranjera directa.

En el 2011 se creó la marca país Esencial Costa Rica que requirió de dos etapas para ser identificada en el mercado nacional e internacional. Esta marca resalta el color verde que representa la biodiversidad y el desarrollo sostenible. La palabra Esencial es escrita a mano alzada para simbolizar el rasgo humano, la topografía y el extremo derecho representa el progreso del país, y las palabras Costa Rica están escritas en letra de bloque sólido que hace referencia a la solidez y seguridad. Para el manejo de la marca se creó un comité interinstitucional conformado por la Promotora de Comercio Exterior, Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo, Ministerio de Comercio Exterior, Ministerio de Relaciones Exteriores y el Instituto Costarricense de Turismo.

Existen cinco guías de evaluación por excelencia, innovación, origen, progreso social, y sostenibilidad, que señalan los requisitos para adquirir la marca país. La guía de excelencia obliga a las empresas a añadir un valor agregado a sus productos, que se vea plasmado el ingenio costarricense y la calidad de lo producido. La guía de innovación pretende transformar continuamente a las empresas para que no queden rezagadas en el mundo dinámico de hoy. La guía origen establece un vínculo entre el producto, la empresa y el país. La guía de progreso social calcula la capacidad de la empresa de impulsar a su personal para que desarrollen mejores sus tareas y tener mejores condiciones de vida. Por último, la guía de sostenibilidad promueve el progreso de la empresa siempre que esta

respete el medio ambiente y no comprometa el futuro de las siguientes generaciones con malas gestiones sociales y financieras.

Hasta la fecha se contabilizan 272 empresas con la licencia de marca país (Esencial Costa Rica, s.f.). De las 5 empresas que se tomaron en cuenta en esta investigación, Verita Tropicals Costa Rica, Upala Agrícola, y Agromonte S.A. adquirieron la marca país.

4.4.2 NORMAS ISO

ISO es una empresa no gubernamental e independiente, integrada por 161 organismos nacionales de normalización (ISO, s.f.), que emite lineamientos que garantizan la calidad de los productos y servicios ofrecidos por las empresas. La historia de esta institución se remonta al año de 1946, cuando un grupo de personas se reunieron en Londres a discutir sobre estándares industriales. Al día de hoy se han publicado 22 172 normas ISO relacionadas con casi todas las industrias.

El nacimiento de estas normas se da cuando un grupo de personas en representación de un sector, una industria o de los consumidores solicitan a su miembro nacional de normalización, un nuevo estándar. Este miembro presenta la solicitud ante ISO para que este la apruebe y ordene la colaboración del comité para crearla. En Costa Rica, el miembro nacional es el Instituto de Normas Técnicas de Costa Rica, que funciona como un organismo independiente, sin fines de lucro, con representantes en el sector público y privado del país. Los comités técnicos de ISO son quienes diseñan el estándar solicitado con la participación de expertos en la materia que toman en cuenta a todas las partes para lograr un legítimo consenso.

De las empresas consideradas en esta investigación, las que han recibido la certificación de ISO es Upala Agrícola S.A con la norma 14 001, y Agromonte.

4.4.3 GLOBAL G.A.P

Global G.A.P es un sistema de certificación independiente que nació en 1997 en Europa para garantizar las buenas prácticas, el bienestar de los empleados y de los animales, y el impacto ambiental (Global G.A.P, s.f.). Los empresarios europeos estuvieron de acuerdo con la creación de este sistema ya que no se estarían sometiendo a continuas auditorías en las que se les evaluaba con diferentes criterios.

De acuerdo con su sitio web (s.f.), Global G.A.P se ha extendido a 125 países en los que ha certificado 600 productos fabricados por 188 000 empresas. El sistema no tiene oficinas en cada uno de los países en donde se ha extendido, por lo que contrata inspectores de otros organismos de certificación con la capacidad de realizar las evaluaciones. En Costa Rica los auditores contratados pertenecen al Ente Costarricense de Acreditación, en China al CNAS, y en Taiwán al Taiwán Accreditation Foundation.

El sistema ofrece tres tipos de certificación. La primera y la tercera denominadas Local G.A.P. GLOBAL G.A.P + Add-on respectivamente, que ofrecen soluciones personalizadas a sus miembros. La segunda, GLOBAL G.A.P, divide sus normas y programas en materia de cultivos, de acuicultura, y de producción animal.

Para obtener esta certificación se debe descargar de la página web la documentación en la que se indican las normas que son aplicadas por el sistema para verificar si la empresa se encuentra en ese momento cumpliendo o no con lo que se solicita. Luego se procede a contactar a un asesor formado y aprobado por GLOBAL GAP que colabore en la preparación para la auditoría y a contactar al organismo de certificación más cercano para que envíe al inspector a realizar la gestión. Con visto bueno del inspector, se recibe la certificación GLOBAL G.A.P.

4.5 EMPRESAS

4.5.1 VERITA TROPICALS COSTA RICA

Verita Tropicals Costa Rica es una ramificación de la empresa ÍDEAL TARIM ÜRÜNLERİ TIC de Turquía nacida en 1997 (Sánchez, 2018). Verita no produce piña, únicamente la comercializa, es decir, encuentra clientes en el exterior y consulta a sus proveedores la posibilidad de enviar la cantidad de piña solicitada. La oficina se ubica en Ciudad Quesada de San Carlos y se encuentra a cargo del único empleado permanente con el que cuenta la empresa, el Sr. Alonso Sánchez Salazar, quien trabaja desde el 2012 con Verita. Esta empresa fue fundada en el 2011 por el Sr. Suleyman Zeki Birincoiglu y su sobrino el Sr. Mert Buke, quienes notaron que era una fruta poco conocida en el mercado turco, pero muy apetecida en otros mercados.

La misión de la empresa es “proporcionar y suministrar al mercado euroasiático la mejor piña variedad MD-2 producida bajo las normas internacionales de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes”. La visión es la empresa es “ser una empresa líder en la exportación de piña variedad MD-2 en el mercado euroasiático, a través de la comercialización y producción de fruta de primera calidad, para situarnos como una de las empresas de más rápido y mejor crecimiento a nivel nacional”. El logo es “Verita Costa Rica” y el Slogan es “Young, Dynamic, Modern”.

Verita es una empresa líder en la exportación de piña a Turquía. Su principal competidor es la empresa Creeffield que también es de origen turco. Sin embargo, la diferencia entre ambas radica en que Creeffield exporta el producto a supermercados u otros puntos en donde es directamente vendido a los consumidores, mientras que Verita vende la piña en el mercado mayorista. Los principales distribuidores de Verita con Macro Center, MOPAS, Carrefour, Tazemasa, METRO, Taze irekt, Reaí, Özkuruslar, Kaylar, Cagri, Sanlik Süpermarket, Gourmet Garage, entre otros. Su principal proveedor en Costa Rica es Piñalbo, ya que produce una piña de excelente calidad, pero también cuenta con Upala Agrícola, Agromonte, Pineapple Company y La Lidia como proveedores.

Los contactos en el exterior son fácilmente adquiridos, ya que los empresarios principales residen en Turquía. No obstante, Alonso Sánchez, el representante de la empresa en el país, es quien asiste a las ferias internacionales para encontrar nuevos clientes a los cuales venderle la piña costarricense. Sánchez (2018) mencionó haber asistido al menos en cinco ocasiones a la FruitLogística en Alemania en donde se ha dado a conocer y ha considerado a muchos clientes de todas partes del mundo para negociar.

En la entrevista realizada a Sánchez, explicó que, para exportar a Turquía, Verita contrata a Maersk para transportar la mercancía por vía marítima utilizando la ruta Limón en Costa Rica, Malta en el Mediterráneo, y finalmente Estambul en Turquía. La travesía tarda aproximadamente 24 días sin considerar ningún tipo de atraso o equivocación. El transporte interno en Costa Rica es pagado por Verita a transportista de confianza que ha acompañado a la empresa desde su nacimiento, y el transporte interno en Turquía corre por cuenta de los compradores.

La empresa negocia comúnmente con un Ex Work, no asegura su mercancía y el medio de pago frecuentemente acordado es un 50% del monto por adelantado y el otro 50% restante se entrega cuando el barco zarpa. Considerando que Verita no produce la piña, entonces las certificaciones que presenta en donde corresponde es la de las empresas proveedoras. No obstante, la empresa cumplió con los requisitos y cuenta con la marca país “Esencial”. Cuando hay poco movimiento en el mercado Verita envía semanalmente 4 contenedores a Turquía solamente y cuando el mercado está más activo envía hasta 14 contenedores por semana. Cada contenedor alberga 1600 piñas aproximadamente, en cada caja de cartón se incluyen de 9 a 10 piñas según el tamaño y el peso, ya que las cajas soportan un peso neto de 12 kilos, y el pallet sobre el que van las cajas durante el traslado es de madera. Verita envía la piña tal cual, sin ningún tipo de transformación, ya que está siendo conocida en el mercado por un sistema de pelado especial que elimina la cáscara y el centro de la ruta, es decir, el cliente en los puntos de venta recibe la fruta lista para ser consumida. Es por esta razón que la piña solicitada por los turcos de un tamaño relativamente pequeño para acoplarse a la máquina que realiza esa función.

Turquía es un país que se ubica en los Balcanes entre el continente europeo y asiático, su capital es Ankara, pero suele confundirse con Estambul por ser la ciudad más

poblada. En este país predomina la religión musulmana, lo que explica el comportamiento del mercado y su efecto en el pedido de contenedores a la empresa. De acuerdo con el calendario musulmán, por ejemplo, en el noveno mes quienes profesan esta fe deben practicar el Ramadán, el cual establece ayunar durante el día y comer únicamente por la noche, para agradar a su profeta. Es en estas fechas en las que la venta de piña disminuye sustancialmente y los clientes solicitan poco producto para abastecer el mercado.

Lo anterior podría considerarse como una barrera al comercio, ya que de alguna manera puede verse como una inestabilidad comercial. La empresa verdaderamente no sufre pérdidas porque solamente comercializa la fruta, no la produce, así que compra a los proveedores lo que los clientes le solicitan. En Turquía el idioma oficial es el turco y la moneda la lira turca. Sin embargo, con los clientes se pacta en dólares, y las traducciones al turco según lo solicitan las aduanas de Turquía fueron fáciles de realizar tomando nuevamente en cuenta que los propietarios de la empresa residen en este país.

En las ferias internacionales a las que Sánchez asiste, muchos empresarios chinos se han acercado a él interesados en la fruta de Costa Rica. Este es un mercado al que Verita aún no exporta por las exigencias que el gobierno chino acordó con el gobierno costarricense. En Verita se considera muy tedioso el proceso administrativo para exportar y la logística para llegar a China no es para nada sencilla. La empresa puede cumplir con los requisitos que en China solicitan, pero tendría que renegociar con sus proveedores los términos y las condiciones de la piña, así como con las empresas que le proveen las cajas de cartón y diseñan las etiquetas, para acoplar todo eso al protocolo. El mercado chino es sumamente grande y para abastecer el menos una pequeña parte habría que tener una flotilla de barcos en diferentes puertos y rutas al mismo tiempo, la mayoría de las empresas de la zona Norte no tienen la capacidad económica para lograrlo.

4.5.2 UPALA AGRÍCOLA S.A.

Upala Agrícola S.A. es una empresa costarricense ubicada en Upala de Alajuela. Fue fundada en 1996 y adquirida en 2008 por un grupo de empresarios liderados por

Alfredo Volio (Upala Agrícola, s.f.). Actualmente, es una empresa líder en la producción, empaque y comercialización de piña fresca. La empresa cuenta con una extensión de 2 000 hectáreas aproximadamente para realizar sus operaciones.

La misión es ser una empresa productora, procesadora y comercializadora de piña fresca, que ofrezca a los clientes un producto que cumpla con los más altos estándares de calidad e inocuidad, dentro de un marco de desarrollo sostenible, respeto por el medio ambiente y el personal, y apoyo a las comunidades vecinas. La visión es ser una empresa que líder en la producción y comercialización de piña fresca, que cuenta con prácticas agrícolas sostenibles y que satisface al cliente.

Se especializan en la producción de piña MD2 GOLD popularmente llamada Piña Dorada o *Golden Pineapple*. Esta piña es sumamente jugosa y dulce, es muy llamativa por su color amarillo en el exterior y más cremoso en el interior, además, tiene un aroma muy agradable, es la favorita de la mayoría de los consumidores en el mundo. Upala Agrícola la produce en tamaños que van del 5 al 10, es decir, de 5 a 10 piñas por caja, lo que le permite al cliente y a los consumidores elegir según sus gustos y necesidades. Si el cliente lo solicita, se vende con o sin corona.

La empresa en su sitio web, señala que, para el empaque de la piña, tiene dos plantas empacadoras, en donde clasifica la fruta con calibradores de peso. Asimismo, cuenta con un sistema de frío en área de empaque, con túneles de preenfriado y cámaras de almacenamiento para garantizar la conservación de las piñas, hasta que estas sean cargadas y enviadas a su destino.

Los principales destinos a los que exporta Upala Agrícola son Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, España, Francia, Holanda, Alemania, Grecia, Italia, Turquía, entre otros. Los clientes son en su mayoría cadenas de supermercados. Comúnmente, se vende la fruta en su presentación original, pero si el cliente se interesa por alguna otra presentación entonces la empresa procura satisfacerlo.

Upala Agrícola (s.f.) es certificada por GLOBAL GAP, Bristish Retail Consortium, ISO 14 001, PRIMUS LABS, y Rainforest Alliance. Estas certificaciones son prueba del esfuerzo que ha hecho la empresa hasta en la actualidad por desarrollar su actividad

respetando el medio ambiente, las normas y estándares de calidad nacionales e internacionales, y el sano desarrollo del personal, sus familias y la comunidad en la que se localiza Upala Agrícola.

Para encontrar nuevas oportunidades de negocio, Upala Agrícola participa en ferias internacionales en donde encuentra posibles clientes de países a los que aún no incursiona y también de países en los que ya exporta fruta, pero en otras ubicaciones geográficas, más específicas. Además, Upala Agrícola, a diferencia del resto de empresas consideradas en esta investigación, es la única empresa que ha creado una marca propia. UPALA GOLD es sin duda uno de los mayores logros de esta empresa y ya es conocida en Turquía, España y Francia.

Sandí (2018) la antigua Gerente Comercial de la empresa, comentó que la empresa exporta bajo el término comercial Ex Work o Free on Board, principalmente con las navieras Maersk, Hapag Lloyd, y APL, y de acuerdo con el destino, los tiempos de tránsito rondan los 15 o 24 días.

Upala Agrícola formó parte del primer grupo de productores costarricenses que exportaron piña a China en junio de 2017. Upala Agrícola aportó 31 contenedores del total que se enviaron en esa ocasión. Consecuentemente, sufrió las mismas pérdidas que el resto de las empresas. El cliente era Goodfarmer y aunque se maneja una amistosa relación, no se han visto verdaderos frutos a nivel comercial. Upala fue una de las empresas visitas por la delegación china para hacer la inspección pertinente, cumplió impecablemente con todo lo que en esa visita se le solicitó y estuvo en la primera lista de empresas autorizadas a exportar a China. Estuvo exportando de junio del 2017 hasta diciembre de ese mismo año, y no ha vuelto a hacerlo. No tiene intenciones de regresar a ese mercado hasta que el sector, las autoridades o las navieras encuentren una solución, y ofrezcan una fórmula que posibilite menos días de tránsito y menos costos logísticos.

4.5.3 AGROMONTE S.A

Agromonte S.A. es una empresa costarricense dedica a la producción, y comercialización de piña. Agromonte empezó a operar en el año 2004, según lo indica en su sitio web (s.f.), luego de haber vendido la empresa Costa Royal de Frutas Tropicales. Su actual Gerente de Proyecto es el Sr. Gustavo Zamora. Esta empresa cuenta con una extensión de tierra de 2 412 hectáreas en la zona Norte del país, específicamente en los distritos de Boca Arenal y Muelle en el cantón de San Carlos. Unas 400 hectáreas aproximadamente son ocupadas por humedales, bosques, ríos y lagos, y el resto de terreno por piña fresca.

Durante décadas estas tierras fueron utilizadas para producir caña de azúcar, naranja, y yuca. Pero con el auge de la piña en el país, se decidió utilizar la tierra para producir única y exclusivamente piña. Los buenos resultados de la producción de piña motivaron a la empresa a instalar en el 2005 una planta empacadora con capacidad de empacar hasta 400 contenedores por mes. La planta cuenta con cámaras de frío para conservar la fruta mientras está almacenada esperando a ser transportada al cliente al que se le vendió, cuenta con tecnología de primera calidad que facilita el desarrollo de esta actividad y agiliza cada procedimiento.

Además de esto, el factor humano es reconocido por la empresa como la clave para que el desarrollo de la actividad se realice con éxito, que los recursos se aprovechen completamente y que exista una menor probabilidad de pérdida. Por eso, la empresa creó una Asociación Solidarista y un Arreglo Directo, que estimula y apoya a sus colaboradores de campo, planta y oficinas. Así como la empresa invierte en maquinaria innovadora para maximizar la producción, también invierte en sus instalaciones para que el ambiente de trabajo sea sano y agradable para su personal, en equipos en caso de que alguno de ellos sufra un accidente, y desde sus inicios implementa políticas que respeten la calidad de vida de todos sus integrantes y las leyes del país.

Con el objetivo de apoyar a las comunidades vecinas, Agromonte recibe piña de pequeños productores independiente y la vende junto con la que produce. Las exportaciones se hacen principalmente a Europa y a Estados Unidos. La piña producida por

Agromonte es *pineapple gold*, la cual se describió anteriormente, y al igual que Upala Agrícola. Esta empresa cuenta con sus propias marcas, DULDE GOLD y AGROMONTE, las cuales evidencian el esfuerzo que el equipo Agromonte ha hecho hasta la fecha.

La misión de la empresa, según lo indica en su sitio web, es ser una empresa que produce y exporta piña certificada en el mercado nacional y en los mercados internacionales, utilizando tecnología de punta en su producción, apoyando a los colaboradores, sus familias, y las comunidades vecinas. La visión consiste en ser una empresa líder que produzca piña en grandes cantidades, de excelente calidad, en el sector piñero del país, que supere las expectativas de los clientes nacionales e internacionales e incursione en nuevos mercados. Agromonte está certificada por GLOBAL GAP, Rainforest Alliance, PRIMUS GFS, y cuenta con la marca país Esencial Costa Rica.

Con más de una década de trabajo, la empresa ha obtenido logros inimaginables. Por ejemplo, centenares de familias de Boca Arenal, Muelle, Platanar, Santa Rosa, y Cerro Cortés de Aguas Zarcas viven del trabajo que les ofrece Agromonte. Aproximadamente, 45 pequeños productores de Pital, Guatuso y Sarapiquí entregan semanalmente de 20 a 35 contenedores a esta empresa y están incluidos en esas familias que recientemente se mencionaron. Un 70% de los empleados son hombres y el otro 30% son mujeres, y se les proveen todas las garantías sociales, capacitaciones periódicas, y actividades recreativas. Como agradecimiento por la buena labor que realizan, Agromonte ha colaborado en muchas causas sociales y es responsable de la construcción de caminos, escuelas, acueductos, centros de salud, iglesias, y casas para personas de escasos recursos.

Además, para reducir costos, y ser más eficiente, ha adquirido maquinaria de última tecnología, un equipo computarizado que clasifica la piña según su peso, modernas cámaras de refrigeración, sistemas de aplicación de ozono para purificar la fruta, fumigación de suelos con productos especiales, cuenta con tractores y cosechadoras que facilitan el trabajo de campo. En materia de medio ambiente, Agromonte realiza una serie de prácticas que le permiten conservar las extensiones de tierra en buen estado, previene la propagación de plagas, y utiliza razonablemente los residuos para preservar el medio ambiente. Entre estas prácticas, las más sobresalientes son la no utilización de plaguicidas en las plantaciones, la no realización de quemas, y el no riego de herbicidas sobre el cultivo. Con los mismos

objetivos realiza un estricto tratamiento de residuos de la fruta y de chapeas regulares en la finca.

Agromonte integró en junio del 2017 el grupo de empresas que exportaban por primera vez a China. Sufrió las mismas pérdidas que el resto de las empresas. Actualmente, no se encuentra exportando a China. No ha manifestado desde entonces interés por regresar a este mercado. Al contrario, ha perfeccionado los envíos a los clientes en Estados Unidos y Europa. Si en algún momento, alguna naviera ofreciera una ruta directa entre ambos países con tarifas razonables, posiblemente intente establecer un flujo comercial regular con China, pero si no es así, es muy difícil que la empresa diseñe alguna estrategia para incursionar en este mercado.

4.5.4 PRODUCTOS AGROPECUARIOS VISA S.A.

Productos Agropecuarios Visa es una empresa costarricense ubicada en Pital de San Carlos. Según su sitio web (s.f.), el nombre de la empresa proviene de la abreviatura de los apellidos Villalobos y Salas, los que corresponden a los de sus fundadores, quienes empezaron la labor de Visa en 1989. Visa inició con la producción de yuca, malanga, coco, eddoes, ñame, jengibre, plátanos, y chayotes. Fue en 2002 cuando incluyó la piña entre sus cultivos y extendió su alcance comercial a otros países. Actualmente, cuenta con 1 300 hectáreas aproximadamente para desarrollar las actividades de campo y 2 500 metros cuadrados para la maquila y el empaque de los productos.

El sitio web de Productos Agropecuarios VISA (s.f.) señala que su misión es ser una familia empresaria que fomente el desarrollo de negocios que procure el beneficio suyo, de sus colaboradores, la comunidad y el ambiente. Su visión es ser una familia empresaria que impulsa los negocios con clientes nacionales e internacionales manteniendo el balance entre el éxito de la empresa y el bienestar de su equipo.

La piña que VISA produce es de excelente calidad y ha sido bien acogida por los mercados internacionales. A diferencia del resto de empresas consideradas en esta investigación, VISA produce esta fruta en diversas presentaciones. La piña se entrega en su

presentación original, orgánica, con o sin corona en cajas de 10, 12, 13, 16, 18, y 23 kilogramos. También se vende como piña congelada, deshidratada, y orgánica deshidratada. Los principales destinos a los que se exporta son Norteamérica, Europa, Asia y el Caribe.

Debido a su esfuerzo y dedicación, Productos Agropecuarios Visa ha recibido reconocimientos que premian su buena labor. De acuerdo con su sitio web (s.f.), en 2013 la empresa recibió el Premio Innovación de Mercadeo de Procomer, en 2014 recibió el Premio al Esfuerzo Exportador en la categoría Agrícola de Cadexco y en 2015 el Premio al esfuerzo en el cumplimiento de las normas socio ambientales del Sistema de Gestión de parte de Canapep. Esta empresa es certificada por GLOBAL GAP, TESCO NURTURE, Ethical Trading Initiative, y M&S Field to Work. Estos reconocimientos y estas certificaciones evidencian la calidad de la producción de VISA y motivan a la empresa a extender su alcance comercial.

La empresa fue parte del primer grupo de exportadores de piña a China en el 2017. Al igual que los demás empresarios, abandonó el mercado chino por las mismas razones que ellos; la cantidad excesiva de días de tránsito, la degradación de la piña durante su traslado, la falta de opciones de rutas que ofrecen las navieras y los costos tan elevados que implica mantener un flujo comercial permanente. VISA no ha excluido a este mercado, pero por el momento, no se encuentra exportando piña hacia él, espera que el sector o las autoridades encuentren alguna solución a esta problemática y considera que mientras eso ocurre, los productores nacionales se están perdiendo de una gran oportunidad comercial.

5. CAPÍTULO V: DISCUSIÓN Y ANÁLISIS

5.1 ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

La actividad agrícola es el motor económico de la República de Costa Rica. A lo largo de su historia, los agricultores han sabido producir frutas y verduras de alta calidad. El país ha tenido varios productos populares en los mercados internacionales. En la actualidad, el más reconocido es la piña.

La piña de Costa Rica se produce en varias regiones del país. En los sitios en los que su auge ha sido mayor es en la región Huetar Norte y en la región Huetar Atlántica. Allí hay miles de hectáreas utilizadas exclusivamente para su producción. Esta actividad ha garantizado el crecimiento económico y el desarrollo social de las comunidades mediante la implementación de plantas productoras y empacadoras, y el ofrecimiento de cientos de empleos.

Agradecidos por la fidelidad de sus empleados y por la tierra fértil, los productores se han preocupado por las condiciones de vida de su gente y de las posibilidades existentes en sus pueblos. Por tal razón, han colaborado en la construcción de calles, escuelas, iglesias, y casas, participan en donaciones que tienen como fin ayudar a personas de escasos recursos, y organizan actividades recreativas para la distracción y unión de las familias.

En el caso de la región Huetar Norte, las fincas productoras y las plantas empacadoras se ubican en los cantones de San Carlos, Guatuso, Upala y Los Chiles. Algunas de las empresas son Upala Agrícola, Productos Agropecuarios Visa y Agromonte. Estas son experimentadas y certificadas por el buen desempeño en la actividad piñera y cuentan con experiencia en los procesos de exportación. Desde que nacieron, estas pequeñas y medianas empresas han innovado sus mecanismos de producción y de empaque para ser más competitivos que sus rivales.

La piña que se produce en Costa Rica es exportada comúnmente a Estados Unidos, Europa, Centroamérica y América del Sur. El medio más utilizado para su transporte es la

vía marítima, ya que además de abaratar los costos, permite enviar grandes cantidades de mercancía por viaje.

Con la firma del Tratado de Libre Comercio entre la República de Costa Rica y la República Popular China, este sector esperaba encontrar una oportunidad para incursionar en este mercado con un trato preferencial. Sin embargo, a pesar de ser considerado en el acuerdo comercial, las expectativas no fueron cumplidas. El arancel para su producto fue desgravado hasta que el Tratado cumplió 5 años de haber entrado en vigor y no fue de manera inmediata como posiblemente lo esperaban.

Además, por tratarse de un producto agrícola, las autoridades chinas debían hacer inspecciones que aseguraran la correcta producción y manipulación de la fruta, para autorizar su entrada a su país. Se diseñó entonces un protocolo en el 2015 que establece puntualmente los requisitos que los exportadores, las fincas y las empacadoras deben cumplir. Lo anterior con el fin de identificar la piña en el país de destino y tener certeza de que la población china no se vea perjudicada por una amenaza de plagas o enfermedades que estas puedan desatar.

Una vez diseñado el protocolo, las autoridades costarricenses y las cámaras contaban con una lista de empresas que habían manifestado sus intenciones de enviar la piña a China. La delegación china hizo una visita posterior a la firma del protocolo para evaluar las condiciones de la tierra, los mecanismos de manipulación, las cámaras de almacenaje, el transporte utilizado, las certificaciones con las que estas unidades cuentan y finalmente la documentación.

Las visitas fueron realizadas por el Servicio Fitosanitario del Ministerio de Agricultura, la Promotora de Comercio Exterior, la Cámara de Exportadores de Costa Rica, la Cámara de Productores y Exportadores de Piña y las autoridades chinas. De una lista de 17 empresas, 16 fueron aprobadas de manera inmediata, solo 1 de ellas sufrió un atraso en su aprobación, por un mal entendido en el sistema de aguas en su planta empacadora.

Con la autorización y un cliente en común, Goodfarmer, las empresas se preparaban para su primera exportación a la República Popular China. Cada una de ellas adaptó su

mercancía a las exigencias del protocolo y se comprometió con una cantidad de mercancía para llenar el buque.

En junio del 2017, se hizo efectiva la primera exportación. La fruta tardó un poco más de 30 días en llegar hasta su destino y no llegó en las condiciones que se esperaba. La cantidad de días en tránsito maltrató a la fruta de diversas maneras. Sin embargo, el cliente estuvo satisfecho con el producto recibido y las empresas, esta vez por separado, continuaron enviando piña a China.

El flujo comercial murió en diciembre del 2017. El costo de la logística es sumamente elevado y las empresas costarricenses no tienen la capacidad para sostener sus relaciones comerciales con los clientes en China a ese precio. Para abastecer regularmente el mercado debe haber un buque cargando mercancía en puerto de origen, otro de camino hacia China, otro descargando mercancía en puerto de destino y el último regresando a Costa Rica. Sin duda alguna, el costo de estas 4 naves es muy elevado y es más rentable para los productores y comercializadores de la fruta, invertir este dinero en exportar a otro destino en el que los riesgos son menores y el tiempo de tránsito es tal vez una semana y no exija tantas contrataciones.

Además, la cantidad de días afecta mucho a la piña, esta debe ser enviada en una etapa específica de su ciclo de vida para calcular que cuando esté llegando a China se encuentre en el punto exacto para ser consumida, también debe ser comprada por los clientes en un peso superior al que es vendida, ya que el traslado la deshidrata y la hace perder peso. En las primeras exportaciones, que sirvieron de experimento, el cliente perdía producto porque el peso de las cajas no era debidamente calculado, las cajas caían al suelo o unas aplastaban a otras, y la fruta llegaba desintegrada completamente.

En la actualidad, las empresas no exportan a China. Las empresas que ingresaron a la lista después del primer grupo han debido someterse a las inspecciones que ahora no hace una delegación china, sino el Servicio Fitosanitario del Estado, el cual después de las negociaciones adquirió la responsabilidad de visitar semanalmente a todas las empresas con autorización para exportar a China para garantizar las buenas prácticas agrícolas y el estado de las instalaciones y la frecuente capacitación del personal. Estas empresas realizaron

quizás 2 o 3 exportaciones hasta llegar a las mismas conclusiones que las primeras, que no se puede exportar a China, es insostenible una relación comercial bajo esas condiciones.

Hasta la fecha existen dos posibles soluciones. La primera es que una naviera ofrezca una ruta directa entre Costa Rica y China. Lamentablemente no lo han hecho porque no tienen clientes fijos en China que envíen mercancía a Costa Rica regularmente y no es negocio para las navieras enviar buques llenos y regresarlos vacíos, así que hasta no tener clientes que exploten ambos viajes, no ofrecerán la conexión directa. La naviera con la que más se ha tratado el tema es APL, pero los esfuerzos han sido inútiles, por la razón previamente mencionada. Quizás si se establece un canal de comunicación con otros sectores del país que importen productos de China se pueda negociar con las navieras. Pero esa estrategia no se ha puesto en marcha aún.

La otra posible solución es que las empresas del sector piñero coordinen para que realicen las exportaciones en conjunto, como la primera vez y compartan los gastos. Tal vez así, resulte más rentable el negocio, mientras otras soluciones aparecen, hacen presencia en el mercado chino y buscan otras oportunidades para enviar el producto en otras presentaciones, que ya sean aceptadas por las autoridades chinas o que estén por serlo. En este sentido, es necesario considerar que cada producto y sus diversas presentaciones deben ser evaluados por separado, equivalen distintas negociaciones y diferentes términos. Una alianza formada por empresarios responsables y comprometidos podría ser muy exitosa y ser un ejemplo para las otras áreas productivas del país.

Sin realizar exportaciones y con dos posibles soluciones que no están siendo trabajadas por ninguna de las partes, es probable que la situación no mejore en los próximos años. Mientras algo sucede, el sector piñero del país está intensificando sus relaciones con clientes de otras partes del mundo y busca incursionar en mercados más cercanos, hablando en términos geográficos, al país. Además, aprovechan sus relaciones para aprender de nuevas prácticas y adquirir maquinaria moderna que mantenga o incremente la calidad de la piña que producen.

6. CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

Con la inexistencia de las economías cerradas, el comercio internacional es una necesidad de todos los países. Por lo tanto, que este sea debidamente regulado es un interés de absolutamente todos los que integran la comunidad internacional, para evitar la deslealtad y garantizar la transparencia en su desarrollo. Es obligación de cada gobierno simplificar los mecanismos aduaneros y capacitar a sus productores y comercializadores para que estos puedan participar en otros mercados y para que a su mercado llegue mercancía no producida en su país. Solo así podrían burlar la distribución desigual de recursos y lograr una relación ganar – ganar con sus amigos vecinos.

El primer objetivo planteó reconocer el paso a paso para realizar una exportación efectiva. La Promotora de Comercio Exterior figura como herramienta fundamental en la capacitación de los productores y comercializadores de Costa Rica. Es esta institución la que da toda clase de información y la que imparte cursos para que los costarricenses se desenvuelvan con fluidez en el exterior.

Además, prepara a los nuevos exportadores con la documentación que es solicitada por las aduanas para que estos no sufran retrasos en el envío de su mercancía o pérdidas. Los documentos obligatorios que se deben presentar son el registro como exportador, la factura comercial, la lista de empaque, el manifiesto de carga, el conocimiento de embarque, la declaración única aduanera de exportación y el certificado de origen. Los documentos adicionales que pueden ser requeridos son el contrato de compra venta, los papeles de la póliza, y las cartas con instrucciones para el transportista y la naviera.

Igualmente, Procomer advierte a los exportadores que, según la naturaleza de su mercancía, esta debe estar inscrita en la institución correspondiente, la cual garantiza la legalidad de la misma ante las aduanas y avala su exportación. Algunas instituciones son el Ministerio de Salud, el Ministerio de Ambiente y Energía, el Instituto del Café de Costa Rica, el Ministerio de Seguridad Pública, el Instituto de Pesca y Acuicultura, la Autoridad

Nacional para la Prohibición de Armas Químicas, la Oficina de Semillas, y la Asociación de Exportación de la Industria Textil.

No solo esto, Procomer emite anualmente un informe con estadísticas que señalan el comportamiento comercial del país, para informar a la sociedad sobre la posición de Costa Rica en esta materia, y para impulsar a cada sector a incrementar las cifras año tras año. Además, por cada mercado realiza estudios que permiten conocer su realidad, los requisitos especiales para participar en ellos y la rentabilidad de cada industria.

El segundo objetivo sobre el Tratado de Libre Comercio mencionó la manera en la que se desarrollaron las negociaciones, la estructura del escrito y finalmente la identificación de la piña fresca dentro del acuerdo comercial. En realidad, para efectos de investigación, el Tratado era un punto de referencia que sencillamente motivó al sector piñero a incursionar en el mercado chino, con la ilusión de recibir algún trato especial que facilitara el flujo comercial. Lo más importante y que vale la pena resaltar es que la piña no entró inmediatamente a China sin arancel, sino que la desgravación de su arancel se hizo efectivo hasta que el Tratado cumplió cinco años de haber entrado en vigor, es decir, en el 2016 la piña fresca dejó de pagar ese impuesto.

El tercer y último objetivo fue en el que se desarrolló el tema de investigación como tal. El escenario actual de las exportaciones de piña a China es nulo, o sea, no se están realizando exportaciones desde diciembre del año 2017. Las razones por las que no se está exportando son muy simples, la primera es por el alto costo de la logística y la segunda es por la cantidad de días tan exagerada que debe estar la mercancía en tránsito para poder llegar a su destino. Estas dos razones son en realidad dos situaciones que complican la compra venta de la fruta.

Las empresas del país tienen la capacidad de producir y empacar la piña de mayor calidad en el mundo, y si bien, no tienen la capacidad de abastecer el mercado chino, pues si tienen la capacidad de satisfacer a un cliente. En consecuencia, es una verdadera lástima que esa oportunidad se esté perdiendo por terceras figuras que no ofrecen una ruta marítima óptima para que se envíen grandes cantidades de producto en un solo viaje en menos de 20 días sin tener mayor riesgo que el normal de pérdida de producto.

El gobierno colaboró en todo lo que le correspondía, a través de las instituciones públicas cooperó con las autoridades chinas y estableció un canal de comunicación directo con el sector piñero para velar por sus intereses y lograr que las exportaciones se hicieran efectivas rápidamente. Sin embargo, queda también fuera de su alcance eliminar los obstáculos que hoy no permiten un flujo regular y permanente con China.

Las navieras no han respondido a las peticiones del gobierno y del sector piñero para abrir una ruta directa. Hasta no tener clientes fijos en China que necesiten enviar repetidamente mercancía no ofrecerán ninguna otra opción más que las que incluyen una o dos escalas para llegar a los puertos de China. Por lo que se percibió durante las entrevistas realizadas, en este momento no hay movimientos ni acercamientos ni con las navieras, ni con las instituciones públicas, ni entre empresas del sector piñero. Se ha descartado a China como destino para las exportaciones de piña.

6.2 RECOMENDACIONES

Para tener mayores oportunidades en el exterior se le recomienda al gobierno que durante las negociaciones de Tratados de Libre Comercio establezca canales directos de comunicación con los sectores productivos del país para velar por sus intereses y convenir puntos más específicos. En este caso, por ejemplo, el tema del protocolo pudo ser evitado y manejado de diferente manera, para evitar el retraso en el flujo comercial entre las partes y los interesados.

Costa Rica cuenta con instituciones públicas que poseen la información que China solicitaba y se pudo evitar la inspección en cada una de las fincas productoras y de las plantas empacadoras. Se accedió, quizás porque era de mayor importancia que se pactara el acuerdo con China, fuesen las que fuesen sus exigencias, pero se perdió una gran oportunidad en el camino, la explotación de la fruta estrella del país en ese mercado. La evaluación que las autoridades chinas hicieron en cada empresa son las auditorías que estas ya han superado. Por esta razón, producen y exportan a otras partes del mundo, como Estados Unidos, Centroamérica, América del Sur y Europa, porque sus sistemas de producción, de manipulación, de transporte, las prácticas agrícolas, y sus instalaciones son higiénicas, modernas, y óptimas para el desarrollo de la actividad, y su personal es debidamente capacitado.

Así que para evitar el riesgo de perder otra oportunidad como la que se está perdiendo actualmente, lo mejor es que el gobierno de Costa Rica, durante las negociaciones con otros gobiernos, haga respetar el trabajo de sus instituciones, y ofrezca en primera instancia los recursos que ya existen. En este caso, se recomienda que se renegocien las cláusulas del Tratado de Libre Comercio con la República Popular China, para que sean modificadas, y el gobierno haga uso de sus herramientas de forma eficiente.

Para activar las exportaciones de piña a China se recomiendan dos posibles soluciones que ya han sido mencionadas en el desarrollo de la investigación. La primera es que el sector piñero, el Servicio Fitosanitario del Estado, la Promotora de Comercio Exterior, la Cámara de Exportadores y la Cámara de Productores y Exportadores de Piña desarrollen una estrategia que identifique clientes en China para que alguna naviera acepte

abrir una ruta directa de Costa Rica a China. Asimismo, que los buques sean aprovechados con diversas mercancías en ambas direcciones. Esta estrategia podría incluir a otros sectores del país que importen productos de China y que sean ellos los que puedan aprovechar el buque de regreso con sus bienes. De esta manera, todos los involucrados se estarían beneficiando de una u otra manera.

La segunda recomendación es que las empresas del sector piñero acepten las opciones que las navieras ofrecen y que compartan los gastos de la logística para que le sea rentable a todos, es decir, que las empresas del sector establezcan una alianza para enfrentar los costos como la primera vez que se exportó a China. Además, estarían exportando mayor cantidad de producto a China, lo que probablemente, sería bien recibido por el cliente, y les permitiría abastecer más fácilmente el mercado de hecho, abastecer un poco más del mercado. Estas serían las dos posibles soluciones a este problema. Se espera que pronto se reanuden las exportaciones de piña fresca a China y que los costarricenses se desarrollen en este mercado sin mayor inconveniente.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Agromonte. (s.f.). *Agromonte*. Obtenido de <http://agromontecr.com/index.php/quienes-somos>
- Arguedas, I. (22 de Mayo de 2018). Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica: Estadísticas 2017. (R. R. Granados, Entrevistador) Obtenido de Estadísticas de Comercio Exterior Costa Rica 2017.
- Bajo, O. (1991). *Teorías del Comercio Internacional*. Barcelona: Antoni Bosch.
- Busto, C. (2003). Las Relaciones Internacionales. En C. Bustos, *Fundamentos de la Estrategia para el Siglo XXI* (pág. 232). España: Ministerio de Defensa.
- Cadexco. (s.f.). *Cámara de Exportadores de Costa Rica* . Obtenido de <https://www.cadexco.net/sobre-cadexco/>
- Canapep. (s.f.). *Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Piña* . Obtenido de Estadísticas : <https://canapep.com/>
- CEPAL. (2001). La competitividad empresarial en América Latina y el Caribe. *Revista de la CEPAL*, 37-58.
- COMEX. (marzo de 2010). *Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica*. Obtenido de Tratado de Libre Comercio Costa Rica - China Documento Explicativo : http://www.comex.go.cr/media/2676/doc_explicativo_china.pdf
- Díaz, C. (2001). Perfil de la actividad piñera en Costa Rica. En C. D. Gutierrez, *Tecnología en marcha* (p.p. 27-42). Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica .
- Esencial Costa Rica. (s.f.). *Esencial Costa Rica*. Obtenido de Marca País: <http://www.esencialcostarica.com/desarrollo-marca>
- Global G.A.P. (s.f.). *Global G.A.P.* Obtenido de <https://www.globalgap.org/es/who-we-are/about-us/history/>
- González, S. (3 de Junio de 2018). Goodfarmer. (R. Romero, Entrevistador)

- ICAFE. (s.f.). *Instituto del Café de Costa Rica* . Obtenido de <http://www.icafe.cr/icafe/acerca-del-icafe/>
- INCOFOMM, UNCTAD . (2000). *UNCTAD*. Obtenido de Unidad Especial de la UNCTAD sobre productos básicos: http://unctad.org/es/PublicationsLibrary/INFOCOMM_cp09_Pineapple_es.pdf
- Incopesca. (s.f.). *Instituto Costarricense de Pesca y Acuicultura*. Obtenido de https://www.incopesca.go.cr/acerca_incopesca/
- ISO. (s.f.). *ISO*. Obtenido de ISO: <https://www.iso.org/about-us.html>
- Jiménez, J. M. (4 de Junio de 2018). Departamento Fitosanitario del Ministerio de Agricultura y Ganadería. (R. Romero, Entrevistador)
- Kossman, I. (2001). *Organización Mundial del Comercio*.
- MAG. (s.f.). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Acerca del MAG: http://www.mag.go.cr/acerca_del_mag/
- MAG, AQSIQ. (2015). *Protocolo de requisitos fitosanitarios para la exportación de piña de Costa Rica a China*. Obtenido de <http://www.comex.go.cr/media/2727/protocolo-de-pina-a-china-espanol.pdf>
- Maglianesi, A. (2013). DESARROLLO DE LAS PIÑERAS EN COSTA RICA Y SUS IMPACTOS SOBRE ECOSISTEMAS NATURALES Y AGROURBANOS. *Biocenosis*, 62-70.
- Ministerio de Salud . (s.f.). *Ministerio de Salud*. Obtenido de ANAQ: <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/regulacion-de-la-salud/anaq>
- Ministerio de Seguridad Pública. (s.f.). *Ministerio de Seguridad Pública*. Obtenido de <http://www.seguridadpublica.go.cr/ministerio/>
- Navarrete, F. (26 de junio de 2018). Elementos Básicos para la Importación, Nacionalización y Cálculo del Costo de las Mercancías Desalmacenadas. (R. Romero, Entrevistador)

- OMC. (2013). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de Examen Costa Rica:
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s286_sum_s.pdf
- OMC. (s.f.). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de Acerca de la OMC:
https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm
- ONS. (s.f.). *Oficina Nacional de Semillas*. Obtenido de
<http://ofinase.go.cr/institucion/quienes-somos/>
- Procomer. (2012). *PROCOMER*. Obtenido de Notas técnicas de importación y exportación
: <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/documentos/ContactosNT.pdf>
- Procomer. (Junio de 2014). *Promotora de Comercio Exterior*. Obtenido de Dirección de
Inteligencia Comercial:
<https://www.procomer.com/downloads/logistica/china/2014%20Ficha%20Logistica%20China.pdf>
- Procomer. (s.f.). *Promotora de Comercio Exterior*. Obtenido de
<https://www.procomer.com/es/acerca-de>
- Rosales, O. (2009). La globalización y los nuevos escenarios del comercio internacional .
Revista CEPAL, 77-95.
- Sánchez, A. (15 de Mayo de 2018). Empresa Verita. (R. R. Granados, Entrevistador)
- Sandí, G. (17 de Mayo de 2018). Proceso de exportación a China. Experiencia Upala
Agrícola. (R. R. Granados, Entrevistador)
- Sanz, J. (2013). La Influencia de China en Latinoamérica. *FAES*, 145-166.
- Ulloa, E. (2016). *Promotora de Comercio Exterior*. Obtenido de Mercado y condiciones de
acceso para piña fresca en China:
<https://procomer.com/uploads/downloads/63a042c1894f5a2d862fd1e94844cf9b549d7e2c.pdf>
- Upala Agrícola. (s.f.). *Upala Agrícola*. Obtenido de Sobre Upala Agrícola:
<http://www.upalagricola.com/>

VISA. (s.f.). *PRODUCTOS AGROPECUARIOS VISA*. Obtenido de SOBRE LA
EMPRESA: <http://visasa.com/about-us/>

ANEXOS

Anexo 1. Sobre Certificados de Origen

PROCEDIMIENTO CERTIFICACIÓN DE ORIGEN

CHINA

Procedimiento de Certificación de Origen Tratado de Libre Comercio entre la República de Costa Rica y la República Popular de China

Capítulo I

Generalidades

1.1: De conformidad con lo establecido en Decreto Ejecutivo N° 36651-COMEX, la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, en adelante PROCOMER, tiene dentro de sus funciones la emisión del certificado de origen que servirá para certificar que una mercancía que se exporte en el marco del Tratado de Libre Comercio entre la República de Costa Rica y la República Popular de China, Ley 8953 del 13 de junio del 2011, publicada en el Alcance No. 33 del Diario Oficial La Gaceta No. 119 del 21 de junio del 2011 (en adelante TLC), califica como originaria.

1.2: Para los efectos del párrafo anterior, y en relación con los artículos 36 y 38 del TLC referentes a las entidades autorizadas responsables de la emisión de certificados de origen, es indispensable el establecimiento de un *Procedimiento de Certificación de Origen*, que sobre la base de los principios de transparencia y eficiencia en el actuar, garantice el adecuado cumplimiento de los compromisos, así como la debida certificación por parte de PROCOMER de la declaración de origen expedida por el productor final de la mercancía para exportar a la República Popular de China, de conformidad con lo dispuesto en los Capítulos 4 (Reglas de Origen y

Procedimientos Operativos Relacionados) y 5 (Procedimientos Aduaneros) del TLC.

1.3: Con el propósito de favorecer los principios de transparencia en la aplicación y administración del acuerdo y la celeridad de los trámites pertinentes, PROCOMER mantendrá en su página Web la información correspondiente al procedimiento de certificación de origen, incluyendo el presente procedimiento, el cuestionario de origen y el formulario del certificado de origen.

1.4: El presente procedimiento, el cuestionario de origen que deberán llenar los interesados en exportar a la República Popular de China bajo las preferencias establecidas en el TLC y el formulario de la certificación de origen que contiene la declaración correspondiente, estarán disponibles para ser retirados tanto en las oficinas de PROCOMER, como en su página Web, con el objetivo de brindar la facilidad de obtener los documentos por la vía electrónica y/o física.

Capítulo II

Procedimientos previos a la solicitud de la certificación de origen

2.1: El exportador interesado deberá completar un cuestionario de origen por cada tipo de producto a exportar. La información aportada será de tratamiento confidencial por parte de PROCOMER, la cual no podrá divulgarse a terceros, sin consulta previa al interesado. El cuestionario deberá entregarse a PROCOMER firmado por el exportador; en caso de que éste sea persona física, acompañado de una fotocopia de la cédula de identidad, o bien firmado por el representante legal de la empresa exportadora cuando se trate de una persona jurídica, en cuyo caso la firma deberá ser autenticada por un Abogado o Notario Público, y se le deberá adjuntar una certificación de personería con no más de tres meses de emitida.

2.2: El cuestionario referido será analizado por los asesores de PROCOMER encargados del tema de certificación de origen, con el fin de verificar si el producto de exportación cumple con la regla de origen aplicable.

2.3: Una vez realizado el análisis del caso y de cumplir con lo requerido, en el plazo de tres días hábiles, el asesor recomendará certificar las declaraciones de origen

realizadas por el exportador en el certificado de origen correspondiente. Esto lo comunicará al exportador interesado mediante un oficio, en el que indicará que PROCOMER extenderá certificados de origen para los productos verificados y autorizados por ésta, en el momento en que el solicitante decida realizar las exportaciones hacia la República Popular de China, para lo cual deberá adjuntar a cada certificación de origen, fotocopia de la factura comercial.

2.4: Dentro del plazo de 3 días hábiles señalado en el artículo anterior, si por razón justificada se decide verificar acerca de lo consignado en el cuestionario de origen, PROCOMER estará en la facultad, según corresponda, de realizar una visita de inspección a la planta de la empresa o solicitar documentos e información adicional, sobre lo cual deberá notificar al interesado; todo lo anterior con el fin de verificar si el proceso de producción confiere origen en el marco del TLC.

En el caso de optar por realizar una visita, deberá solicitar la anuencia al interesado y sugerirle una fecha para la realización de la misma.

Una vez realizada la verificación física de las instalaciones productivas de la empresa o de analizada la información adicional solicitada, la Unidad de Origen de PROCOMER emitirá su criterio en el plazo máximo de 10 días hábiles siguientes.

Capítulo III

Procedimientos posteriores a la autorización para certificar origen al amparo del TLC

3.1 De conformidad con el Artículo 37 del Tratado, referente a la certificación de origen, el exportador deberá realizar una declaración de origen en el Certificado de Origen. Por su parte, PROCOMER como autoridad certificadora, verifica la exactitud de la declaración y realiza la certificación de la misma en el Certificado de Origen.

3.2: Respecto de la declaración del exportador, ésta se hará cumpliendo con lo dispuesto en el formulario de Certificación de Origen, en atención a la normativa nacional concerniente a las declaraciones juradas y con fundamento en la información aportada en el cuestionario de origen y demás documentación y

pruebas aportadas a solicitud de PROCOMER. De esta forma, el declarante será responsable de lo manifestado bajo fe de juramento y la certificación realizada por PROCOMER comprenderá lo que esté expresamente indicado.

Relacionado con lo anterior, la información declarada en el Certificado de Origen debe ser verdadera y exacta a la aportada en el cuestionario y el exportador debe estar en la posibilidad de probarla. Por otro lado, el cuestionario deberá ser actualizado por el exportador toda vez que haya un cambio en la información proporcionada originalmente, como requerimiento de PROCOMER para respaldar la expedición de los certificados de origen siguientes, en cuyo caso PROCOMER puede realizar de nuevo la evaluación del cuestionario.

La certificación que haga PROCOMER será solamente respecto de la información aportada por el exportador tanto a lo declarado por éste, como a los documentos adjuntos presentados.

3.3: De conformidad con lo dispuesto en el artículo 40, el exportador que realice la declaración de origen, deberá conservar durante un período de tres (3) años, después de la fecha de firma del Certificado de Origen, todos los documentos de respaldo relativos al origen de la mercancía, incluyendo, entre otros, los siguientes:

- (a) evidencia directa de los procesos efectuados por el exportador o proveedor para obtener las mercancías concernientes, contenidas por ejemplo en sus cuentas o contabilidad interna;
- (b) documentos que prueban la condición originaria de los materiales utilizados, cuando estos documentos son utilizados de conformidad con la legislación nacional;
- (c) documentos que prueban el trabajo o procesamiento de los materiales, cuando estos documentos son utilizados de conformidad con la legislación nacional; o
- (d) Certificados de Origen que prueban la condición de originarios de los materiales utilizados.

3.4: PROCOMER deberá proporcionar a la República Popular de China, la cooperación administrativa requerida para el control de documentos probatorios del origen. Es decir, en caso de que la autoridad aduanera de la República Popular de

China tenga duda respecto a determinado Certificado de Origen o presunción de incumplimientos de los requisitos de origen declarados, PROCOMER deberá brindar la cooperación necesaria para poder determinar la validez del mismo. Las pruebas adicionales que fueran requeridas podrán ser proporcionadas por el productor final o por el exportador, según corresponda, a través de PROCOMER.

Capítulo IV

Características del Certificado de Origen

4.1: El interesado en exportar a la República Popular de China al amparo del TLC, deberá hacer la declaración de origen en el Certificado de Origen, señalando el cumplimiento de las reglas de origen establecidas en el Anexo 3 (Reglas de Origen Específicas por Producto) del TLC. El Certificado debe ser llenado en idioma inglés y a máquina.

4.2: El Certificado de Origen que emita PROCOMER será numerado con el consecutivo interno correspondiente y deberá contener el sello oficial y la firma del funcionario autorizado por PROCOMER, para efectos de su validez, según lo establecido en el artículo 37 del TLC, y tendrá una vigencia de doce (12) meses a partir de la fecha de su firma.

4.3: En relación con el aparte 1 del Artículo 37 del TLC, el Certificado puede amparar un solo envío de una o varias mercancías. Es decir, no se requiere llenar un Certificado por tipo de mercancía, sino que se llena uno por “envío” o “embarque” detallando en él cada una de las mercancías originarias para las cuales se solicitará la preferencia arancelaria en la República Popular de China.

4.4: PROCOMER no emitirá certificados de origen a envíos cuyo valor de transacción no exceda los \$600 dólares estadounidenses o su monto equivalente en la moneda nacional, ya que de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 43 del TLC, este tipo de embarques están exceptuados, sin perjuicio de que para el caso de las importaciones con fines comerciales, la autoridad aduanera de la República Popular de China pueda requerir una declaración que certifique que la mercancía califica como originaria.

Capítulo V

Costos del proceso de certificación de origen

5.1: Los exportadores que soliciten la certificación de origen de sus mercancías para exportar a la República Popular de China, deberán cubrir los costos relacionados al proceso de certificación previa de origen y emisión del certificado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6 “cobro de servicios” del Decreto Ejecutivo N° 36651-COMEX.

Fuente: Procomer, s.f., Recuperado de procomer.com

Anexo 2. Protocolo para exportar piña de Costa Rica a China

**PROTOCOLO DE REQUISITOS FITOSANITARIOS PARA LA EXPORTACIÓN
DE PIÑA DE COSTA RICA A CHINA
ENTRE
EL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA DE
LA REPÚBLICA DE COSTA RICA
Y
LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DE SUPERVISIÓN DE CALIDAD,
INSPECCIÓN Y CUARENTENA DE LA REPÚBLICA POPULAR CHINA**

Este Protocolo es adoptado con el propósito de establecer los procedimientos para exportar, de manera segura, frutas de *Ananas comosus* (en adelante referido como piña) de Costa Rica a China. El Ministerio de Agricultura y Ganadería de la República de Costa Rica (en adelante referido como MAG) y la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular China (en adelante referido como AQSIQ), sobre la base del análisis de riesgo de plagas, acuerdan el siguiente Protocolo:

Artículo 1: Objetivo

Establecer los procedimientos y compromisos que deben cumplir las Partes con el propósito de alcanzar un comercio fluido de piña fresca de Costa Rica a China.

Artículo 2. Disposiciones Generales

La piña fresca para la exportación a China desde Costa Rica debe cumplir con los requisitos fitosanitarios y disposiciones de este Protocolo, con el fin de minimizar el riesgo de introducción de plagas cuarentenarias dentro del territorio Chino (ver el Anexo).

Artículo 3. Registro

Todas las personas físicas y jurídicas interesadas en participar en el programa para la exportación de piña a China, deberán presentar una solicitud por escrito para el registro en dicho programa.

Artículo 4: Requisitos de los sitios de producción, de las instalaciones de empaque y de los exportadores

Todos los sitios de producción, las instalaciones de empaque y los exportadores que participen en el proceso de exportación de piña a China, deben registrarse ante el Servicio Fitosanitario del Estado (en adelante referido como SFE), mediante la presentación de, al menos, la siguiente información para fundamentar cada registro:

- a. Nombre, número de registro y dirección de las instalaciones de empaque.
- b. Nombre, número de registro y dirección de los sitios de producción que proveen las frutas para la exportación.

El SFE entregará a AQSIQ la lista de los sitios de producción, las instalaciones de empaque y de los exportadores, al momento de entrada en vigencia de este Protocolo y posteriormente, cada vez que esa lista sea modificada.

Artículo 5: Sitios de producción y BPA

Todos los sitios de producción registrados en el programa de exportación de piña a China deberán implementar un programa de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), incluyendo la limpieza de frutas caídas, la remoción de hojas secas y malezas, y la implementación del Manejo Integrado de Plagas (MIP), con el monitoreo de plagas y el control químico o biológico.

Artículo 6: Disposiciones específicas sobre plagas cuarentenarias de la fruta

El SFE mantendrá un monitoreo en los sitios de producción con el propósito de garantizar que las larvas de mariposa (*Strymonmegarus* y *Strymongabatha*) y el gusano soldado (*Elaphria nucicolora*) no afecten la producción y minimizar el riesgo de detección en los envíos exportados.

Dichos monitoreos se podrán realizar con trampas o inspecciones visuales, tanto a nivel de campo como en planta empacadora. El SFE o el personal autorizado por el SFE deberán revisar los sitios de producción una vez cada dos semanas durante los cien días previos a la cosecha de la piña.

Si alguna de las plagas antes mencionadas se detecta en el sitio de producción, se adoptarán las medidas fitosanitarias requeridas para controlar tales plagas.

Si las plagas se detectan en país de destino y si no hay tratamiento alguno disponible, el envío se regresará. En tales casos, China notificará a Costa Rica la interceptación indicando la identificación de los empaques interceptados. Adicionalmente, se tomarán las medidas fitosanitarias apropiadas en los sitios de producción y en las empacadoras, considerando la rastreabilidad que permite la información del empaque.

Artículo 7: Disposiciones específicas en relación con otras plagas cuarentenarias

Dysmicoccus neobrevipes, *Planococcus minor*, *Metamasius hemipterus* y el escarabajo (*Metamasius dimidiatipennis*) deben ser inspeccionados cada dos semanas, desde la fase de plántula hasta la fase de cosecha de piñas, comprobado mediante inspección visual o con lupa de mano en las fincas a las plantas o plantas cortadas. Si se encuentran las plagas mencionadas o síntomas relacionados se deben aplicar inmediatamente medidas de control químico o biológico.

Artículo 8: Disposiciones específicas sobre maleza

El monitoreo del campo debe realizarse una vez cada dos semanas para rottboellia (*Rottboellia cochinchinensis*) y maleza (*Eleusina digitaria*) desde la fase de plántula hasta la fase de cosecha. Cuando los elementos mencionados sean encontrados, se deben rociar herbicidas y se deben también adoptar medidas de remoción manual de malezas. Se deben de respetar los tiempos de carencia en el uso de herbicidas para evitar problemas de residuos.

Artículo 9: Disposiciones específicas sobre moluscos

En cuanto a fruticicolidae (*Physidae*), no se permitirá la presencia de la plaga en los envíos.

Artículo 10: Disposiciones sobre el personal que realiza las labores de monitoreo en campo

El monitoreo, prevención y control de las plagas en las fincas de exportación deberá realizarse por técnicos que hayan cursado un programa de capacitación impartido por el SFE. Además, todas las fincas registradas deben conservar los registros de monitoreo, prevención y control de plagas. Dichos registros deben incluir información detallada sobre:

1. Nombre del producto formulado
2. Ingredientes activos
3. Concentración de uso de todos los agentes químicos
4. Fecha de uso

El SFE debe realizar muestreos para la detección de residuos de plaguicidas con el fin de cumplir con las regulaciones de China.

Artículo 11: Disposiciones generales sobre almacenamiento y empaçado

El procesamiento, empaçado, almacenamiento y carga de piñas de exportación a China debe ser supervisado periódicamente por el SFE.

En el proceso de empaçado, se debe adoptar la línea de empaque unificada para las piñas. Estas piñas deben ser sometidas a procesos de lavado y selección, separando las que no califican por razones fitosanitarias y, deberán ser clasificadas y enceradas. Las coronas de la fruta deben tratarse con productos que garanticen la condición fitosanitaria del producto.

Las piñas para la exportación deben ser lavadas con agua a alta presión y sumergidas en agua clorada a 100 ppm durante 25 segundos al minuto.

Las piñas de exportación a China deben ser empaçadas y almacenadas separadamente para evitar una reinfección. El material de empaque debe ser nuevo (de primer uso) y diseñado de tal forma que evite que el producto sea infectado por plagas durante el almacenamiento y el transporte.

Cada caja debe de indicar en idioma inglés la siguiente información:

1. nombre científico del producto
2. el país productor
3. el lugar de producción
4. el nombre y el número de registro de la empacadora
5. nombre y número de registro del exportador

Cada etiqueta de las paletas debe ser marcada con las siguientes palabras en chino: “输往中华人民共和国”. Si no se usa paleta, tal como en la carga aérea, cada empaque debe tener las siguientes palabras en chino: "输往中华人民共和国".

Artículo 12: Inspección y cuarentena antes de la salida

El SFE implementará un sistema de inspección basado en un muestreo del 2% del total de la exportación e inspeccionará las coronas de la piña y la superficie. El SFE deberá cortar un 3%

de las muestras de fruta para revisión. Si las plagas cuarentenarias de interés de China son encontradas, ese envío no deberá ser exportado.

Si los envíos de piña cumplen con los requisitos de inspección, el SFE debe emitir el Certificado Fitosanitario indicando el número de contenedor y de precinto. La siguiente declaración debe ser indicada en la declaración adicional: "Este envío está conforme con las regulaciones establecidas en el *Protocolo de Requisitos Fitosanitarios para la Exportación de Piña de Costa Rica a China* y está libre de las plagas cuarentenarias de interés de China".

El SFE debe proporcionar a AQSIQ el modelo del Certificado Fitosanitario para su confirmación y archivo.

Artículo 13: Inspección después del arribo

Cuando el envío de piña arribe al puerto designado, la institución china de inspección y cuarentena procederá a la revisión documental, a la verificación de identidad del envío y a la inspección fitosanitaria correspondiente.

Artículo 14: Incumplimiento de procedimientos

Si se detecta que un envío proviene de fincas y empacadoras no autorizadas, a este envío de piña no se le permitirá la entrada.

Si alguna de las plagas cuarentenarias de preocupación de China es detectada, AQSIQ adoptará la medida menos restrictiva al comercio, siempre que se asegure el nivel adecuado de protección, tales como la aplicación de un tratamiento, la devolución o la destrucción del envío.

Si se detectan malezas o plagas cuarentenarias en la corona de la piña, los envíos deben ser devueltos o destruidos. AQSIQ suspenderá las exportaciones de piña a China desde Costa Rica, hasta que China haya finalizado un análisis de riesgo de plagas y haya determinado las medidas cuarentenarias correspondientes.

Si los aspectos sanitarios y de seguridad no son cumplidos, el envío de piña será destruido o regresado.

En todos los casos China notificará a Costa Rica el incumplimiento del Protocolo, indicando la identificación de los envíos interceptados. Con base en esta información, el SFE conducirá una investigación inmediatamente en el establecimiento empacador y en el sitio de producción, con el objetivo de aplicar las medidas fitosanitarias para corregir el fallo en el proceso que dio lugar a la presencia de la plaga. De reiterarse el incumplimiento en dichas empresas, el AQSIQ podrá suspender el ingreso de piña a China hasta que el SFE le indique que el problema fue subsanado y China acepte tal indicación.

Artículo 15: Inspección previa

Una vez firmado el presente protocolo, AQSIQ enviará dos inspectores a Costa Rica para visitar las áreas de producción y empacadoras interesadas en exportar piña a China. Dependiendo de los datos técnicos relevantes aportados por el SFE y el resultado de la visita de los inspectores chinos, AQSIQ aprobará oficialmente el inicio del programa.

Antes de iniciar el programa, el SFE proveerá una lista de fincas, empacadoras e instalaciones registradas. Si posteriormente la lista se modifica, el SFE debe proveer la lista actualizada antes de la exportación.

Los gastos para la verificación antes mencionada, incluyendo el viaje, la alimentación y el alojamiento, serán cubiertos por Costa Rica.

Artículo 16: Actualización del Análisis de Riesgo de Plagas

Durante el desarrollo del comercio, AQSIQ realizará los análisis de riesgo de las plagas que surjan o se intercepten, y consultará con el SFE con el fin de ajustar la lista de plagas cuarentenarias y medidas fitosanitarias relevantes.

Artículo 17: Solución de conflictos e implementación

Cualquier disputa que resulte de la ambigüedad, la implementación o la revisión de este Protocolo se resolverá a través de la negociación amistosa.

Este protocolo es válido desde el día de su firma hasta que una de las Partes solicite por escrito lo contrario. Si ninguna de las Partes solicita la revisión o terminación de este Protocolo, el período de validez de este acuerdo será indefinido.

Este Protocolo se firma el día 29 de setiembre de 2015 en la ciudad de San José y entrará en vigor en la fecha de firma en los idiomas español, chino e inglés, en copias duplicadas. Los tres textos son igualmente auténticos.



Representante
del Ministerio de Agricultura y
Ganadería de la República de Costa
Rica



Representante
de la Administración General de
Supervisión de Calidad,
Inspección y Cuarentena de la República
Popular China



Anexo**Plagas de importancia cuarentenaria para China.**

1. *Strymonmegarus (Syn. S. Basilides)*
2. *Strymon gabatha*
3. *Elaphria nucicolora*
4. *Dysmicoccus neobrevipes*
5. *Planococcus minor*
6. *Metamasius hemipterus*
7. *Rottboellia cochinchinensis*
8. *Metamasius dimidiatipennis*
9. *Eleusina digitaria*
10. *Physidae*

Fuente: Sánchez, 2018, Recuperado de Protocolo para exportar a China

Anexo 3. Entrevistas según su orden de realización

ENTREVISTAS

Fecha: martes 15 de mayo, 2018

Entrevistado: Alonso Sánchez Salazar

Profesión: Finanzas y Derecho

Nombre de la empresa: VERITA TROPICALS COSTA RICA SA

Puesto dentro de la empresa: Representante de Verita Tropicals Costa Rica desde 2012

Fundador de la empresa: Suleyman Zeki Birincoiglu y Mert Buke

Descripción de la empresa: Verita Tropicals Costa Rica es una empresa que comercializa piña de la zona Norte del país y vende a sus clientes en Europa. Esta empresa no produce la fruta, únicamente la compra a productores locales y posteriormente la vende a sus contactos extranjeros. Verita Tropicals es una especie de ramificación de la empresa ÍDEAL TARIM ÜRÜNLERİ TİC. AS nacida en Turquía en 1997. Estas empresas fueron fundadas por el Sr. Suleyman Zeki Birincoiglu y su sobrino el Sr. Mert Buke. Estos empresarios notaron que en su mercado nacional la piña era una fruta poco conocida que estaba difícilmente al alcance de los consumidores. Por lo tanto, decidieron arriesgarse y fundar las ya mencionadas empresas.

Los inicios de Verita Tropicals Costa Rica SA se remontan al año 2011. Antes de esta fecha los turcos desconocían casi que por completo la fruta, por lo que se debió aplicar una estrategia que consistía en comprar unas máquinas para implementar un sistema de pelado especial. La máquina corta la cáscara, el centro de la piña y entrega la fruta lista para ser consumida. Esta estrategia permitió que la fruta fuera bien recibida en el mercado. La empresa empezó exportando 160 cajas a finales del 2011 y ahora exporta alrededor de 504 000 cajas.

Misión: proporcionar y suministrar al mercado euroasiático la mejor piña variedad MD-2 producida bajo las normas internacionales de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes.

Visión: ser una empresa líder en la exportación de piña variedad MD-2 en el mercado euroasiático, a través de la comercialización y producción de fruta de primera calidad, para situarnos como una de las empresas de más rápido y mejor crecimiento a nivel nacional.

Principal competencia: Empresa Creffield. Esta empresa también es turca. Se diferencia de Verita Tropicals porque venden el producto específicamente a supermercados, mientras que Verita le apuesta al mercado mayorista.

Mercado Nacional: Verita Tropicals compra el producto para venderlo en el exterior únicamente.

Contactos: Verita aprovecha las ferias internacionales para pactar negocios con nuevos clientes. El representante de la empresa en Costa Rica ha asistido al menos unas cinco veces a la Feria Fruit Logística en Alemania en donde ha adquirido muchos contactos de posibles clientes.

Distribuidores: Macro Center, MOPAS, Carrefour, Tazemasa, METRO, Taze Direkt, Reaí, Özkuruslar, Kolaylar, Cagri, Sanlik Süpermarket, Gourmet Garage.

Proveedores: los principales proveedores son de Upala y de Pital actualmente. Empresas proveedoras: Upala Agrícola, Agromonte SA, Pineapple Company, La Lidia, Piñalbo.

Proveedor Principal: piñalbo con piña de excelente calidad.

Naviera: Maersk

Ruta Marítima: Limón – Malta – Estambul. La fruta tarda aproximadamente 24 días en llegar a su destino.

Flete interno: la empresa contrata el transporte interno en Costa Rica.

Normas y certificaciones: certificación de la empresa proveedora.

Incoterm: Ex Work

Seguro: no contratan ningún tipo de seguro en el transporte de la mercancía.

Medio de pago: la empresa recibe el 50% del pago por adelantado y el otro 50% cuando el barco zarpa.

Características de la piña: la piña se envía en su presentación original, es decir, no es sometida a ningún tipo de transformación. El mercado turco recibe piñas de tamaño pequeño por el sistema de pelado especial implementado, y ya que no se puede determinar un tamaño específico debido a la naturaleza de la fruta, la empresa incluye de 9 a 10 piñas por caja. Estas cajas son de cartón y soportan un peso neto de 12 kilos aproximadamente. El pallet utilizado es de madera.

Frecuencia Comercial: Verita envía semanalmente sus contenedores.

Magnitud Comercial: Verita envía 4 contenedores cuando en el mercado hay poco movimiento y hasta 14 contenedores cuando el mercado está muy activo.

Barreras al comercio:

Idioma: para vender la piña costarricense a Turquía se debe considerar el idioma, ya que los documentos que se entregan a las aduanas turcas deben estar turco, así como, la etiqueta de los productos y sus especificaciones. Verita cuenta con un sitio web (www.verita.com.tr) en su idioma para que los consumidores tengan mayor facilidad al contactarlos.

Cultura y religión: en Turquía se profesa el islam, esta religión establece entre sus creencias y prácticas el Ramadán, una época del año en el que las personas deben hacer ayuno y hacer una única comida hasta en la madrugada. Es por esta razón que durante este mes la venta de piña disminuye y, por ende, las importaciones también.

Fecha: jueves 17 de mayo, 2018

Entrevistado: Gabriela Sandí

Profesión: Comercio

Nombre de la empresa: UPALA AGRÍCOLA

Puesto dentro de la empresa: Gabriela Sandí es la antigua gerente comercial de la empresa Upala Agrícola. Esta empresa se ubica en la zona Norte de Costa Rica y se dedica a la producción y exportación de piña. La Sra. Sandí trabajó para esta empresa aproximadamente 11 años, antes de ingresar laboró en la Cámara de Agricultura, y actualmente inicia un proyecto con la empresa comercializadora de piña costarricense Verita Tropicals SA. En su paso por Upala Agrícola, manejó de principio a fin la primera exportación que esta empresa hizo a China, por lo que fue considerada en esta investigación.

Fundador de la empresa: Alfredo Volio

Descripción de la empresa: Upala Agrícola es una empresa productora y exportadora de piña ubicada en Upala de la Zona Norte de Costa Rica. Su piña es producida en 2 000 hectáreas de terreno y la cultivan y cosechan aproximadamente 1 000 empleados. Sus exportaciones van dirigidas principalmente al mercado norteamericano y europeo, algunos de los destinos son Estados Unidos, Canadá, España, Reino Unido, Holanda, Francia, Turquía, Alemania, Italia y Grecia.

Misión: ser una empresa productora, procesadora y comercializadora de piña fresca, que busca un mejoramiento continuo en sus procesos para proporcionar a nuestros clientes un producto con los más altos estándares de calidad e inocuidad. Hacemos esto dentro de un marco de desarrollo sostenible, apoyando a las comunidades vecinas, protegiendo al ambiente y a nuestro personal.

Visión: ser una empresa con liderazgo en la producción y comercialización de piña fresca, utilizando prácticas agrícolas sostenibles y satisfaciendo los requerimientos de nuestros clientes.

Sobre el proceso de exportación a China: exportar la piña a China ha requerido de un gran esfuerzo por parte de los gobiernos involucrados y del sector privado. En la firma del Tratado de Libre Comercio la piña fresca destacó como un producto de mucho potencial para ser exportado a este nuevo destino. Sin embargo, para lograrlo era necesario un estudio exhaustivo de la fruta, un análisis de riesgo, y un trabajo en equipo consolidado. Esta gestión empezó hace aproximadamente 4 años. El gobierno chino exigía esta evaluación para considerar las amenazas a las que estaría expuesta la población, así que envió una delegación, costeadá en su mayoría por el sector privado, que realizó el estudio en diversas fincas de Costa Rica, y de una lista de 18 empresas, Upala Agrícola fue seleccionada para ser visitada por esta delegación y representantes de Procomer, de las Cámaras, y el equipo fitosanitario. Los especialistas no encontraron ningún tipo de plaga o epidemia. Upala Agrícola, así como el resto de empresas visitadas, fundamentó la calidad de su fruta con documentación y permisos vigentes.

A diferencia de otros destinos, China es más riguroso con la mercancía que importa. Por lo que se elaboró un protocolo que especifica los requisitos que se deben cumplir para exportar. Las empresas visitadas recibieron la aprobación de China para exportar la fruta. A partir de esta lista el protocolo se desarrolla y aquella nueva empresa que guste beneficiarse de este mercado, tendrá que recopilar lo necesario para hacerlo, ser visitado por la autoridad competente en Costa Rica que envía la evaluación a China, y finalmente obtener tal autorización. Este procedimiento es similar al que se vive con la exportación de carne a Chile.

Con la autorización de China, las empresas costarricenses podían empezar a enviar la fruta. Los clientes habían sido contactados a través de ferias internacionales como la Valle Trade Mision organizada por PROCOMER o la FruitLogistica en China, y estaban ansiosos por finalmente recibir la piña fresca en su país. Sin embargo, Taiwán y Filipinas no estaban de acuerdo con la entrada de Costa Rica al mercado, ya que ellos estaban abasteciéndolo con su propia piña. Pero esta piña es de menor calidad que la que Costa Rica ofrece, y era muy posible que se convertiría en la favorita de los consumidores, ya que no pudieron competir por sabor, textura y color, entonces aprovecharon su ventaja

competitiva, la cercanía geográfica con China, y al ser menos costoso el transporte de la piña hasta el mercado, disminuyeron considerablemente el precio de la mercancía.

Primer grupo exportador: Agromonte, Upala Agrícola, Grupo Acon, Productos Agropecuarios Visa

Ciente en China: la empresa GoodFarmer fue el cliente en común del primer grupo de empresas costarricenses que exportó a China. GoodFarmer es de capital chino y se dedica a importar productos agroalimentarios a su país.

Participación de la empresa en la primera exportación: Upala Agrícola exportó a China desde semana 22 hasta diciembre de 2017. En la primera exportación envió 31 contenedores.

Distribuidor: Dalian Yidu Group

Naviera: en las negociaciones con los empresarios chinos se acordó que el cliente elige la naviera. En las exportaciones que la empresa realizó en 2017 se utilizó como naviera APL, Hamburg Sud y, Hapag Lloyd.

Ruta: la ruta que se utilizó en estas exportaciones fue Caldera – Shangai y tardaba aproximadamente de 24 a 28 días en arribar con la mercancía. En dado caso que la ruta fuera Limón Shangai entonces la mercancía tardaba en llegar más de 30 días y peligraba la condición del producto.

Flete interno: desde que la piña sale de la empresa hasta que es puesta en el buque corre por cuenta del vendedor. Comúnmente Upala Agrícola tiene subcontratado el transporte interno, pero en frecuentes ocasiones contrata este transporte con la empresa que se encargará del transporte principal.

Normas y Certificaciones: Upala Agrícola adquirió en 2017 la marca país Essencial. Cuenta con la norma ISO 14001, y con las normas Global Gap, las cuales son exigidas por el gobierno chino.

Incoterm: para exportar a China se utilizaba el incoterm Free Carrier (FCA) o el Free on Board (FOB).

Seguro: no aseguran su mercancía.

Medio de pago: la forma de pago es acordada con el cliente. Upala Agrícola ha trabajado con un 50% por adelantado y el otro 50% contra entrega, por ejemplo, así como con un 100% contra entrega de documentos.

Características de la piña: la piña que Upala Agrícola vendió a China era de un tamaño regular (7 u 8 piñas por caja), y de color 0.25 – 0.5 (incluso 0.25 – 1). Comúnmente el cliente solicitaba la piña con un poco más de peso ya que con el traslado la fruta se deshidrata y pierde peso.

Fecha: lunes 04 de junio, 2018

Entrevistado: José Miguel Jiménez

Profesión: Agronomía

Institución: SERVICIO FITOSANITARIO DEL ESTADO, Ministerio de Agricultura y Ganadería

Puesto en la Institución: Departamento Fitosanitario de la Piña

Participación en el proceso de exportación: el Servicio Fitosanitario acompañó a la delegación china durante sus visitas, compartió información que le fue solicitada, y adquirió responsabilidades en el proceso que se estableció para el envío de la piña costarricense a la República Popular China.

Las visitas fueron hechas a 17 empresas que desde la firma del Tratado de Libre Comercio habían manifestado su interés por exportar su producto a China. Estaban ubicadas a lo largo de todo el territorio nacional, razón por la cual, se tardó un poco más de dos semanas realizando todas las inspecciones. Las visitas las hicieron las autoridades chinas acompañadas no solo de un representante del Servicio Fitosanitario del Estado, sino también, de un representante de la Cámara de Exportadores de Costa Rica, de la Cámara de Productores y Exportadores de Piña, y de la Promotora de Comercio Exterior.

Como resultado de estas visitas, la delegación china emitió un informe que fue enviado a las autoridades costarricenses. Este informe señalaba que las empresas estaban autorizadas a exportar su producto a China de forma inmediata. Solo una de ellas no lo podía hacer, PiñaFrut, debido a irregularidades encontradas en el mecanismo de lavado en su planta empacadora. Por suerte, como ya se mencionó, se trataba de un mal entendido que fue fácilmente resuelto.

La primera exportación se hizo en junio del año 2017. Cada empresa aportó una cantidad importante de contenedores para llenar el buque. El tiempo de tránsito fue de 28 días aproximadamente. La piña llegó a Shanghai y el cliente, Goodfarmer, a pesar de algunas pérdidas, se mostró satisfecho con la mercancía. Así, cada empresa, por su parte, continuó enviándole mercancía hasta a China a este cliente.

Las ventas se detuvieron en diciembre de 2017 por dos principales motivos. El primero, la logística era sumamente costosa, ya que, para abastecer regularmente al cliente, se requerían de cuatro buques, uno que estuviera cargando la mercancía en el puerto de origen, otro que estuviera en media ruta, otro que estuviera descargando la mercancía en el puerto de destino, y el último, que estuviera de regreso. La contratación de estas cuatro naves representa un costo muy alto que las empresas de Costa Rica no pueden sostener. Con una ruta directa, este problema podría ser subsanado, pero hasta la fecha, ninguna naviera ofrece rutas directas, las rutas generalmente hacen 1 o 2 escalas.

La segunda razón, es la cantidad de días en tránsito, pues la mercancía sufre el riesgo de deshidratarse, de golpearse, o contaminarse. En las primeras exportaciones muchas cajas caían al suelo, el peso no era bien calculado y unas cajas aplastaban a otras, la etapa en la que se enviaba la fruta no era la correcta y llegaba con pocas oportunidades de ser comida, etc. Nuevamente, el problema podría ser resuelto, con una ruta directa que ofreciera menos días de tránsito, pero como ya se mencionó, hasta el momento no hay opciones.

Goodfarmer en una ocasión envió a Costa Rica un buque para que fuese llenado por piña. La ruta fue directa de puerto de origen a puerto de destino. El buque tardó aproximadamente 19 días en llegar a China. Fue un éxito realmente ese experimento. Pero hasta para Goodfarmer era una inversión muy alta, tomando en cuenta que podía abastecer su mercado, con otros proveedores, como Filipinas, Taiwán y Tailandia. El tiempo de tránsito, la capacidad para producir, y el precio, es mucho más bajo con estos tres proveedores, que con Costa Rica. Así que Goodfarmer hizo esa operación esa únicamente vez.

Actualmente, sabiendo el panorama y los costos, algunas empresas han hecho el intento por incursionar en el mercado chino y mantenerse en él, pero ninguna lo ha logrado. Las últimas, han debido someterse al mismo proceso al que las 17 primeras empresas fueron sometidas. La diferencia radica en que las inspecciones no son hechas por una delegación china, sino por el Servicio Fitosanitario del Estado, el cual realiza evaluaciones semanales, a las nuevas y viejas empresas autorizadas.

El proceso de inspección es relativamente rápido. La evaluación se hace en un día, el informe se hace al día siguiente, se remite a la Jefatura en el Servicio Fitosanitario, esta avala el informe y lo remite a la Promotora de Comercio Exterior, y allí se encargan de enviarlo al representante de Costa Rica en China, para que este personalmente lo entregue. Esta cadena tarda de una semana a semana y mediana, lo cual no es tan extenso. Lo verdaderamente interminable es la espera, pues la respuesta de China se recibe cuando sus autoridades se tomen el tiempo para responder, para ellos no es precisamente un tema de urgencia o de prioridad, así que depende de esa respuesta el envío inmediato de mercancía.

En una ocasión, el informe fue perdido por el mensaje del Ministerio de Agricultura, y nunca llegó a la Promotora de Comercio Exterior. Las instituciones se dieron cuenta de eso hasta que el empresario manifestó su descontento por el mes que llevaba esperando alguna respuesta. Desde entonces han procurado tener mayor cuidado en la transferencia de la información para evitar las pérdidas de los costarricenses y para apoyarlos en su intento de expandir su alcance comercial a nuevos destinos de exportación.

Posible solución: la solución que se mencionó es una ruta directa entre Costa Rica y China. Sin embargo, ninguna naviera ha colaborado con esta situación, ya que no tienen clientes en China que necesiten enviar mercancía a Costa Rica, para aprovechar ambos viajes. En una ocasión se intentó negociar con la naviera APL, pero fue inútil, sin mercancía que traer de regreso, no hay aceptación de la oferta.