

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS
VICERRECTORÍA ACADÉMICA

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**POTENCIAL COMERCIAL QUE MUESTRAN LOS
PLAGUICIDAS Y FERTILIZANTES COSTARRICENSES,
HACIA EL MERCADO DE REPÚBLICA DOMINICANA AL
AÑO 2017**

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

ANA IRENE RODRÍGUEZ CHAVES

ELSIE SERRANO SIBAJA

SEDE ARANJUEZ

ABRIL, 2018

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios y la Virgen de los Ángeles por su guía y compañía, por guiarme por el mejor camino para llevar a cabo, con perseverancia, cada uno de los propósitos que he logrado alcanzar.

A mis padres, Karolina y Francisco, por su apoyo incondicional durante toda mi vida, por siempre estar presente en todos mis proyectos y por enseñarme que la preparación es de las grandes metas que se deben alcanzar con fuerza y dedicación.

A mi familia, por estar siempre pendiente de mis estudios, progresos y apoyarme todo lo que me he propuesto. A mi hermana, Ariana, quien siempre ha sido mi motivo de esfuerzo para enseñarle que la disciplina y las metas que nos proponemos sí se alcanzan.

A mis abuelos, Rafa y Ana, porque han sido una guía, un apoyo; por todo el tiempo que han estado presentes los días de clases y por siempre confiar en mí.

A Kevin, una persona muy especial que se incorporó en mi camino y que ha sido un soporte en todo momento, gracias por siempre creer en mí y en que solo tenía que hacerlo.

A mis compañeros y colegas: María José, Róger, Zyng, Dayanna, Mónica, Joselyne, con quienes, a lo largo de estos años de estudio, he compartido diferentes experiencias y me animaron en diferentes aspectos.

A Adrián Gómez y Mónica Muñoz, mis más grandes amigos, quienes durante toda mi etapa de estudio me han acompañado y han sido parte fundamental en cuanto a escucharme y ayudarme en mi desarrollo personal y profesional.

A mi tutora de tesis, por estar pendiente, por su enseñanza, su paciencia y sus consejos, y por dejar una huella.

A mis profesores, Fernando Navarrete, Jorge y Fernelly, por trasmitirme su conocimiento de la mejor manera y enseñarme a querer este mundo del comercio.

Al director de carrera Carlos Vega, por ser un apoyo, por siempre tener una respuesta adecuada a todas mis preguntas y comentarios.

A todos ustedes: muchísimas gracias por ser parte de este propósito.

DEDICATORIA

Dedico esta tesina a mis padres y a mis abuelos por el gran apoyo que me han dado a lo largo de mi formación, por sus enseñanzas y por hacer lo posible para que cada día sea mejor y me convierta en una excelente persona.

“No duermas para descansar, duerme para soñar. Porque los sueños están para cumplirse”.

Walt Disney

Contenido

AGRADECIMIENTOS	3
DEDICATORIA	4
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	14
Planteamiento del Problema de la Investigación	14
Objetivos de la Investigación	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos.....	16
Justificación de la Investigación	16
Antecedentes de la Investigación.....	18
Proyecciones de la Investigación	21
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA	22
Historia de los plaguicidas y los fertilizantes	22
Calidad de los plaguicidas y los fertilizantes de Costa Rica.....	23
Producción de los Plaguicidas y los Fertilizantes en Costa Rica.....	24
Principales plaguicidas y fertilizantes de Costa Rica.....	25
Comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes desde Costa Rica.....	27
Ventajas y desventajas de la utilización los plaguicidas y los fertilizantes	29
Canales de Distribución	30
Fiscalización de los Agroquímicos en Costa Rica.....	31
Requisitos para la Exportación de los Plaguicidas y los Fertilizantes	32
Generalidades de República Dominicana	32
Cultura y valoración de los proveedores	33
Necesidades comerciales del mercado dominicano	33
Economía en República Dominicana	34
Relación Comercial entre Costa Rica y República Dominicana	34
Comercio Internacional entre Costa Rica y República Dominicana.....	35
Trazabilidad de los plaguicidas y los fertilizantes	37
Participación de Costa Rica como proveedor en República Dominicana.....	38
Demanda de Plaguicidas y Fertilizantes en República Dominicana.....	39
Experiencia de comercialización con Costa Rica	40
Alternativas comerciales de empresas en República Dominicana	41
Conceptos Teóricos.....	42
Comercio Internacional.....	42

Potencial comercial	43
Producto	44
Calidad	44
Estándares de calidad	45
Precio.....	46
Demanda Potencial	46
Ventaja Competitiva	47
Certificación de calidad.....	48
Desventaja Competitiva.....	49
Participantes en el Proceso.....	49
Exportador.....	49
Formulador	50
Importador.....	50
Logística.....	51
Transporte	51
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	53
Enfoque de la Investigación.....	53
Método de la Investigación.....	53
Fuentes de Información.....	54
Muestra.....	54
Fuentes de información	57
Potencial comercial	58
Posibilidades competitivas	58
Instrumentos Utilizados en la Investigación.....	59
Cuestionario	59
Entrevista.....	60
Proceso para la Recolección y Análisis de Datos	61
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	63
Unidad de Análisis 1: Potencial Comercial	64
Categoría 1: Oportunidades de comercialización.....	65
Descripción.....	65
Análisis.....	66
Categoría 2: Conocimiento del mercado.....	67

Descripción.....	67
Análisis.....	68
Categoría 3: Apoyo de las instituciones.....	69
Descripción.....	69
Análisis.....	69
Categoría 4: Estándares de calidad.....	70
Descripción.....	70
Análisis.....	71
Categoría 5: Criterios de compra.....	72
Descripción.....	72
Análisis.....	73
Categoría 6: Canales de distribución y venta.....	74
Descripción.....	74
Análisis.....	74
Categoría 7: Oportunidades de mejora.....	76
Descripción.....	76
Análisis.....	76
Unidades de Análisis 2: Posibilidades Competitivas.....	77
Categoría 1: Oportunidades competitivas.....	78
Descripción.....	78
Análisis.....	79
Categoría 2: Ventaja competitiva.....	80
Descripción.....	80
Análisis.....	81
Categoría 3: Desventajas competitivas.....	82
Descripción.....	82
Análisis.....	83
Categoría 4: Razones de compra.....	84
Descripción.....	84
Análisis.....	84
Categoría 5: Competitividad en el precio.....	85
Descripción.....	85

Análisis.....	86
Categoría 6: Requerimiento a proveedores	87
Descripción.....	87
Análisis.....	88
Categoría 7: Innovación	89
Descripción.....	89
Análisis.....	90
Categoría 8: Elementos aduaneros	91
Descripción.....	91
Análisis.....	91
Interpretación de los Datos	93
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
Conclusiones de la Investigación.....	98
Recomendaciones de la Investigación	101
REFERENCIAS.....	104
APÉNDICES.....	109
Apéndice 1. Cuestionario.....	109

Tablas

Tabla 1: Desglose de Entrevistados	55
Tabla 2: Unidades y Categorías de Análisis	63

Gráficos

Gráfico 1: Exportación de plaguicidas y fertilizantes costarricenses	28
Gráfico 2: Balanza Comercial entre Costa Rica y República Dominicana	35
Gráfico 3: Exportaciones costarricenses hacia República Dominicana.....	36

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación tiene por título: “Potencial comercial que muestran los plaguicidas y fertilizantes costarricenses, hacia el mercado de República Dominicana al año 2017”. El objetivo general está relacionado con examinar el potencial comercial que tienen los plaguicidas y fertilizantes costarricenses para ser exportados hacia el mercado de República Dominicana.

Por su parte, el marco referencial de dicha investigación se conforma de temas relacionados con: los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses; la historia, la calidad, la producción y la comercialización de los agroquímicos; así como las ventajas, las desventajas y los canales de distribución. Todos ellos complementan la respuesta en los análisis de resultados y conclusiones.

Asimismo, esta investigación tiene un enfoque de tipo cualitativo, es decir, se hace uso de la técnica de la entrevista, a través de la aplicación de un cuestionario, para obtener la información planteada en la investigación.

En cuanto a la muestra de la investigación, esta se compone de las empresas que realizan comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses hacia República Dominicana, así como también de empresas vinculadas a la formulación de fertilizantes y plaguicidas. Además de instituciones como el Servicio Fitosanitario del Estado y Procomer, las cuales regulan los permisos y actividades de promoción de exportación.

En el análisis de resultados de la investigación, se presentan los resultados obtenidos por medio de las entrevistas aplicadas a representantes de diferentes empresas del medio exportador. En dicho apartado se cuenta con dos categorías de análisis con respecto a los objetivos y quince unidades de análisis con el propósito de dar respuesta al problema de la investigación.

La principal conclusión de la investigación es que los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses cuentan con potencial comercial, es posible asegurar eso debido al crecimiento en el mercado agrícola y a las características similares que tienen Costa Rica y República Dominicana

con respecto a los cultivos, ya que de ahí es posible sacar provecho para la comercialización de los productos agroquímicos.

Igualmente, la recomendación principal es dirigida a las empresas comercializadoras y formuladoras de agroquímicos, así como a las instituciones como el Servicio Fitosanitario del Estado, el Ministerio de Salud y el Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica, encargadas de velar por el registro de nuevos productos agroquímicos; con el fin de generar un mayor compromiso con las empresas formuladoras y comercializadoras de plaguicidas y fertilizantes, en cuanto a capacitación sobre el registro de los agroquímicos.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema de la Investigación

Los plaguicidas y fertilizantes son productos que se han utilizado desde el siglo XIX, ya que el suelo requiere ser nutrido con diferentes elementos, tales como el carbono, el oxígeno y el nitrógeno, entre otros; para que se puedan desarrollar los cultivos y se dé a las plantas lo que necesitan. El ser humano, al tener una necesidad de alimentos, hortalizas y granos, genera una demanda de estos, hecho que obliga a aportar a la nutrición de los suelos por medio de los fertilizantes y los plaguicidas, de modo que eviten las plagas. También cabe destacar la activación económica, que dio inicio al auge de los productos agroquímicos, a mediados del siglo XIX, para los países desarrollados.

En la última década, ha aumentado el interés por los plaguicidas y los fertilizantes por parte de los productores y exportadores costarricenses, pues, como se mencionaba anteriormente, estos representan una necesidad constante para los cultivos de la población. Muchos de los productos agrícolas son parte de la alimentación diaria, por ejemplo: granos básicos como el arroz, maíz, frijoles, trigo, entre otros.

Algunas de las razones que tienen los exportadores y los productores costarricenses para depender de dichos productos son: mantener el aumento de importación adquirido por parte de Costa Rica en los años noventa, adquirir los beneficios sobre ingresos para el consumidor y el empresario, y conservar el amplio catálogo de productos agrícolas que requieren la utilización de agroquímicos. Sin embargo, el apoyo de los empresarios es clave, debido a que, por medio de compras nacionales, fomentan: las oportunidades comerciales, el conocimiento de las alternativas y las estrategias que buscan los productores y compradores, y las posibilidades competitivas que estos productos agroquímicos poseen.

Esta investigación hace referencia al potencial comercial de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, específicamente en República Dominicana, ya que este país cuenta con casi la mitad de área cultivable; hecho que lo convierte en un gran consumidor de productos para la agricultura. A su vez, depende de mucha materia prima, es decir, de las sustancias naturales o artificiales empleadas para la formulación y la distribución de los productos, y que se transforman industrialmente para crear el producto agroquímico. Dado esto, el comercio de este producto agroquímico tiene posibilidades de ser exitoso en el mercado dominicano.

Además, los productores de este sector cuentan con un apoyo reducido en cuanto a conocer factores y claves importantes para su crecimiento, así como en relación con la búsqueda de mecanismos y medidas que promuevan una mayor competencia, mediante la reducción de costos y el fortalecimiento de la competitividad. Por lo tanto, este proyecto tiene como fin identificar el potencial comercial de plaguicidas y fertilizantes costarricenses, en relación con el mercado de República Dominicana.

Dentro de los problemas que enfrentan los productores de plaguicidas y fertilizantes, se encuentra la necesidad de conocer su competencia directa y fortalecer las posibilidades de aumentar su posición como proveedor de plaguicidas y fertilizantes para la agricultura en República Dominicana. Dicho país caribeño cuenta con proveedores fuertes en materia prima para la formulación y distribución de los plaguicidas y los fertilizantes; sin embargo, tiene la gran necesidad de productos orgánicos, biológicos y botánicos en la agricultura. En tal panorama, Costa Rica puede sacar provecho de estos productos, como los granos básicos, y aumentar estándares de calidad, tránsito y requerimiento. Consecuentemente, es preciso establecer la pregunta de la presente investigación, la cual queda delimitada de la siguiente forma:

¿Cuál es el potencial comercial que muestran los plaguicidas y fertilizantes costarricenses hacia República Dominicana al año 2017?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Examinar el potencial comercial que muestran los plaguicidas y fertilizantes costarricenses hacia el mercado de República Dominicana al año 2017.

Objetivos específicos

- Identificar el potencial comercial que muestran los plaguicidas y fertilizantes costarricenses.
- Determinar las posibilidades competitivas que muestran los plaguicidas y fertilizantes costarricenses en el mercado de República Dominicana.

Justificación de la Investigación

Esta investigación se enfoca en la identificación del potencial comercial de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses hacia el mercado de República Dominicana. Por su parte, República Dominicana es un país en el cual la mitad de sus terrenos son cultivables, por lo que es un fuerte consumidor de plaguicidas y fertilizantes. Tal situación representa, para las empresas nacionales, grandes oportunidades de colocar dichos productos en el país caribeño.

Empresas nacionales productoras y exportadoras de plaguicidas y fertilizantes pueden aumentar su desarrollo y crecimiento al comercializar estos productos y aprovechar la alta dependencia de materia prima del país caribeño. Por ende, la información generada a partir de esta investigación podrá servirles a los productores y exportadores para ampliar su mercado.

Asimismo, la presente investigación colabora con brindar información sobre las posibilidades comerciales para Costa Rica en el sector agroquímico del mercado de República

Dominicana. Cabe mencionar que la atención al mejoramiento de la producción actual permitirá que Costa Rica aumente su participación con el país caribeño. Al finalizar esta investigación, se podrá contar con un conocimiento amplio en cuanto a cuáles son las posibilidades competitivas y el potencial comercial de los plaguicidas y los fertilizantes, con el fin de buscar una diferenciación para Costa Rica en ese mercado.

Los plaguicidas y los fertilizantes pueden ser aplicables en la comercialización y, a su vez, se podrán enfocar en empresas, dedicadas a producir todo tipo de plaguicidas y fertilizantes, interesadas en aumentar su capacidad productiva para tener un mayor potencial en el mercado dominicano, o que deseen incursionar en el ámbito de calidad y valor agregado, ya que hay diferentes razones para que los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses sean preferidos por empresas de República Dominicana. Una de esas razones radica en las cualidades que exige el país dominicano, a las cuales Costa Rica puede prestar atención, pues consisten en la maximización de ganancias en costos logísticos con respecto a otros proveedores del mercado dominicano.

Los productos agroquímicos costarricenses pueden contribuir con la economía costarricense al ser exportados al mercado dominicano, ya que el país caribeño es dependiente de materia prima, pues no produce los plaguicidas y los fertilizantes, sino que prefiere el producto terminado listo para distribuirse. Tal situación brinda una oportunidad de mercado a Costa Rica, de manera que logre aumentar sus exportaciones.

Costa Rica experimenta un gran auge en el nivel dominicano, debido a que cuenta con buenos socios estratégicos, los cuales colaboran con la colocación de los productos agroquímicos costarricenses. El incremento en las exportaciones beneficia la economía del país, debido a que República Dominicana supera casi los 20 millones de dólares en importaciones.

El aporte social entre Costa Rica y República Dominicana ha sido posible gracias a que mantienen una estrecha relación, así como también un Tratado de Libre Comercio que los une desde 2002. La cultura dominicana valora los vínculos interpersonales para lograr un buen

resultado, pero sobre todo valora la calidad de los plaguicidas y los fertilizantes. Asimismo, contar con un socio estratégico otorga un sentido de confianza a los dominicanos, pero también muestra cuáles son las ventajas de un producto diferenciado de la competencia, tanto en precio como en calidad e innovación.

República Dominicana tiene una gran demanda en cuanto a plaguicidas y fertilizantes biocontroladores, orgánicos, botánicos, entre otros. Costa Rica tiene gran oportunidad en ese contexto, debido a su conocimiento en estos cultivos, pero también porque cuenta con una economía amigable con el ambiente e innovadora, hecho que le permite ofertar productos de calidad.

Igualmente, esta investigación sirve como base para el desarrollo de futuras investigaciones. Desde el punto de vista metodológico, se establece un conjunto de elementos para lograr orientar, conforme al diseño de la investigación, los instrumentos de recolección de datos y los procesos de análisis de resultados para la elaboración de la investigación. Asimismo, el estudio muestra la manera en la que Costa Rica y República Dominicana comercializan los plaguicidas y los fertilizantes, y describe cómo es la participación comercial de ambas culturas.

Antecedentes de la Investigación

La presente investigación toma en cuenta estudios y aportes relacionados con el tema, elaborados por diferentes autores especialistas, para así tener mayor conocimiento sobre el objetivo del estudio. En la publicación realizada por el periódico costarricense La República (2017), denominada “Plaguicidas nacionales con oportunidades en República Dominicana”, se señala que “China, Estados Unidos, Colombia, Canadá, Alemania y México, son los principales proveedores de estas mercancías al país caribeño, mientras Costa Rica es 12^o” (Garza, 2017, párr.4).

Conforme al paso de los años, los plaguicidas y los fertilizantes en Costa Rica han tenido un gran impacto a nivel de comercio exterior. Según Alpízar (2017), “Costa Rica cuenta con un

total de 9.620 registros de plaguicidas y fertilizantes, de los cuales el 71% corresponde a fertilizantes y el 29% a plaguicidas” (p.7). La importancia del sector comercial para los plaguicidas y los fertilizantes ha aumentado por diferentes razones, las más importantes son: permite que haya una balanza positiva entre Costa Rica y el país caribeño; una gran cantidad de empresas hacen comercio con el mercado dominicano; pero, sobre todo, los plaguicidas y los fertilizantes se posicionan en el tercer lugar en importancia.

Entre las investigaciones consultadas sobre el potencial comercial de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, se encuentran las siguientes:

En corrientes internacionales relacionadas con el potencial comercial de los plaguicidas y los fertilizantes, se ubica la investigación realizada por la Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes de Madrid (2008) denominada: “La importancia de los fertilizantes en una agricultura actual productiva y sostenible”; cuyo propósito es reconocer la importancia de la contribución de los fertilizantes en el incremento de las producciones agrícolas y el incremento de precios de materia prima para la fabricación del producto agroquímico. Entre las conclusiones, se destaca que los profesionales en el campo deben tener mayor consentimiento del esfuerzo de los productores para que los precios no sean una desventaja, de modo que, más bien, se enfatice en la gran producción de plaguicidas y fertilizantes en el mercado español (p.2).

Además, se cuenta con el informe investigativo realizado por Svetlana Alekhina (2015), bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Santo Domingo, acerca de un estudio al mercado de fertilizantes en República Dominicana. Entre los principales objetivos están: analizar el mercado de los fertilizantes macronutrientes en República Dominicana, con el motivo de poner a disposición de los productores y empresarios una información útil para valorar el mercado y potencial; así como estudiar las oportunidades existentes y vías de entrada en el mercado dominicano y conocer las principales dificultades y posibles barreras comerciales (p.4). Como conclusiones, Alekhina (2015) determinó que:

El país compra una gama diversificada de fertilizantes y cuenta con una amplia geografía de proveedores. Se trata de un mercado bien desarrollado y competitivo, con presencia sólida de muchas marcas reconocidas a nivel mundial, muchas de las cuales tienen implantación física en el país. (p.4)

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica (2011) realizó un proyecto denominado: “Comercialización de los agroquímicos en Costa Rica”. Dicho documento tiene como propósito identificar factores de oferta y demanda que inciden en la actividad agropecuaria, y que podrían estar ocasionando inconvenientes para la libre competencia en el mercado. Dentro de las conclusiones, dice que “se observa que el país depende del comercio internacional de agroquímicos, y cualquier comportamiento en los precios de materias primas y el producto terminado se traslada al mercado nacional” (MEIC, 2011, p.29).

Según un estudio de oportunidad comercial, realizado por Alpízar (2017), los objetivos de este estudio se enfocan en determinar qué oportunidades existen para comercializar los plaguicidas y los fertilizantes al mercado dominicano, así como las tendencias entre la oferta y la demanda de los productos agroquímicos en ambos países. Concluye que se estima que el uso de plaguicidas en Costa Rica ha ido disminuyendo su uso desde el año 2010 hasta 2016 (p.6).

López (2017), coordinadora de investigación de mercados de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, en su artículo titulado: “República Dominicana abre oportunidades a plaguicidas y fertilizantes de Costa Rica”, indica que, debido a la superficie de terreno con que cuenta el país caribeño, es considerado como uno de los países con mayor consumo de este producto (p.83). Dentro de las conclusiones, recalca lo siguiente:

República Dominicana expresó gran necesidad de plaguicidas y fertilizantes orgánicos, bio-controladores, biológicos, botánicos y en general productos para la agricultura no convencional, áreas en las que Costa Rica cuenta con importantes oportunidades para posicionarse en este mercado como una economía sostenible con el ambiente e innovadora, además de ofertar productos de alta calidad. (López, 2017, p.83)

Proyecciones de la Investigación

La presente investigación tiene como proyección identificar el potencial comercial del mercado de República Dominicana para la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses. El propósito es conocer el potencial comercial de los productos agroquímicos, es decir, valorar un aumento en la comercialización de estos productos entre Costa Rica y República Dominicana. Además, que las empresas productoras y exportadoras de los plaguicidas y los fertilizantes logren un buen alcance que dé seguridad y liquidez, para así poder expandir operaciones comerciales.

Se espera identificar las posibilidades competitivas de los plaguicidas y los fertilizantes en el mercado de República Dominicana, así como los posibles factores que deben tener en cuenta los productores de agroquímicos costarricenses para realizar, de manera correcta y eficiente, la comercialización hacia República Dominicana. A su vez, lo anterior permitirá contrarrestar cierta problemática asociada a algunos empresarios exportadores o productores, quienes no tienen conocimiento de qué factores busca el mercado dominicano para la importación de productos agroquímicos, como lo son los plaguicidas y los fertilizantes.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

Historia de los plaguicidas y los fertilizantes

Con el paso del tiempo, unas de las actividades que alrededor del mundo se estableció como principal fuente para combatir microorganismos fueron la producción del plaguicida y la fuente de nutrición para las plantas, como lo fue la producción de fertilizantes. Los plaguicidas “son una mezcla de sustancias orgánicas o inorgánicas para combatir los insectos, ácaros, entre otras especies indeseables para las plantas que son de carácter perjudicial para los seres humanos” (Benítez, 2012, p.13).

A principios del siglo XX, se introdujo el uso de los plaguicidas y con esto se establecieron fases en su desarrollo histórico. “Se encuentran tres fases de evolución, la primera se basa en el descubrimiento, accidental o experimental, de lo que producen los compuestos químicos como lo es el azufre, sulfato de cobre entre otros” (Docobook, 2012, p.3). Lo anterior dio paso a la segunda fase, que presenta un desarrollo activo a partir de la década de 1920 en Holanda, pues se descubrieron nuevas oportunidades, tales como aceites de insecticidas y compuestos químicos.

La tercera fase empieza por el descubrimiento de las propiedades de los plaguicidas, es decir, Dicloro Difenil Tricloroetano (DDT). Dicha propiedad fue descubierta por Paul Hermann Müller en 1940 y se define como “un insecticida usado en el control de la malaria, fiebre amarilla, tifus y muchas otras infecciones causadas por insectos vectores” (Benítez, 2012, citando a Müller, 1940, p.5). Una vez conocida dicha sustancia, se dan con rapidez descubrimientos de nuevos plaguicidas, así como establecimiento de bases científicas de investigaciones.

Los fertilizantes son sustancias que contienen elementos o compuestos químicos nutritivos que pueden ser absorbidos por las plantas. Su utilización es para lograr un aumento en la producción y evitar cualquier falta de nutrientes para el mejoramiento de las plantas. (Mendoza, 2010, párr.1)

En un inicio, la tierra era abonada con humus de lombriz, que es un abono orgánico muy eficaz, ya que se emerge naturalmente en cualquier tipo de tierra en su estado natural, pero en cantidades muy pequeñas y extremadamente nutritivas.

A mediados del siglo XIX, el químico alemán Justus Von Liebig se enfocó en utilizar las cenizas de las plantas quemadas y afirmó que las cenizas nutrían las plantas, debido a los elementos químicos que contenían: nitrógeno, fósforo y potasio. Debido a esto, los fertilizantes se dieron tras el descubrimiento de pequeñas porciones de fosfato de calcio en esqueletos de animales.

Una de las situaciones que colaboró para que la producción y exportación de los plaguicidas y los fertilizantes tomaran fuerza a favor de Costa Rica, es que cuenta con alrededor de nueve mil registros de plaguicidas y fertilizantes, de los cuales el 71 % corresponde a fertilizantes y el 29 % a plaguicidas. En los últimos años, Costa Rica ha logrado aumentar su nivel de exportación, ya que la oferta exportable es del setenta y seis por ciento, cifra en la que lideran los funguicidas (Alpízar, 2017, p.7).

Calidad de los plaguicidas y los fertilizantes de Costa Rica

La calidad de los plaguicidas y los fertilizantes es determinada por el gran empeño del costarricense para lograr ofertar productos de alta calidad, de modo que generen reacciones positivas. El mercado costarricense de calidad se ha caracterizado, a través del tiempo, porque la mayoría de las empresas costarricenses cuenta con importantes oportunidades para posicionarse en este mercado, dentro de las cuales se encuentra una economía sostenible con el ambiente e innovadora. Tal situación ha generado oportunidades importantes para propiciar un mayor crecimiento en la comercialización.

A su vez, Costa Rica cuenta con zonas que tienen un gran auge en el cultivo de productos agrícolas. La economía de las comunidades se basa en el cultivo de productos agrícolas, debido

a que el país es una región con buen clima y temperatura; lo que ha permitido explotar los beneficios de la tierra en función de una producción de calidad. En este panorama, la utilización de los plaguicidas y los fertilizantes es primordial para brindar granos básicos de calidad, es por esto que los productos de las empresas costarricenses cumplen con la expectativa, son de buena calidad y cumplen con los plazos de las empresas dominicanas.

Dentro del mercado dominicano los principales productos agrícolas son: la caña de azúcar, el arroz, el tabaco, las raíces, los tubérculos y el café. Productos con los cuales la oferta costarricense de plaguicidas y fertilizantes se encuentra muy familiarizada (Alpízar, 2017, p.1). Igualmente, las empresas de República Dominicana buscan estándares de calidad, debido a la familiarización de los productos agrícolas que cultiva el mercado dominicano.

Producción de los Plaguicidas y los Fertilizantes en Costa Rica

Según Maureen Alpízar, analista económico de Procomer, en Costa Rica la oferta para la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes continúa siendo relativamente limitada, si se compara con la oferta mundial. El país posee una oferta amplia de productos como caña de azúcar, arroz, tabaco, raíces, tubérculos y café, hecho que convierte a Costa Rica en un fuerte productor y consumidor de los plaguicidas y los fertilizantes. Los productos agrícolas mencionados anteriormente son de gran producción para República Dominicana, por lo que Costa Rica tiene un gran impacto en el nivel del mercado dominicano.

Dado que la gran necesidad que declara RD es la de plaguicidas y fertilizantes orgánicos, bio-controladores, biológicos, botánicos y en general, aquellos productos para la agricultura no convencional, Costa Rica cuenta con importantes oportunidades para posicionarse en este mercado como una economía sostenible con el ambiente e innovadora, además de ofertar productos de alta calidad. (Alpízar, 2017, p.1)

Diferentes empresas costarricenses se han interesado en la investigación de la producción de productos para aumentar su oferta exportable, tanto productos tradicionales como no

tradicionales. El país aún está en el proceso de conocimiento del ámbito, pero no es algo nuevo. “Las firmas nacionales se las ingenian y han buscado especializarse en líneas de productos muy específicas y con demandas a la medida del sector, no solo dentro de Costa Rica sino también en el exterior” (Fernández, 2015, párr.4).

En términos generales, es importante destacar que Costa Rica es un mercado apto para ejecutar exportaciones de productos agroquímicos, puesto que se nota el interés de los costarricenses y de los consumidores internacionales en cuanto a probar diferentes presentaciones e innovadoras; ya que las exigencias del mercado están en manos de grandes competidores, no solo en cuanto a plaguicidas y fertilizantes sino con respecto a diversos insumos agrícolas.

Con la información anterior, se destaca que en el mercado internacional más países desean un producto de calidad. En el caso de los productores agropecuarios, estos obtienen los plaguicidas y los fertilizantes en la forma, calidad, tiempo y condiciones demandadas por el mercado dominicano, ya que los suplidores cuentan con una red de distribución que abarca todo el país.

Principales plaguicidas y fertilizantes de Costa Rica

El mercado de los agroquímicos se clasifica en dos: los plaguicidas y los fertilizantes. Costa Rica se ha caracterizado por tener importantes oportunidades para lograr posicionarse en este mercado y demostrar ser una economía amigable con el ambiente, la cual, a su vez, es innovadora para ofrecer productos de calidad. “Este mercado es conformado por cincuenta y cinco empresas productoras de plaguicidas y fertilizantes, aunque, hay algunas que no se encuentran operando” (Alpizar, 2017, p.24).

Actualmente, Costa Rica cuenta con distintos tipos de plaguicidas: insecticidas, fungicidas, herbicidas, control biológico, entre otros. Dentro de los principales plaguicidas por exportar, se encuentran los siguientes: Vondozeb 62 SC, 80 WP, Manzate 80 WP, Bellis 38 WG, Bullgrass

30,4 SL, Rimaxil 60 SL, Rimaxato 35.6 SL, Paraquat 20 SL, Prowl 50 EC, Cipermetrina 25 EC, entre otros (Alpízar, 2017, p.7).

Vondozeb es un fungicida que tiene como función destruir los hongos que ocasionan enfermedad o daños. Según la plataforma digital de la empresa ecuatoriana Fertisa, el Vondozeb 62 SC es:

Un fungicida de acción preventiva y de contacto, que interviene en la producción de energía ATP y en el transporte de oxígeno en la célula fungosa, afectando el metabolismo del hongo, ocasionando su destrucción. Se puede aplicar en agua, en emulsión y sólo en aceite. (Fertisa, s.f., párr.3)

Herbicida Bullgrass 30,4 SL es una mezcla de dos herbicidas, uno es el Picloram, que es un herbicida sistémico absorbido rápidamente por las raíces y hojas donde va acumulándose en los brotes nuevos. El 2,4-D es un herbicida sistémico selectivo, cuyas sales son absorbidas por las raíces (RIMAC, 2011, p.1).

Asimismo, la Cipermetrina 25 EC es un insecticida, es decir, un agroquímico que se utiliza para matar insectos. Técnicamente, es definido por la empresa costarricense RIMAC en su ficha técnica (2015) como “un producto muy activo que actúa por contacto, ingestión y estomacal, logrando matar los insectos” (párr.2).

Según un estudio realizado por el Centro de Investigaciones Agronómicas de la Universidad de Costa Rica (2015), “los fertilizantes orgánicos también conocidos como abonos orgánicos, que se obtienen por el proceso de descomposición microbios y mineralización de residuos de origen orgánico, que tiene como producto final nutrientes y agua” (p.4).

El mercado costarricense de plaguicidas y fertilizantes trabaja eficientemente para obtener productos en forma, calidad, tiempo y condiciones demandados, tanto por el territorio nacional

como el internacional, para que sean entregados a los suplidores y abarcados por medio de su red de distribución.

Estos plaguicidas también son denominados “insecticidas naturales” y fueron descubiertos y utilizados hace siglos, cuando los primeros botánicos encontraron ciertas propiedades insecticidas asociadas a algunas plantas como las flores del Crisantemo. De esta última, se extrae uno de los insecticidas más seguros y usados por más de un siglo, el piretro. (Anasa Control, 2013, p.5)

Los plaguicidas botánicos, como se mencionó anteriormente, son productos agroquímicos que atacan resistentemente a las plagas por ser específicos, no tóxicos, pero, sobre todo, son seguros y logran biodegradar y no contaminan el ambiente.

Un biocontrolador o bioplaguicida se puede definir como un organismo vivo (hongo, bacteria, virus) capaz de repeler, matar o inhibir el desarrollo de insectos, ácaros, gasterópodos, nematodos y patógenos. También puede ser una sustancia química que estando presente en una determinada planta o animal puede desempeñar las mismas funciones. (Baldivieso, 2018, párr.1)

Por tanto, un bicontrolador es un agroquímico no sintético, cuya función es el control de plagas en los cultivos, a nivel orgánico, y amigable con el medio ambiente. Además, abre paso a los biológicos que cumplen con un rol en específico.

“Biológicos son los que se relacionan con su ciclo de vida, de la cantidad de progenie por generación, de sus hábitos alimenticios, su comportamiento de reproducción (monogamia, poligamia), movilidad, refugios, etc.” (Anasa Control, 2013, p.27).

Un plaguicida biológico es aquel que es virus, microorganismo creado para controlar una plaga en específico, que protege de organismos de la naturaleza, químicos y artificiales.

Comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes desde Costa Rica

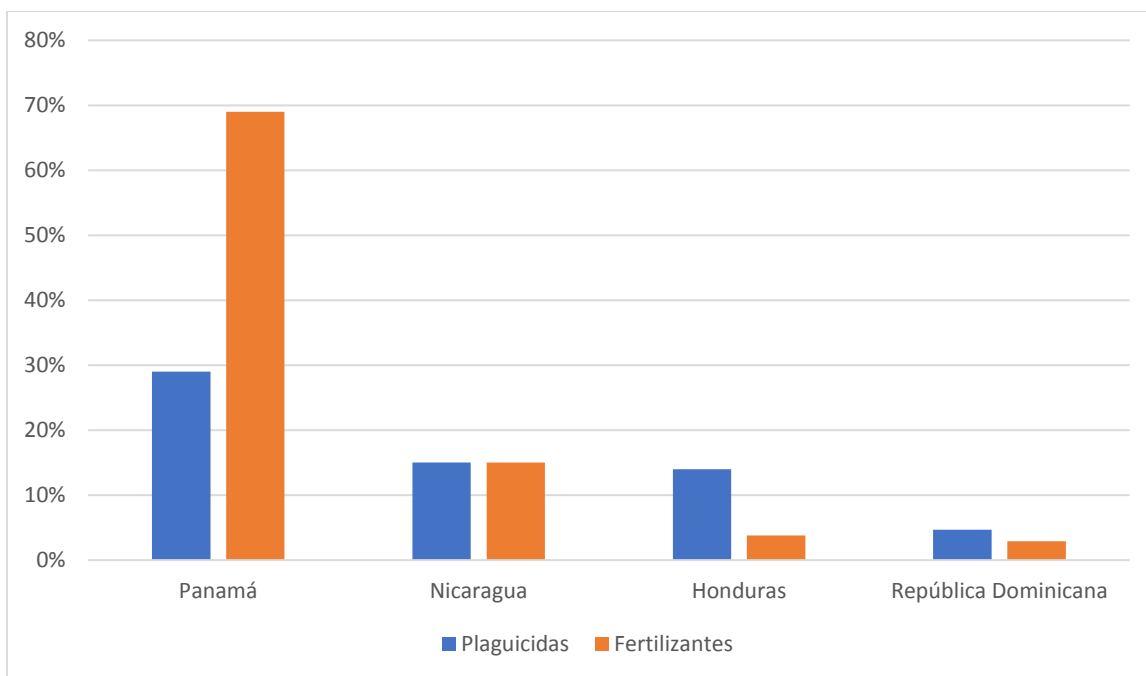
Costa Rica cuenta con casi diez mil registros de plaguicidas y fertilizantes. Cabe recalcar que el 71 % es de fertilizantes y un 29 % se refiere a los plaguicidas. Existen alrededor de cuarenta y ocho formuladoras costarricenses de plaguicidas y siete de fertilizantes, pero varias de ellas no se encuentran activas (Alpízar, 2017, p.24).

Conforme con el paso de los años, Costa Rica, ha ido aumentando los niveles de exportación, aunque mantenga una balanza comercial negativa. Según lo que Alpízar señala en su estudio de mercado: “se exportaron 120 productos y se cuenta con un aproximado de 112 empresas exportadoras hacia 66 destinos” (2017, p.24). En dicho panorama lidera la exportación hacia América Central, mas no se debe dejar atrás el mercado del Caribe, dentro del que República Dominicana es el principal destino.

El comercio exterior de plaguicidas y fertilizantes en Costa Rica tiene como los principales destinos para la exportación de estos productos: Nicaragua, Guatemala y Panamá; este último lidera la participación. Seguidamente, se encuentra Honduras, El Salvador y República Dominicana, con un 5% de su participación.

Los plaguicidas y los fertilizantes, a pesar de que su uso ha ido disminuyendo en Costa Rica, se han continuado exportando. Sus principales proveedores son Rusia, China, Estados Unidos y Canadá, los cuales hacen que Costa Rica aumente sus exportaciones a países como Panamá y República Dominicana.

Gráfico 1: Exportación de plaguicidas y fertilizantes costarricenses



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Promotora de Comercio de Exterior de Costa Rica, San José, 2018.

Ventajas y desventajas de la utilización los plaguicidas y los fertilizantes

La utilización de plaguicidas y fertilizantes se da porque se requiere abastecer la demanda de alimentos para la población, los consumidores y, a la vez, los productores; con el fin de aplicar distintos métodos, como la tecnología y la ciencia, para dar soluciones, mayor rendimiento y productos de calidad.

Los plaguicidas y los fertilizantes controlan cualquier plaga o enfermedad de origen animal o vegetal que ocurra en el proceso de producción, almacenamiento, transporte o distribución de estos productos agroquímicos. Según un estudio preliminar para determinar la posibilidad de regular el mercado de fertilizantes en Costa Rica, realizado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) en el 2014, “los productos fitosanitarios evitan que a nivel mundial la producción de frutas y vegetales, forrajes y fibras caiga entre un 30 y 40% debido a la acción de diversas plagas” (p.17).

Asimismo, el uso de plaguicidas y fertilizantes tiene como ventaja la disminución de los costos para el consumidor final, es decir, que no sean tan elevados, esto provoca que la mayor parte de la población mundial tenga acceso a los alimentos. Los plaguicidas son una forma económica para controlar las plagas, pues estas pueden ser controladas con rapidez y eficacia, de modo que se da al cliente flexibilidad para la aplicación, así como protección de los animales y el medioambiente.

Dentro de las desventajas de la utilización de los plaguicidas y los fertilizantes, se encuentra que se requiere de gran cantidad de agroquímicos para satisfacer la demanda de los cultivos, tanto de plantas como de alimentos. Además, la aplicación de los plaguicidas y los fertilizantes es deficiente, pues su mal uso o aplicación puede aumentar malas hierbas y provocar la pérdida del cultivo. Igualmente, la producción de los plaguicidas y los fertilizantes debe estar en la etapa correcta de maduración, ya que, si se utilizan en la etapa incorrecta, estos pueden causar enfermedades y contaminación.

Los plaguicidas y los fertilizantes actuales son de carácter orgánico, es decir, se utilizan hongos, bacterias y virus que logren acabar con las especies que dañan el cultivo agrícola. Además, la falta de conocimiento por parte de las personas sobre los beneficios reales de aplicar fertilizantes y plaguicidas sigue siendo uno de los puntos por mejorar en el comercio, dentro y fuera del país.

Canales de Distribución

“Las empresas importadoras como distribuidoras son aquellas encargadas de tener el mercado abastecido” (Alpizar, 2017, p.73). A la vez, buscan oportunidades de internacionalización, es decir, los pequeños productores buscan casas comerciales para la compra de sus productos y estas, la comercialización. Con esto, las empresas comercializadoras brindan la opción de líneas de crédito, por medio de las cuales llegan a generar gran cantidad de ganancias, lo cual depende de cuál es la calidad o marca.

La Cámara de Comercio Exterior de Costa Rica, en mayo de 2013, elaboró un estudio de las empresas que por sector económico realizan diferentes tipos de distribución. En dicho documento se menciona que: “Los canales de distribución internacional de mercancías se establecen según las características de la geografía, la red de transporte y la economía de los países” (p.2).

De acuerdo con la información anterior, se debe tomar en cuenta que, si no se procede con adecuado manejo de los canales o cadenas de distribución, esto puede impedir que los productos por comercializar no lleguen al destino final. A su vez, eso ocasionará la generación de costos elevados y pérdidas millonarias para la empresa distribuidora.

Fiscalización de los Agroquímicos en Costa Rica

En Costa Rica, existen varias empresas dedicadas a la comercialización de los productos agroquímicos y los agroquímicos orgánicos. Uno de los requisitos para comercializar estos productos agroquímicos es obtener la certificación que indique que se desarrolló un proceso sostenible en la creación de los productos y controles de calidad. De acuerdo con el Servicio Fitosanitario del Estado Costa Rica, en su plataforma digital, son los inspectores fitosanitarios los que se encargan del control de calidad de los plaguicidas y los fertilizantes que sean importados y formulados en Costa Rica.

Con base en la información anterior, el Laboratorio de Control de calidad del Servicio Fitosanitario del Estado busca que el comprador o usuario final reciba plaguicidas y fertilizantes de buena calidad, así como enviar de la información de registro del producto, de modo que se garantice que no contengan sustancias dañinas para la salud o el ambiente. Asimismo, todos aquellos plaguicidas y fertilizantes que se reenvasen o reempaquen deben llevar un control diferente por parte de la Fiscalización de Agroquímicos para garantizar que el producto tenga las mismas características que el original.

Requisitos para la Exportación de los Plaguicidas y los Fertilizantes

En el proceso de comercialización, es fundamental tener un socio estratégico, es decir, empresas cuya función sea cumplir con los objetivos y necesidades del cliente en cuanto a la colocación de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses. Según Alpízar (2017), analista económica de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, “los pasos que deben de seguir para su comercialización son el correcto registro de productos, coordinar la recepción de contenedores, la inscripción de la empresa, entre otros requisitos necesarios” (p.1).

Igualmente, las empresas que desean buscar oportunidades y alternativas para la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes deben estar registradas en Procomer con el debido permiso de exportación. Por su parte, los plaguicidas y los fertilizantes requieren de un tipo de inscripción del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica por medio del Servicio Fitosanitario del Estado mediante la Unidad de Registros Agroquímicos.

Generalidades de República Dominicana

República Dominicana es un país que cuenta con una superficie inferior a los cincuenta mil kilómetros cuadrados, es decir, menor a la de Costa Rica. El territorio dominicano es fértil y montañoso, caracterizado por ser un área cultivable, lo que hace que República Dominicana sea un país consumidor de un gran número de plaguicidas y fertilizantes.

República Dominicana cuenta con una superficie menor a la de Costa Rica; sin embargo, el 49 % de su área es cultivable, hecho que convierte al país en un fuerte consumidor de plaguicidas y fertilizantes (Alpízar, 2017, p.1). Por un lado, a actividad económica del mercado dominicano se basa en sus principales productos agrícolas, tales como caña de azúcar, arroz, tabaco, raíces, tubérculos y café. Por otro lado, el país caribeño es dependiente de materia prima, tanto para elaboración de los plaguicidas y los fertilizantes como para su distribución.

Cultura y valoración de los proveedores

En la mayoría de los países y ciudades existen diversos acontecimientos culturales que caracterizan a los habitantes. En el caso particular de República Dominicana, el acervo cultural es enriquecedor, debido a un legado de razas que dio lugar a la base fundamental de la identidad cultural y social del pueblo dominicano, así como a diversos colonizadores que han formado parte de la historia del país.

Debido a la aparición de los colonizadores años atrás, hoy la cultura dominicana ha incorporado en su actividad cotidiana distintos instrumentos para dar avisos: tales como el caracol; el desarrollo del sistema de pesca y sus diferentes técnicas; así como los productos agrícolas como arroz, tabaco, maíz y el café; que son parte de la dieta de los dominicanos.

Como parte de la cultura dominicana, la comercialización es importante debido a que es un país que demanda gran cantidad de materia prima. Por lo tanto, para las empresas comercializadoras dominicanas es importante que sus proveedores les brinden exclusividad de contrato. Además, a pesar de ser un país pequeño, valoran que la distribución sea de carácter exclusivo, o sea, que la empresa distribuidora de los productos no sea distribuida por otra, ya que los dominicanos esperan un trato más cálido por parte de los proveedores (Alpizar, 2017, p.20).

Necesidades comerciales del mercado dominicano

República Dominicana tiene diferentes necesidades comerciales para lograr satisfacer todo aquello que resulta indispensable para vivir, de modo que produzca resultados positivos. Entre las diferentes necesidades se encuentran productos para la agricultura orgánica y ecológica, que actualmente se encuentra en crecimiento y cuyo motivo es aumentar el catálogo de productos agroquímicos, botánicos, biológicos y biocontroladores.

Según información de la plataforma del Observatorio de Complejidad Económica (OEC), República Dominicana “es un país dependiente de materia prima, y se encuentra de posición 61 en cuanto a países importadores en el mundo. Durante los últimos 5 años, el país dominicano ha incrementado su tasa anual” (Observatorio de Complejidad Económica, 2016, párr.4).

Costa Rica exportó al mercado dominicano un 3 % de plaguicidas y fertilizantes, en 2016. Según información de la plataforma digital del Observatorio de Complejidad Económica, República Dominicana es el cuarto país, con un 5 %, donde Costa Rica exporta plaguicidas y fertilizantes. Por su parte, Costa Rica ha sido colocada en la categoría de países americanos como el cuarto país exportador de plaguicidas y fertilizantes con un 1 % (Observatorio de Complejidad Económica, 2016, párr.6).

Economía en República Dominicana

República Dominicana cuenta con una superficie menor a la de Costa Rica y está dividida en 31 provincias; se considera que la población costarricense es menor a la del país dominicano. “Es categorizada una población joven donde la edad promedio es de 26 años. Un 6.5 % presenta más de 64 años” (Alpízar, 2017, p.9).

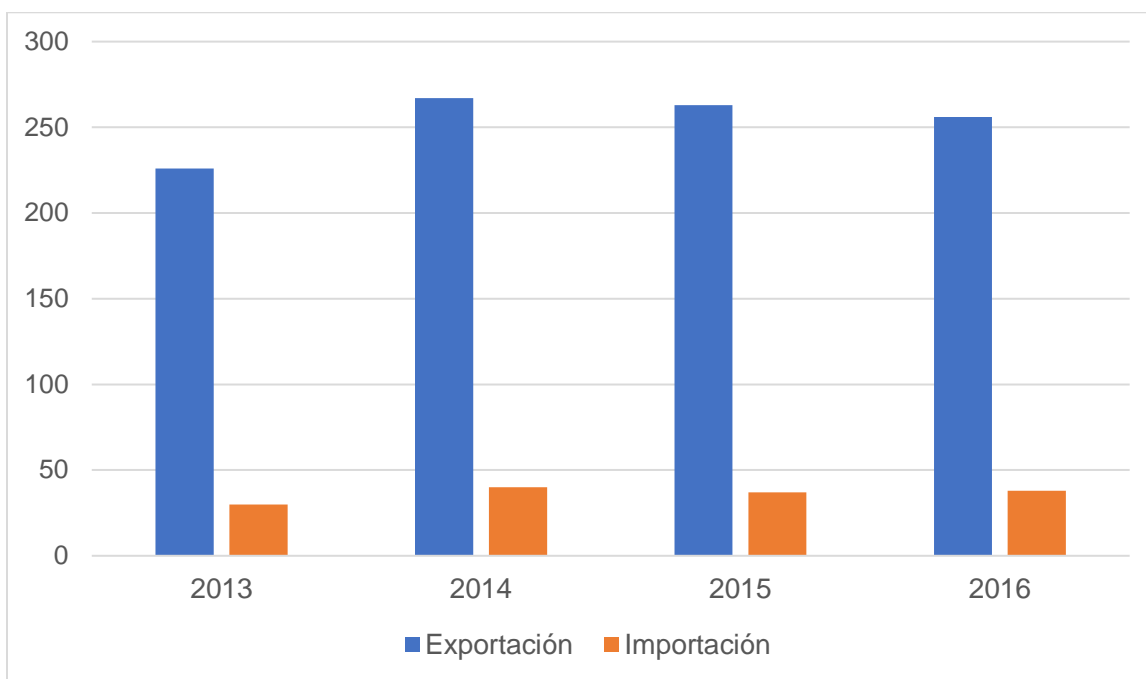
En 2017, el producto interno bruto de República Dominicana tuvo un crecimiento del 1.3 %. Luego, en el 2016, tuvo un crecimiento del 7 % con respecto al 2015. República Dominicana busca una mejora de la demanda interna y del crecimiento de las exportaciones. Según Franco Rodríguez, director de la Escuela de Economía de la PUCMM; el crecimiento inferior a las cifras de años anteriores y el promedio histórico, la economía del 2017 tuvo un crecimiento inferior al que se esperaba. Además, señala lo siguiente “lo más probable es que la economía cierre el año 2017 con un crecimiento inferior al 4.5 %” (Rodríguez, 2017, s.p.).

Relación Comercial entre Costa Rica y República Dominicana

República Dominicana es el principal socio comercial de Costa Rica en el Caribe, ya que durante los últimos años se ha presentado mayor crecimiento a favor de las exportaciones costarricenses, las cuales han incrementado en su tasa anual. Tal crecimiento con el país caribeño se da, más que todo, en el proceso de apertura comercial que ha experimentado la economía de Costa Rica, lo cual ha aumentado la competitividad de los productores y empresarios del país.

La balanza comercial entre Costa Rica y la República Dominicana es favorable para Costa Rica, debido a las grandes necesidades de importación de materias primas que tiene República Dominicana. A raíz de eso, se dio la firma del Tratado de Libre Comercio entre ambos países en el año 2002, para así lograr estimular la expansión y diversificación del comercio de bienes y servicios entre ambos.

Gráfico 2: Balanza Comercial entre Costa Rica y República Dominicana



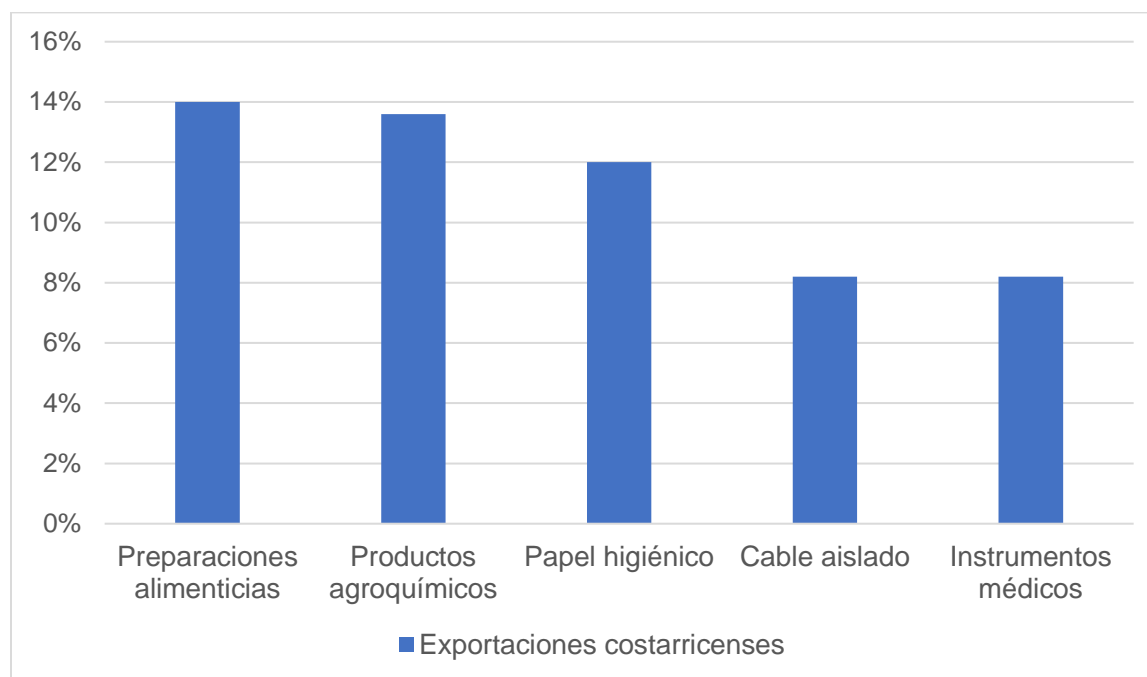
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, San José, 2018.

Comercio Internacional entre Costa Rica y República Dominicana

Como se mencionaba anteriormente, la balanza comercial de Costa Rica con República Dominicana es positiva, esto debido a que las exportaciones superan, en gran medida, sus importaciones. Según el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, en 2016 República Dominicana se posicionó como el décimo socio comercial para las exportaciones costarricenses, de modo que se convirtió en el primero en relación con la región Caribe y el cuarto en relación con los plaguicidas y los fertilizantes.

Con base en información revelada por el Observatorio de Complejidad Económica (OEC) en su plataforma digital, durante los últimos años, se estima de que hay alrededor de más de 200 empresas realizando envíos a República Dominicana, principalmente a sectores como el alimenticio y el sector químico, en los cuales los plaguicidas ocupan el tercer lugar en importancia. Los principales productos exportados a República Dominicana son las preparaciones alimenticias con un 14 %, productos de papel con un 12 % y productos químicos con un 2 %. Asimismo, Costa Rica importa de República Dominicana manufacturas de plástico, materiales eléctricos, resinas, medicamentos, entre otros.

Gráfico 3: Exportaciones costarricenses hacia República Dominicana



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Observatorio de Complejidad Económica, San José, 2018.

Trazabilidad de los plaguicidas y los fertilizantes

La trazabilidad es un conjunto de acciones que se aplican sobre un producto a lo largo de toda su cadena de comercialización, desde el origen de importación o exportación hasta lo que es el consumo final. “Un proceso en el cual se registra toda la información correspondiente a los elementos involucrados en el historial de un producto, desde el comienzo hasta el final de la cadena de comercialización” (Sánchez, 2008, p. 113).

A su vez, la trazabilidad desarrolla una capacidad de seguir a un producto, en este caso un producto agroquímico, de manera que sea posible identificar todas y cada una de las etapas por las que pasa. Con la participación de diferentes acuerdos comerciales, como Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Centroamérica y República Dominicana, conocido como CAFTA, o el Acuerdo de Asociación de la Unión Europea con Centroamérica, fue posible un cambio en el mercado dominicano, en el cual los requisitos fitosanitarios son de carácter obligatorio debido al tema de la salud pública.

De acuerdo con la información anterior, la trazabilidad cuenta con tres componentes básicos que desarrollan el perfecto funcionamiento: el registro de productores y establecimientos, la identificación individual de compuestos y la distribución. Este proceso es útil porque facilita la utilización de los productos agroquímicos dominicanos.

Según Roxana Saravia, coordinadora regional de trazabilidad de la Asociación GS Uno para Latinoamérica, el fabricante debe declarar la cantidad de productos comercializables. Posteriormente, se inicia por la cadena comercial y su uso; en lo cual Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) es el organismo sanitario encargado de la vigilancia.

El proceso de trazabilidad es importante, debido a que permite que los productos sean confiables y seguros para comercializar, así como que tengan un buen posicionamiento en países

que cuenten con vigilancia sanitaria. Igualmente, serán seguros y confiables a través de las cadenas de comercialización, lo cual les permitirá posicionarse en el mismo nivel de países de alta vigilancia sanitaria.

Participación de Costa Rica como proveedor en República Dominicana

República Dominicana es un país que cuenta con altos proveedores de plaguicidas y fertilizantes, tales como Estados Unidos, China, Colombia, Canadá, Alemania y México, según lo informa Alpízar (2017). Costa Rica se encuentra en la doceava posición como proveedor, pero eso no es una limitante para aumentar esa posición, si se enfoca en los siguientes elementos:

- Enfoque en los requerimientos de las empresas dominicanas.
- Mantener estándares de calidad.
- Aprovechar el precio.
- Maximizar las ganancias, aprovechando la ventaja en costos logísticos que tiene Costa Rica con respecto a otros países de América.
- Aprovecha un menor tiempo de tránsito en comparación con otros competidores.

Según estadísticas presentadas por el Observatorio de Complejidad Económica (OEC), en 2016 Costa Rica exportó en plaguicidas y fertilizantes un total de \$116 millones y a República Dominicana un total de casi \$5 millones. Este panorama posicionó a Costa Rica como el sexto país en importancia de exportación; los plaguicidas y los fertilizantes fueron, en ese caso, el segundo producto químico en importancia importado por República Dominicana desde Costa Rica.

Actualmente, según la lista de exportadores proporcionada por la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (noviembre, 2017), son 115 las empresas encargadas de la exportación de productos químicos y se encuentran 22 empresas exportando a República Dominicana los plaguicidas y los fertilizantes. Laquinsa, BioQuim, RIMAC, Formuquisa e Inquisa son parte de las

empresas exportadoras costarricenses hacia el país dominicano.

Demanda de Plaguicidas y Fertilizantes en República Dominicana

República Dominicana disminuyó en 2016 la importación de plaguicidas, pero la demanda de los productos agroquímicos aumenta, ya que el consumo de estos es necesario para la economía y el sector agrícola, pues la mayor parte de productos del mercado dominicano consiste en los tubérculos, caña de azúcar, arroz y tabaco. En dicho contexto, Costa Rica está muy familiarizada con la producción de este tipo de productos, lo que hace que este país sea de gran importancia para República Dominicana, así como lograr aumentar su producto interno bruto (PIB).

Con respecto a la información anterior, Procomer posiciona a República Dominicana como el primer país caribeño importador de productos agroquímicos, ya que superó los \$120 millones, en la importación de plaguicidas como herbicidas, fungicidas e insecticida. Es, sobre todo, importante que los plaguicidas importados estén terminados y se puedan utilizar inmediatamente, debido a que República Dominicana no cuenta con empresas que produzcan los agroquímicos.

En 2016, el Observatorio de Complejidad Económica (OEC) mostró los principales proveedores para República Dominicana, entre ellos: Estados Unidos, China, Colombia y Costa Rica, posicionada en el puesto número once. Parte de los productos agroquímicos que llegan a República Dominicana son genéricos, aunque se buscan productos de marca, con certificado de calidad que garantice el producto.

Como se mencionó anteriormente, la demanda de fertilizantes importados en el país dominicano viene disminuyendo, a pesar de que el mercado dominicano tuvo un alza en el sector agrícola. República Dominicana depende totalmente de las importaciones de materia prima para fabricar los productos. Debido a esta alta dependencia, la balanza comercial de fertilizantes es deficitaria.

Experiencia de comercialización con Costa Rica

Costa Rica, desde el inicio de comercialización con el mercado dominicano, se ha logrado posicionar como un país de buena calidad. Asimismo, se caracteriza porque tiene un grupo de empresas que controlan la oferta nacional e internacional, y toman en cuenta los productos nitrogenados, fosfatados, entre otros. Es decir, produce agroquímicos responsables para el desarrollo inicial de los cultivos, con el fin de proteger de enfermedades. República Dominicana está muy familiarizada con este tipo de productos agroquímicos.

El comercio existente entre Costa Rica y República Dominicana es alto, ya que República Dominicana es el primer país caribeño donde Costa Rica exporta. Por ese motivo, las empresas dominicanas cuentan con conocimiento sobre los productos costarricenses, tanto en cuanto a la calidad como con respecto al precio. Por ende, los dominicanos señalan que los productos son caros en comparación con otros países, como lo son China, Estados Unidos, Colombia y Canadá.

Actualmente, la experiencia que ha tenido República Dominicana con Costa Rica se ha establecido por medio de empresas como Rimac, Formuquisa e Inquisa, es decir, empresas costarricenses productoras y distribuidoras de productos agroquímicos. Asimismo, gracias a estas empresas, Costa Rica se posiciona como un país que interesa a República Dominicana en cuanto a lo que puede ofertar para comercializar, a pesar de que el factor costos es competitivo en comparación con otros países. Costa Rica cuenta con una gran ventaja, pues comprende completamente el negocio de los agroquímicos, debido a que forma parte de la región centroamericana y sus cultivos son familiares a los que el mercado dominicano produce.

Partiendo de eso, República Dominicana considera que las empresas costarricenses cumplen con su expectativa de los productos, ya que estos son de buena calidad y tienen buenos tiempos de entrega, pues toma de 4 a 7 días el transporte desde Puerto Moín en Limón hasta Río Haina en República Dominicana. El costo de dicho transporte es de \$1825, pero es el que dura menos en llegar. Dicho costo es promedio en comparación con otros países, según información

obtenida de Procomer.

Alternativas comerciales de empresas en República Dominicana

En Costa Rica, empresas como Agroquímica Industrial Rimac S.A. y Formuquisa han establecido el mercado dominicano como uno de los principales compradores. Alrededor de 86 empresas se dedicaron a la exportación de plaguicidas y fertilizantes a República Dominicana, pero el mercado dominicano se concentró en la compra de estos productos a 20 empresas costarricenses (Alpizar, 2017, p.14).

Actualmente, el mercado dominicano es liderado por dos empresas que se encargan de la importación de la materia prima para realizar formulaciones de acuerdo con los requerimientos de los productores y sus cultivos. En dicho contexto es muy común que realicen mezclas para el mercado dominicano y los pequeños productores con el fin de obtener fertilizantes y plaguicidas en todo el territorio de República Dominicana, debido a que tienen un grupo de distribución para todo el país.

Según la información anterior, las empresas dominicanas encargadas del mercado de agroquímicos en ese país son Fersan y Ferquido. Fersan es una empresa dominicana que importa herbicidas, insecticidas, fungicidas y bioestimulantes de países con una marca internacional. Asimismo, su relación con Costa Rica también se basa en la importación de materia prima por parte de empresas costarricenses como Syngenta, Dow AgroScience, Bayer CropScience, DisAgro. Igualmente, participa activamente de mercados relacionados con abonos químicos y orgánicos granulados y solubles, así como en la elaboración, a medida, de cultivos como banano, piña, vegetales y café.

Por su parte, Laquinsa S.A es una empresa costarricense que pertenece al grupo Trisan. Dicha empresa ha incursionado en el mercado de los agroquímicos con el fin de ampliar el

catálogo de productos, para que la elaboración de los agroquímicos sea la adecuada para la protección de cultivos y la salud animal.

Conceptos Teóricos

A continuación, se presentan los principales conceptos teóricos que dan fundamento a la investigación. Se define el concepto de comercio internacional, desde el punto de vista de diferentes autores con base en las investigaciones sobre comercio internacional, así como también otras definiciones que aportan información al tema de investigación; tales como: potencial comercial, variedad de producto, ventaja competitiva, entre otros.

Comercio Internacional

El tema de la presente investigación forma parte del comercio internacional, este es un factor que logra abarcar las relaciones comerciales e internacionales, sin que sea un país específico para comercializar, o sea, tiene como fin los movimientos comerciales entre naciones, para que haya una participación con respecto a este tema en la cual surjan los ingresos económicos.

Con base en el párrafo anterior, Sampa (2009), en su libro denominado “El arbitraje internacional. Cuestiones de actualidad”, se refiere al comercio internacional como “el conjunto de transacciones comerciales realizadas entre privados, residentes en distintos países, y operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y acentuadas diferencias económicas y sociales” (p.24).

Asimismo, De la Hoz (2013), en su proyecto “Generalidades de Comercio Internacional”, lo define como:

El comercio internacional estudia las causas y leyes que gobiernan los intercambios de bienes y servicios entre los habitantes de los diferentes países en su interés por satisfacer sus necesidades de bienes escasos. En esta definición es importante destacar una cualidad que hace diferente al comercio internacional de cualquier otro tipo de comercio y es que para poder realizar este intercambio de bienes se debe atravesar las fronteras de un país. (p.15)

Con respecto a las definiciones de los dos diferentes autores, el comercio internacional se refiere a todo aquello que se realiza entre los estados que conforman la internacionalización, por medio de diferentes empresas comercializadoras u organizaciones. Es decir, un país con una comunidad o entidad económica, en la cual se lleve a cabo un proceso por medio del cual esos países importen y exporten bienes y servicios. Sobre todo, es importante el capital financiero que ayude a fortalecer la economía del país, ya que, con respecto a las exportaciones e importaciones, se define la balanza comercial de un país.

Potencial comercial

El Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital del gobierno de España, en su portal web, define que, el potencial comercial es cuando:

Hay perspectivas de obtener ventas y beneficios de un nivel suficiente para que merezca la pena asumir todos los riesgos que genera su idea. Las empresas en particular necesitan contar con pruebas sólidas de que su producto se va a vender bien (Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital, 2012, párr.2).

Por su parte, Porto (2009), define el potencial como “un término con numerosos usos. Como adjetivo, puede referirse a aquel o aquello que dispone de potencia, que es susceptible de tener existencia o que cuenta con la virtud de algo diferente” (párr.3).

Con base en las definiciones anteriores, el potencial comercial es lo que permite identificar una posible compra de un cliente al comparar los comportamientos de compra con otros grupos,

de modo que se lograr captar, por medio de campañas, para los clientes en función de la comercialización. Asimismo, se identifica con la aceptación de un producto dentro del mercado y con cuál es la oportunidad que tiene determinado producto para que se logre una venta exitosa en la comercialización y la internacionalización.

Producto

Stanton, Etzel y Walker (2007), en su libro Fundamentos del Marketing edición 13, brindan el concepto sobre el término de producto como “un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea” (p.221).

Para Kerin, Hartley y Rudelius (2009), en su libro Marketing, novena edición, el producto es “un artículo, servicio o idea que consiste en un conjunto de atributos tangibles o intangibles que satisface a los consumidores y es recibido a cambio de dinero u otra unidad de valor” (p.254). Asimismo, Kotler y Armstrong (2012) definen el producto, en su libro Marketing, como “la idea de que los consumidores prefieren los productos que ofrecen lo mejor en cuanto a calidad, desempeño y características, y de que, por lo tanto, la organización debería dedicar su energía a mejorar continuamente sus productos” (p.37).

Tal y como lo muestran las definiciones en los párrafos anteriores, un producto es lo que toda empresa, ya sea grande, mediana o pequeña, reconoce como elemento principal: el brindar a su mercado establecido todas aquellas metas cuyo fin es lograr los objetivos iniciales, para así aumentar las utilidades. No necesariamente el producto debe ser un bien físico, sino que también se contemplan los servicios, las ideas que tenga cualquier organización, de modo que ese producto resalte características como la calidad y el precio, los cuales se explicarán a continuación.

Calidad

Stanton, Etzel y Walker (2007), definen, en su libro Fundamentos del Marketing, edición 13, la calidad como:

El conjunto de características de un bien o servicio que determinan su capacidad de satisfacer necesidades. Aparte de los gustos personales, las expectativas individuales afectan asimismo a los juicios de la calidad. Esto es, el consumidor lleva consigo ciertas expectativas a la situación de compra. (p.293)

Según Vásquez (2007), el término calidad se comprende, por parte de los gerentes, administradores y funcionarios, como:

El logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de estos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente con precios razonables. (párr.1)

Sin embargo, la calidad es un conjunto o grupo de características o propiedades de un producto o servicio, las cuales logran satisfacer las necesidades del cliente, de modo que provocan una sensación de felicidad, bienestar y complacencia al tener una estandarización de características que se puedan cumplir con varias compras y con lograr un precio correcto.

Estándares de calidad

Los estándares de calidad deben estar presentes siempre que haya gestión de la calidad. Son la manera de contar con referencias claras para contrastar las acciones implementadas y los resultados alcanzados (Pizzo, 2013, p.2).

Además, los estándares de calidad son la manera de contar con referencias claras para las tareas y los resultados que se esperan, también suelen ser una complicación: generarlos, actualizarlos, conseguir que se apliquen (Gestiopolis, 2014, párr.2).

En otras palabras, los estándares de calidad son factores que un determinado producto debe tener, debido a que le otorga valor agregado al producto ofertado. En este caso, los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses cuentan con gran potencial para posicionarse en el mercado dominicano, porque representan uno de los elementos más solicitados y requeridos por este mercado, gracias a su diversificación con respecto a la calidad.

Precio

Según lo establecido anteriormente, los elementos principales de un producto son la calidad y el precio. Al respecto, Stanton, Etzel y Walker (2007) definen, en su libro Fundamentos del Marketing, edición 13, el precio como: “la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto. Recuerde que la utilidad es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos” (p.338).

Para los autores Lamb, Hair y McDaniel (2006), en el libro Marketing, octava edición, el precio es “aquello que es entregado a cambio para adquirir un bien o servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos” (p.586).

Con respecto a las definiciones anteriores, queda claro que el precio se considera una expresión de valor que tiene, ya sea, un producto o servicio, de forma monetaria. De modo que el comprador debe pagarle a la persona que vende. En esa relación hay un beneficio en conjunto por tener o utilizar un servicio o producto.

Demanda Potencial

Kotler (2012), en su libro Marketing, define el concepto de demanda potencial como:

Es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado. El hallar la demanda potencial para el tipo de producto o servicio que ofrecemos, tiene como objetivo principal el ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio. (p.54)

Stanton, Etzel y Walker (2007) definen, en su libro Fundamentos del Marketing, edición 13, demanda potencial en mercados extranjeros como:

Una alta demanda de una gran variedad de productos en todas partes del mundo. Entre las naciones en desarrollo, al igual que en las desarrolladas, existe una demanda de productos de negocios tales como máquinas herramientas, equipo de construcción y computadoras. (p.53)

Demanda comercial se puede dar en mercados nacionales e internacionales, y siempre va de la mano del catálogo de productos o servicios ofrecido por una empresa para su población o cliente. Allí incluirá factores como la satisfacción hacia lo que se da como resultado de una compra; sin embargo, la demanda se fundamenta en las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los precios que muestre el mercado.

Ventaja Competitiva

El concepto de ventaja competitiva es definido por Kotler (2012) en su libro denominado “Marketing” de la siguiente manera:

Es una ventaja sobre los competidores que se gana ofreciendo gran valor al cliente, ya sea ofreciendo precios bajos o bien proporcionando más beneficios que justifiquen precios altos. Dependiendo del grado en que una empresa pueda diferenciarse y posicionarse como proveedora de valor superior para el cliente, gana una ventaja competitiva. (p.210)

También Stanton, Etzel y Walker (2007), definen, en su libro Fundamentos del Marketing, edición 13, la ventaja competitiva como:

Algunos países cuentan con recursos naturales o humanos únicos que les dan una ventaja cuando se trata de elaborar ciertos productos. Este factor, por ejemplo, explica el predominio de Sudáfrica en diamantes y la capacidad de ciertos países asiáticos y centroamericanos en desarrollo con bajas tasas salariales para competir con éxito en productos ensamblados a mano. Un país maximiza su prosperidad económica especializándose en una ventaja comparativa y haciendo comercio con otros productos. (p.50)

Ambos conceptos son sustentables hacia la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter, quien es considerado como el padre de la estrategia corporativa. Por lo tanto, se puede entender el término de ventaja competitiva como el valor que logra tener una empresa por sus productos, de modo que se toma en cuenta una serie de variables como el tipo de mercado, el precio y la disposición de los posibles compradores.

Certificación de calidad

Los certificados de calidad están relacionados con el hecho de que cuando se va a comercializar un producto o servicio, es necesario contar con un algún permiso que respalde la calidad del producto o servicio que se le ofrece al cliente. Dicho permiso es uno de los elementos de la comercialización. Sin embargo, cada vez son más las empresas comercializadoras que obtienen certificados de calidad, ya que aportan sistemas de gestión de calidad para un producto.

Para complementar el párrafo anterior, Ramón Naz Pajares, director general de Asociación Española de Normalización y Certificación, señala los certificados de calidad como algo que “ha llegado a todo tipo de empresas, independientemente de su tamaño y de su sector de actividad. Y no se ha limitado al ámbito empresarial, ya que incluso la Administración tiene certificados de calidad” (2010, párr.4).

Desventaja Competitiva

La desventaja competitiva, es esa variable de nuestro producto o servicio que nos permitirá ganar dinero y ser rentables en nuestro intercambio de bienes y servicios. Algunos ejemplos de desventaja competitiva serían: altos precios, baja calidad, servicio lento, falta de innovación, limitadas o malas condiciones de pago, etc. (Olavarría, 2012, párr.9)

Actualmente, los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses cuentan con una desventaja competitiva relacionada con el precio, debido a que los costos de producción son elevados en el país, tales costos incluyen la electricidad, la mano de obra y la materia prima. Por ende, es necesario aportar mayores ventajas, como la calidad mencionada anteriormente, para que la desventaja no tenga tanto impacto en relación con otros plaguicidas y fertilizantes.

Participantes en el Proceso

Exportador

La definición de exportador, según lo señalado en el portal Defina.com, referenciado del Diccionario de la Lengua Española, es la siguiente: “es el que exporta, envía, manda, vende, negocia o mercadea cualquiera existencia, producto y cualquier mercancía que se envía en el exterior y relacionado con el comercio exterior” (2013, párr.2).

Asimismo, el concepto de exportador, según lo señalado en el portal WordRefernce.com referente al Diccionario de la Lengua Española, consiste en: “quien exporta o comercia con país extranjero, remitiéndole objetos y productos del suyo o de aquel en el cual reside” (2015, párr.1).

En términos de la investigación, el exportador es el encargado de comprarle a los pequeños productores de plaguicidas y fertilizantes, así como de realizar la distribución a las empresas dominicanas que solicitan el servicio de pequeños productores, debido a que se dedican a

mercadear los productos entre los productores y empresas que registran los agroquímicos en el país.

Formulador

Según el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (2011), formulador es “la mezcla de ingredientes activos en grado técnico con aditivos ya sea para plaguicidas o fertilizantes” (p.29). Por su parte, las empresas formuladoras son las que importan el formulador y lo preparan como producto formulado, para venderlo directamente en fincas, en agroservicios o para exportarlo (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2011, p.31).

Actualmente, Costa Rica tiene una ventaja con respecto a las empresas formuladoras del país, debido a que estas no existen en República Dominicana, porque todos los productos agroquímicos en el mercado dominicano deben estar listos para ser colocados en el anaquel, es decir, listos para su venta. De su totalidad, el 71 % corresponde a fertilizantes y el 29 % a plaguicidas. Además, existen registradas en el país 48 formuladoras de plaguicidas y 7 de fertilizantes, a pesar de que no todas se encuentran activas (Alpízar, 2017, p.24).

Importador

La definición de importador, según lo señalado en el portal Defina.com, referenciado del Diccionario de la lengua española, es la siguiente:

Se dice de una persona o también de una compañía o grupo que introduce, mete, importa o entra en el país, nación o estado mercancías, productos, artículos, existencias o algunos géneros extranjeros o aquellos de origen o procedente de otro país. (2017, párr.1)

El mercado en República Dominicana está controlado básicamente por empresas, las cuales importan la materia prima para realizar formulaciones de acuerdo con los requerimientos de los

productores y de los cultivos (Alpizar, 2017, p.64). Además, el mercado de plaguicidas y fertilizantes en República Dominicana se mueve por dos empresas, según lo menciona Alpizar (2017) en su investigación, debido a que esas dos empresas compran y son las encargadas de distribuir los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses entre empresas más pequeñas, que no realizan la importación dado al costo.

Logística

“La misión fundamental de la logística empresarial es colocar los productos adecuados (bienes y servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, contribuyendo lo máximo posible a la rentabilidad de la firma” (Giraldo, 2011, párr.2).

“La logística determina y coordina en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar correcto y el tiempo correcto. Es en definitiva una ciencia que estudia la organización de todas aquellas actividades que componen la “cadena logística” (Cano, Beviá, Enríquez, Molins, 2010, p.3).

Es preciso contar con un planeamiento de la logística para distribuir correctamente los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses hacia el mercado de República Dominicana, así como para conocer cuáles son los puntos necesarios para que la exportación e importación de estos productos agroquímicos se haga bien y cumpla con todos los requerimientos, tanto por parte del proveedor como por parte del país proveedor, lo cual sea de beneficio para ambos. Planear una buena logística se basa en conocer el mercado. Por lo tanto, dentro de la logística para los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses se analiza el medio de transporte, los permisos y los envases para que esta distribución sea eficiente.

Transporte

El traslado de mercancías de un país a otro; se conforma gracias al transporte, ya que, incluye diferentes medios de transporte que actúan desde y hacia cualquier punto geográfico. La definición de transporte es la siguiente:

“El transporte mueve las mercancías, mientras que la logística gestiona esos movimientos. Por tanto, el transporte ejecuta las acciones que dictan los responsables logísticos. Es uno de los pequeños compartimentos que hay dentro del área logística.” (Dorta, 2013, p.4)

A nivel de comercio internacional, existen tres tipos de transporte: el terrestre, el marítimo y el aéreo. En términos de la investigación, el transporte utilizado para la exportación de plaguicidas y fertilizantes costarricenses hacia República Dominicana es el transporte aéreo y marítimo. El último es el más utilizado para la exportación de plaguicidas y fertilizantes, especialmente por su costo.

Costa Rica tiene el mejor tiempo de tránsito en comparación con sus competidores, pues le toma solo 4 días llevar la mercancía hasta República Dominicana. Con respecto al costo, este es mayor que el de Estados Unidos de América en casi un 34 % en flete marítimo, pero si se incluye el transporte local en origen, Estados Unidos es un 49.8 % más alto. Por su parte, México tiene mejores costos que Costa Rica, pero tiempos de tránsito superiores en más de 10 días (Alpízar, 2017, p.119).

Como lo menciona Alpízar (2017), para el caso de Costa Rica el tiempo es muy corto para la entrega y su costo es menor en comparación con otros países, esto representa una de las ventajas que hacen que el transporte marítimo sea de gran utilización para transportar los plaguicidas y los fertilizantes.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

En este capítulo se detalla la metodología por utilizar en cuanto a la recolección y el análisis de datos para dar respuesta a las preguntas que surgen de los objetivos de la investigación. El fin principal de esta investigación es determinar el potencial comercial que muestran los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en el mercado de República Dominicana. Para efectos de esta investigación, se utiliza el enfoque cualitativo, dado que toma la información con base en un conjunto de elementos que se pueden analizar por medio de discursos y entrevistas, es decir, no lleva ninguna selección delimitada por un parámetro. De acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2014), el enfoque cualitativo “se guía por áreas o temas significativos de investigación, ya que se utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p.7).

De acuerdo con la información anterior, la base del enfoque de la investigación consistirá en opiniones y participación de personas. O sea, se va a trabajar con entrevistas a expertos y personas dedicadas a la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes. Además, se utilizará la información de diferentes libros y autores para dar valor bibliográfico al tema, de modo que se lleve el proyecto al análisis de resultados.

Por consiguiente, de acuerdo con la información anterior, se aplicarán técnicas para recolectar datos, tales como: observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, así como interacción e introspección con grupos o comunidades (Hernández et al., 2014 p.9).

Método de la Investigación

Esta investigación sigue una serie de pasos que lleva un orden de toda la información solicitada por medio de diferentes instrumentos. Para motivos de este estudio, se selecciona el Paradigma Naturalista, ya que se busca una comprensión e interpretación de los resultados, cuyo objetivo es dar una resolución a las preguntas, debido a que determina las acciones y la forma en la que se piensa. Tal y como lo afirma Barrantes (2013), un paradigma es: “un aspecto indispensable para definir la forma en la que se desarrolla, ya que determina nuestras acciones y se convierte en este proceso” (p. 75).

Según la información anterior, esta investigación sigue un orden cronológico de acuerdo con toda la información obtenida por medio de diferentes instrumentos. El diseño de la investigación tiene como propósito estar interrelacionado y comprometido para alcanzar el máximo entendimiento y dar explicaciones en un tiempo y espacio adecuado para ello, debido a que hay elementos que pueden influir en el proceso al aportar un criterio de credibilidad.

El estudio busca obtener un resultado útil a través de la participación de personas con capacidad de dar información necesaria, y a la vez dar un análisis de opinión, relaciones, credibilidad dentro de un ámbito de negociaciones de Costa Rica y República Dominicana. Además, analizará a los consumidores y sus preferencias en el campo de los productos agroquímicos con el fin de brindar una buena calidad y servicio.

Fuentes de Información

Muestra

Para efectos de la investigación, la población es todo aquello que posee alguna característica viable y común en un lugar y tiempo determinado, es decir, que haya homogeneidad en la población según las variables que se consideran en este estudio, así como también en cuanto al tiempo y espacio. Como lo mencionan Hernández et al. (2014), la población es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174).

De acuerdo con la información anterior, en esta investigación sobre el potencial comercial de los plaguicidas y los fertilizantes en República Dominicana, la selección de la población se conforma por todos aquellos elementos que concuerdan con el potencial comercial de los plaguicidas y los fertilizantes en un tiempo determinado. Dado esto, la población incluye a las empresas dedicadas a la producción y comercialización de plaguicidas y fertilizantes, así como a las instituciones relacionadas con el tema en desarrollo, tales como el Ministerio de Comercio Exterior, encargado principalmente de promover y apoyar el sector de comercialización; la Promotora de Comercio Exterior, organismo que vela por la promoción de las exportaciones del país; y el Servicio Fitosanitario del Estado.

Para efectos de esta investigación, la muestra permite entender y analizar, de forma detallada y específica, la población seleccionada mediante diferentes elementos que brinden la información pertinente para la investigación. Para esta investigación en específico, la muestra seleccionada es la no probabilística, ya que se aplicará un enfoque según criterio de especialistas en comercio internacional.

Con la muestra se busca obtener más información y un resultado claro, pero sobre todo realista, ante el potencial de los plaguicidas y los fertilizantes. El criterio, también, se basa en una población objeto de estudio de carácter intencional para un mayor alcance y factibilidad en la obtención de la información.

Tal como lo mencionan Hernández et al. (2014), se puede definir la muestra como: “un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población y en la investigación cualitativa todas las muestras deben ser representativas” (p.175).

Tabla 1: Desglose de Entrevistados

Entrevista	¿Dónde?	¿Por qué?
Entrevista 1	Empresa exportadora de plaguicidas y fertilizantes a República Dominicana.	Para conocer la producción y comercialización durante la actividad.
Entrevista 2	Empresa formuladora y exportadora de agroquímicos.	Para determinar la producción y comercialización de los productos.
Entrevista 3	Procomer.	Para conocer la promoción y los estudios referentes al sector agroquímico.
Entrevista 4	Empresa exportadora de plaguicidas y fertilizantes.	Para delimitar las posibilidades que ha tenido durante su actividad con los productos agroquímicos.
Entrevista 5	Empresa no exportadora de plaguicidas y fertilizantes.	Para determinar cuáles son los motivos por los cuales no exporta.
Entrevista 6	Empresa exportadora de fertilizantes.	Para conocer las posibilidades de comercialización.
Entrevista 7	Formulador de plaguicidas y fertilizantes.	Para identificar cuál es el procedimiento de la producción.
Entrevista 8	Servicio Fitosanitario del Estado.	Para conocer si solicitan algún permiso para los plaguicidas y los fertilizantes.
Entrevista 9	Empresa importadora de plaguicidas y fertilizantes.	Para delimitar la razón por la cual importan los productos.
Entrevista 10	Empresa exportadora a República Dominicana de productos alimenticios.	Para determinar si exportan a República Dominicana otro tipo de productos.

Fuente: Elaboración propia con datos de la presente investigación, San José, 2018.

Fuentes de información

Para elaborar una investigación se debe contar con teorías, hipótesis o técnicas sobre el tema por investigar, dado que ayuda para un mejor entendimiento y definir cuáles son los instrumentos que permiten localizar y recuperar los documentos e información. Hernández et al. (2014) mencionan que “es vital identificar fuentes de información (líderes, redes, grupos, organizaciones) e investigadores potenciales (socios). También a las personas conflictivas y quienes pueden entorpecer la investigación” (p. 501).

Las fuentes de información son todo lo que proporciona datos para reconstruir hechos y conocimientos, y a la vez, son un instrumento para obtener el conocimiento, búsqueda y acceso a la información, como lo es el cuestionario. Las fuentes de información pueden ser clasificadas en varios tipos: fuentes primarias, secundarias y terciarias. Según la naturaleza de esta investigación, se van a utilizar las primarias y las secundarias.

Las fuentes primarias brindan información de buena calidad, es decir, son originales y dan un resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones, debido a que contienen información antes de ser interpretada. Según Losantos (2011), en su obra Fuentes de información para la atención al público, menciona lo siguiente: “las principales fuentes de información primaria son los libros, monografías, publicaciones periódicas, documentos oficiales o informe técnicos de instituciones públicas o privadas, tesis, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales, foros” (p.3).

La investigación utiliza fuentes primarias para la recolección de información; tales como entrevistas en el Servicio Fitosanitario del Estado dirigidas hacia las distintas empresas dedicadas a la comercialización de plaguicidas y fertilizantes costarricenses, los colaboradores de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica que hayan realizado estudios para este sector, entre otros.

Las fuentes secundarias son las que ya han procesado información de una fuente primaria, es decir, cualquier información obtenida en el proceso pudo ser una interpretación, un análisis, así como la extracción y reorganización de la información que se obtuvo en la primaria. Para efectos de esta investigación, se van a utilizar con el fin de interpretar y analizar información de bibliografías, enciclopedias y otras investigaciones, las cuales dan uso a una gran variedad de técnicas y herramientas que puedan ser utilizadas para la obtención de información.

Unidades de Análisis

Potencial comercial

Son acciones que permiten identificar toda aquella posibilidad de compra o venta por parte del cliente para aumentar sus oportunidades. Tal y como lo menciona Porto (2009), “el potencial es un término con numerosos usos. Como adjetivo, puede referirse a aquel o aquello que dispone de potencia, que es susceptible de tener existencia o que cuenta con la virtud de algo diferente” (párr.3). En este caso, hay perspectivas de las que se puede obtener ventas, beneficios y cualquier riesgo que genera la comercialización de un producto. República Dominicana es un país que tiene una balanza comercial negativa, es decir, su importación es mayor que su exportación, puesto que existe una elevada capacidad de adquisición de productos. Además, los habitantes de esta nación tienen un consumo elevado de plaguicidas y fertilizantes, ya que se posiciona como el primer país importador de dichos productos, en la región del Caribe.

Cabe destacar que el consumo de los plaguicidas y los fertilizantes va en aumento, ya que, en su mayoría, se requiere de un producto terminado, debido a que no cuentan con oferta de empresas en República Dominicana.

Posibilidades competitivas

En cuanto a la comercialización en el exterior, existe la capacidad de generar satisfacción para el cliente, ya sea fijando un precio u ofreciendo un precio menor, siempre y cuando se compre una cantidad fija. Al aplicarse directamente a un país suele ser un poco dudoso, ya que todo depende de la relación entre la calidad y el costo del producto, es decir, a nivel de precios, insumos y a nivel de la economía del país productor. Según Porto (2009) la posibilidad es “un concepto hace referencia a la potencia, aptitud u ocasión para ser o existir algo, es decir, para que algo suceda” (párr.1). Cabe mencionar que la posibilidad puede aumentar para Costa Rica, en aspectos como: enfocarse en los requerimientos que necesitan las empresas dominicanas, estándares de calidad y aprovechamiento de cualquier ventaja competitiva en el sector logístico.

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Cuestionario

El cuestionario, para efectos de esta investigación, dará a conocer, de la manera más clara posible, cuáles son las opiniones de los expertos. También les permitirá, a los encuestados: expertos y profesionales en temas de comercialización de productos a nivel internacional, expresarse al responder varias preguntas enfocadas en obtener conocimiento veraz y confiable. Tal y como lo definen Hernández et al. (2014), cuestionario es un “conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (p.217). Para efectos de esta investigación, se utilizará el cuestionario como el instrumento para recabar la información necesaria sobre los plaguicidas y los fertilizantes.

Debido al enfoque metodológico de esta investigación, el cuestionario por utilizarse será el de preguntas abiertas. Al crear el cuestionario se debe tener mucho cuidado y delicadeza en su planeación y análisis, para así obtener una respuesta clara con reflexión propia, la cual muestre qué siente el entrevistado. Tal y como lo definen Hernández et al. (2014) “las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, por lo cual el número de categorías de respuesta es muy elevado; en teoría, es infinito, y puede variar de población en población” (p.220).

Entrevista

La entrevista es una técnica que muestra la posibilidad de interactuar con personas por medio de distintas preguntas. En el caso específico de este estudio, la entrevista permitirá comprender las alternativas viables de comercialización de los productos agroquímicos. Hernández et al. (2014) mencionan que en las entrevistas: “pueden hacerse preguntas sobre experiencias, opiniones, valores y creencias, emociones, sentimientos, hechos, historias de vida, percepciones y atribuciones” (p.460).

Según Murillo (2012) la entrevista:

Es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información gira entorno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona; tales como, creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación estudiada. (p.6)

El motivo de la entrevista en esta investigación estará relacionado con la obtención de características que puedan dar respuesta a los objetivos planteados en esta investigación. Es por eso que, tal y como lo menciona Murillo (2012), el objetivo de la entrevista es: “controlar y corregir la técnica empleada (determinar objetivos, formular preguntas, codificar adecuadamente,) es un paso imprescindible” (p.7).

Con la implementación de la entrevista, se espera recopilar la información pertinente con el objetivo de llevar a cabo el proyecto, mediante una entrevista semiestructurada, la cual permitirá obtener la información que se desea para la recolección de datos de la investigación, con respecto al tema de la investigación, estado de ánimo, conocimiento, etcétera. Con esto, se pretende recolectar información por parte de los entrevistados seleccionados y mencionados anteriormente.

La entrevista seleccionada para efectos de la investigación es la entrevista personal, es

decir, aquella que cuenta con un entrevistador y un experto sobre el tema, en este caso sobre los plaguicidas y los fertilizantes. El entrevistador tomará nota de la información brindada por el entrevistado.

Proceso para la Recolección y Análisis de Datos

En la presente investigación, la recolección de datos se basará, tanto en fuentes secundarias como en primarias. A partir de dichas fuentes, se interpretará y analizará la información recaudada a partir de bibliografías, enciclopedias y otras investigaciones. De este modo, se hará uso de la gran variedad de técnicas y herramientas que puedan ser utilizadas para la obtención de información. Al respecto, Hernández et. al. (2014) mencionan que dichas herramientas son compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular, tales como libros, páginas web, estudios de mercado, entre otras (p.397).

La investigación con respecto a la obtención de las fuentes primarias consistirá en visitar a cada una de las empresas para realizar la entrevista. De este modo será posible intercambiar información en cuanto a los aspectos primordiales sobre el potencial comercial que muestran los plaguicidas y los fertilizantes en República Dominicana. Dicha recolección de datos residirá en contactar a las personas de las distintas instituciones y empresas, por medio de una llamada telefónica o vía correo electrónico.

Una vez que se cuente con la información de las entrevistas, se procederá a seleccionar los aspectos más importantes y se analizará cada uno de ellos, con el fin de dar respuesta a las preguntas que se plantearon para fines de la investigación y, así, determinar las posibilidades competitivas de los plaguicidas y los fertilizantes en República Dominicana, teniendo como base la experiencia de los expertos en el tema.

El análisis de los datos consiste en todas las realizaciones en las que el investigador toma los datos, con el fin de alcanzar los objetivos de la investigación. Tiene como principal tarea

analizar los principales aspectos de cada una de las variables. Para efectos de la investigación, tal y como lo mencionan Hernández et al. (2014):

Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes: a) visuales (fotografías, videos, pinturas, entre otras), b) auditivas (grabaciones), c) textos escritos (documentos, cartas, etc.) y d) expresiones verbales y no verbales. (p.418)

Para efectos de la investigación, se describe el proceso de comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes, además de la importancia que tiene dentro de Costa Rica. También se investigará la cultura de negocios en República Dominicana y las posibilidades competitivas que ofrecen las exportaciones.

El método para analizar los datos busca obtener la información necesaria y dar respuestas claras, esto es posible mediante la entrevista, pues permitirá analizar dichos datos con el fin de obtener un resultado final. Una vez obtenida la información a partir de las entrevistas, se confronta esta con los temas de estudio presentados en el marco de referencias, con el fin de establecer los resultados pertinentes. Posteriormente, se realiza un análisis final por medio de categorías de análisis, para una mejor explicación y obtención de resultados. Para finalizar, se establecen las conclusiones del estudio para así llegar a las recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo, se presentan los resultados obtenidos por medio de las entrevistas aplicadas a diferentes sectores del medio exportador. El análisis se desarrolla según la siguiente estructura: en primera instancia, se muestra una tabla de las categorías de cada unidad de análisis que surgieron en la investigación; dichas unidades se obtienen de los objetivos específicos propuestos en el capítulo introductorio. Luego, se realiza la descripción y análisis de cada una de las categorías, en donde se relaciona la información suministrada por los entrevistados y se contrasta con la teoría utilizada en el estudio. Para finalizar, se interpretan los resultados con el propósito de dar respuesta al problema de la investigación.

Las unidades de análisis surgen de los objetivos específicos y son la idea principal de estos, ya que se toma la palabra o frase principal de cada uno. La primera unidad se refiere al potencial comercial de los plaguicidas y los fertilizantes en el mercado dominicano. La segunda se basa en las posibilidades competitivas que presentan los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses al momento de ingresar en la comercialización.

A su vez, las unidades de análisis son la base de la elaboración de las preguntas del cuestionario para la aplicación de la entrevista a la muestra seleccionada en el capítulo tres de la presente investigación. Las categorías son la comparación entre la teoría sobre el potencial comercial de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, y las instituciones estatales o empresas exportadoras o productoras de plaguicidas y fertilizantes.

Tabla 2: Unidades y Categorías de Análisis

Unidad	Categorías
Potencial comercial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Oportunidades de comercialización. 2. Conocimiento del mercado. 3. Apoyo de las instituciones. 4. Estándares de calidad. 5. Criterios de compra.

	6. Canales de distribución y venta. 7. Oportunidades de mejora.
Posibilidades competitivas	1. Oportunidades competitivas. 2. Ventaja competitiva. 3. Desventaja competitiva. 4. Razones de compra. 5. Competitividad en el precio. 6. Requerimientos a proveedores. 7. Innovación. 8. Elementos aduaneros.

Fuente: Elaboración propia con datos de la presente investigación, San José, 2018.

Unidad de Análisis 1: Potencial Comercial

La primera unidad de análisis se refiere al potencial comercial que tienen los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en el mercado de República Dominicana. En este punto se toma en cuenta el potencial comercial indicado por los entrevistados y se analiza la comercialización actual de los plaguicidas y los fertilizantes.

A continuación, se indican las primeras siete categorías señaladas por los entrevistados sobre la primera unidad en estudio:

1. Oportunidades de comercialización.
2. Conocimiento del mercado.
3. Apoyo de las instituciones.
4. Estándares de calidad.
5. Criterios de compra.
6. Canales de distribución y venta.
7. Oportunidades de mejora.

Cada categoría tiene una descripción donde se indican las respuestas de la muestra de la investigación. El análisis se realiza a través de una comparación entre los resultados de las entrevistas y la teoría. Su propósito es determinar si lo señalado por los entrevistados se acopla con las bases teóricas presentadas.

Categoría 1: Oportunidades de comercialización

Descripción.

De acuerdo con lo indicado por los entrevistados, se conforma la primera categoría de la primera unidad de análisis; en relación con las oportunidades de comercialización de plaguicidas y fertilizantes en República Dominicana. Las respuestas se indican a continuación:

- *“La apertura de comercial para la distribución, en cadenas al por menor, para un mejor alcance de los productores”.* (Entrevistado 1)
- *“Existen buenas oportunidades, el mercado agrícola de República Dominicana está en expansión, siempre y cuando se logre competir por precio”.* (Entrevistado 2)
- *“Hay buenas probabilidades, especialmente por la cercanía. No hay formuladores en República Dominicana”.* (Entrevistado 3)
- *“Costa Rica produce, importa y comercializa gran variedad de productos agroquímicos, los cuales cuentan con una calidad elevada. Por tanto, a mi parecer, cualquier país que produzca productos agrícolas bajo cualquier modalidad puede ser un mercado potencial, siempre y cuando los precios de producción así lo permitan para competir”.* (Entrevistado 4)
- *“Hay buenas oportunidades, ya que existen importadores grandes y distribuidores en todo el país”.* (Entrevistado 5)

Análisis.

Las oportunidades de comercialización en el mercado dominicano son diversas. Además, se ha manifestado que República Dominicana es un país donde el mercado agrícola se encuentra en potencia, hecho que permite que estas oportunidades se presenten con mayor intensidad, como en el caso de los plaguicidas y los fertilizantes, para los cuales existe potencialidad para la comercialización.

Las oportunidades de mercado o las fuerzas competidoras llegan a motivar a las compañías a iniciar cambios de precios o, en otras situaciones, a reaccionar a los cambios de precios de otras empresas (Kotler, 2007, p.386).

En Costa Rica, durante los últimos cinco años, se ha tenido gran actividad de exportación, pues su oferta exportable es de casi un 80 %. Además, cuenta con gran diversidad de productos agroquímicos, es decir, Costa Rica cuenta con un total de 9.620 registros de plaguicidas y fertilizantes, de los cuales el 71 % corresponde a fertilizantes y el 29 % a plaguicidas (Alpízar, 2017, p.24).

Los productos agrícolas más destacados en el mercado dominicano son: la caña de azúcar, el arroz, las raíces, los tubérculos, el cacao, el café y el banano; lo que convierte a la oferta costarricense de plaguicidas y fertilizantes en algo muy familiarizado para los dominicanos, ya que cuentan con gran experiencia en este tipo de productos agrícolas, pues ambos países poseen una gran parte de área cultivable. Por lo tanto, República Dominicana consume plaguicidas y fertilizantes.

Según la muestra de estudio, las alternativas comerciales de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses se ofrecen a todo el mercado dominicano, de modo que tengan diferentes alcances para la venta al por mayor o al por menor. De igual forma Alpízar (2017) confirma que “República Dominicana cuenta con una superficie menor a la de Costa Rica, sin

embargo, el 49% de su área es cultivable, convirtiendo al país en un fuerte consumidor de plaguicidas y fertilizantes” (p.2). Lo anterior define a República Dominicana como un mercado que ha considerado a Costa Rica como un país con grandes oportunidades para establecer negociaciones y fortalecer las importaciones, mediante el conocimiento del mercado y al permitir mejores alternativas.

Categoría 2: Conocimiento del mercado

Descripción.

Esta categoría menciona cuáles son los factores de conocimiento hacia el mercado dominicano, con el fin de conocer qué tan accesible es la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes. A continuación, se muestra lo expresado por los entrevistados con respecto a los factores:

- *“La legislación y los requisitos de registros de estos productos, el tiempo de obtención de licencias. Conocer la cadena de logística para identificar los ofertantes de servicios y los costos”. (Entrevistado 1)*
- *“Tipos y tamaños de mercados (clase de cultivos, áreas, manejos, etc.) además de temas regulatorios (registros y demás)”. (Entrevistado 2)*
- *“En un orden de ideas, lo primero sería el tipo de producto que se produce en ese mercado (flores, hortalizas, frutas...), la cantidad o extensión (hectáreas cultivadas de cada uno), mercado meta de ese país (¿consumo local o de exportación?), ya que eso varía la inversión en producto que hacen las empresas (generalmente un producto de exportación consume más agroquímicos, ya que debe llegar a su destino de la mejor manera y el mercado es más exigente). Además, debe conocer a los competidores (en caso de ser un producto que presente homólogos). Y debe conocer los precios del mercado”. (Entrevistado 4)*

- *“Deben conocer que, igual que en Costa Rica, los importadores también compran materias primas de Asia directamente y esto tiene un efecto en el costo y la competitividad de los productos enviados”.* (Entrevistado 5)

Análisis.

Las distribuidoras de República Dominicana cuentan con un amplio conocimiento en cuanto a los productos costarricenses y se encuentran interesadas en los plaguicidas y los fertilizantes que Costa Rica pueda ofertar; sin embargo, el tema de costos es importante, tal y como lo menciona uno de los entrevistados. Es igualmente importante el tema de la identificación de los ofertantes de servicios y costos.

En cuanto a los requisitos que tienen los plaguicidas y los fertilizantes para ingresar al mercado dominicano, estos se basan en una normativa según la cual no se podrá importar, re-ensasar, exportar, fabricar, formular, almacenar, mezclar ni usar plaguicidas o sus mezclas, si estos no están debidamente registrados. Es por ese motivo que la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes se basa en condiciones, desde su producción hasta las tendencias de mercado. En un estudio sobre las oportunidades comerciales en República Dominicana, Procomer menciona que “consideran que Costa Rica comprende mejor el negocio de agroquímicos, por ser parte de la región centroamericana” (Alpízar, 2017, p.81).

Por lo anterior, se destaca que los exportadores deben ser críticos con respecto a los plaguicidas y los fertilizantes, así como conocer quién es su mercado; esto permite que exista conocimiento y se pueda atraer mayormente al mercado, según los entrevistados. Es por eso que es fundamental conocer cuáles son los criterios de exportación con respecto a permisos y registros de los productos, ya que hay diferentes pautas que se deben seguir. Tal y como lo menciona la normativa de ingreso de los plaguicidas y los fertilizantes a República Dominicana, “toda persona que comercialice los plaguicidas dentro de República Dominicana primero debe estar registrada como el tipo de empresa que le corresponda como representante, distribuidora, formuladora,

establecimientos comerciales de ventas de agroquímicos o fumigadora” (Comité Nacional para la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de República Dominicana, 2009, p.86).

Categoría 3: Apoyo de las instituciones

Descripción.

Para llegar a mercados que utilicen los agroquímicos, es fundamental la promoción brindada, por eso en la categoría tres de la primera unidad de análisis se presentan las respuestas de la muestra seleccionada para efectos de esta investigación sobre el apoyo de las instituciones encargadas de ayudar a las empresas exportadoras. Al respecto, se menciona lo siguiente:

- *“Sí existe, ya en el pasado Procomer ha dado asesorías a empresas interesadas en ingresar a este mercado”.* (Entrevistado 2)
- *“Procomer hace algunas actividades”.* (Entrevistado 3)
- *“A nivel de Procomer sí, a nivel de otras instituciones como MAG no”.* (Entrevistado 5)
- *“Sí, Procomer ha promovido mediante misiones, reuniones y hasta boletines este destino comercial”.* (Entrevistado 6)
- *“En Costa Rica el registro, venta y distribución de plaguicidas está regulado por tres entes: Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Ganadería, y Ministerio de Ambiente y Energía. Si bien se han realizado esfuerzos entre las tres instituciones para mejorar la coordinación y la agilización de los procesos relacionados al tema, existen aún procesos lentos y engorrosos para poder importar materia prima para innovar en nuevos productos que son requeridos por los países”.* (Entrevistado 7)

Análisis.

La promoción ha sido muy fuerte en Costa Rica por parte de la Promotora de Comercio Exterior, debido a que son un apoyo fundamental para las empresas costarricenses, en especial para las micro, pequeñas y medianas que se encuentran en su proceso de internacionalización para incursionar en nuevos mercados. Tal y como lo menciona Paola Vargas, asesora de Comercio Internacional, Procomer brinda los medios necesarios para incursionar en cualquier mercado independientemente del producto que se desee internacionalizar, debido a que elabora estudios de mercado que sirven de guía y herramienta para los exportadores.

Igualmente, colaboran en temas logísticos, capacitaciones, talleres y diversas asesorías sobre qué es lo que está ingresando de manera nueva al mercado global, de modo que algunos sectores se han visto beneficiados; sin embargo, luego de la recopilación de entrevistas se ha observado que no todos tienen el mismo apoyo y la preocupación no es equitativa hacia los empresarios. Es interesante, además, señalar que los entrevistados consideran a Procomer como la entidad encargada de promover las exportaciones costarricenses. Asimismo, existen algunas excepciones que opinan que aún le falta más apoyo con respecto al mercado de agroquímicos.

Categoría 4: Estándares de calidad

Descripción.

De acuerdo con lo indicado por las personas entrevistadas, se desarrolla la cuarta categoría de la primera unidad de análisis, que hace referencia a los estándares de calidad que el consumidor le otorga a los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses. Las frases brindadas por los entrevistados fueron las siguientes:

- *“Los productos deben ofrecer un valor agregado, ya que la calidad del producto no es un factor determinante, dado que para que se pueda usar debe pasar distintas pruebas, lo que lo hace apto para su uso. El enfoque debe estar en la asesoría técnica para el uso correcto*

de los productos, garantizando así la calidad del producto, así como el uso adecuado". (Entrevistado 1)

- *“Los productos de Costa Rica tienen buena imagen en el tema de calidad en el mercado dominicano”*. (Entrevistado 2)
- *“Puedo expresar lo que de manera general conozco, y es que Costa Rica es uno de los países que más exige en cuanto a calidad, registros, etiquetas y otros, por lo que muchas empresas sí logran exportar a países de Centro América y el Caribe sin problemas, ya que ofrecemos incluso más de lo que ellos piden”*. (Entrevistado 4)
- *“En cuanto a fertilizantes, el mercado dominicano utiliza básicamente mezclas físicas y fertilizantes materias primas. Costa Rica tiene la capacidad de producir fertilizantes químicos, de calidad superior y de acuerdo con las necesidades de los cultivos”*. (Entrevistado 6)

Análisis.

El valor que otorga el consumidor a un determinado producto es un pilar, debido a que permite al productor o empresario establecer factores que incrementen las ventas, por medio del conocimiento de lo que prefiera el cliente. Asimismo, los productos costarricenses son de alto conocimiento en el mercado dominicano, sobre todo por su calidad, y esto es lo que atrae a los compradores dominicanos.

Los estándares de calidad deben estar presentes siempre que haya gestión de la calidad. Son la manera de contar con referencias claras para contrastar las acciones que se implementan y los resultados que se alcanzan (Pizzo, 2013, p.2).

El mercado de los plaguicidas y los fertilizantes busca mejores opciones de diferenciación del producto, ya que es necesario un catálogo más diverso y amplio, para así poder dar a conocer los

productos que ofrece Costa Rica. Los productos innovadores son de gran interés para los compradores y el valor que el consumidor le otorgue es un factor fundamental en el posicionamiento del producto.

Según lo señalado por los entrevistados, las empresas costarricenses cumplen con las expectativas que tienen las empresas dominicanas, ya que los productos son de buena calidad y cumplen con los plazos, debido a que de Costa Rica a República Dominicana son cortos los tiempos de entrega. Sin embargo, con respecto a la oferta disponible, el enfoque pertinente implica contar con un socio o asesor en el mercado dominicano que tenga capacidad para dar a conocer las ventajas de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, ya sea en calidad o precio.

Categoría 5: Criterios de compra

Descripción.

En esta categoría se pretende conocer los criterios de compra señalados por la muestra en las entrevistas. Se mencionaron varias ideas con respecto al tema, las cuales se mencionan a continuación:

- *“Volumen adecuado al tamaño del mercado con una frecuencia mensual”*. (Entrevistado 1)
- *“Precios competitivos, calidad y diferenciación”*. (Entrevistado 2)
- *“Calidad, empaque, competitividad e innovación”*. (Entrevistado 3)
- *“Precio y calidad. Además de apoyo técnico comercial y publicitario”*. (Entrevistado 4)
- *“Calidad, eficiencia del producto, precio y disponibilidad de productos en el momento adecuado”*. (Entrevistado 6)

Análisis.

La comercialización de un producto en específico lleva consigo una serie de elementos con respecto a los cuales los compradores o consumidores siguen un patrón en el momento de realizar la compra, debido a que identifican las fuentes existentes y potenciales en la cadena de venta de la empresa y lograr un contrato de exclusividad, para así trabajar la diferenciación y que cada comprador logre determinar qué factores tienen impacto en el criterio de compra de un producto.

Según la valoración de las diferentes alternativas que ofrece cada vendedor, el comprador llevará a cabo la compra, decidirá marca, cantidad, calidad, precio y pago. “Un precio aceptable, una atención amable, calidad y oportunidad son cuatro atributos fundamentales que se conjugan universalmente como una fórmula, para muchos inapelable, que define las expectativas del cliente” (Chopra, Saint, 2013, párr.1).

La muestra de investigación indicó que los criterios de compra surgen conforme a lo que busca el mercado dominicano con respecto a los plaguicidas y los fertilizantes. Estos criterios de compra se establecen, ya que dentro de un mismo mercado, no todo cliente requiere lo mismo.

Según las respuestas dadas por los entrevistados, los criterios de compra que se recalcan son el precio, la calidad, la competitividad y la innovación. El mercado de plaguicidas y fertilizantes en República Dominicana es alto; sin embargo, los precios de los fertilizantes formulados son muy similares a los importados de otros mercados, como los provenientes de Centroamérica (Alpízar, 2017, p.18).

Debido a lo mencionado anteriormente, los dominicanos consideran que se debe tener una relación continua, con un trato más exclusivo y cálido, y que el apoyo debe ser mayor para las empresas encargadas de la distribución, con el propósito de que el mercadeo de los plaguicidas y los fertilizantes sea mejor, tal y como lo menciona uno de los entrevistados.

Categoría 6: Canales de distribución y venta

Descripción.

A continuación, se presentan las expresiones de los entrevistados con respecto a los canales de distribución y venta, los cuales son las vías elegidas por los dominicanos, compradores de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses:

- *“Recomiendo que se utilice un distribuidor y que haya un conocimiento previo del mercado, así como su legislación. Ambas dependen mucho del tamaño del cliente”.* (Entrevistado 1)
- *“Precios, temas regulatorios, cobertura de mercado, y pueden manejarse dos: venta directa, es decir, estableciendo oficinas y bodegas propias o a través de distribuidores con presencia nacional, ya que predomina mucho la venta por medio de la cadena de distribución (agroservicios), las empresas grandes ya hacen compras personalizadas”.* (Entrevistado 2)
- *“Mediante un distribuidor mayorista y eventualmente una organización propia con ventas directas a los consumidores. La mayoría de los mayoristas-distribuidores ya están saturados de representaciones y cuesta mucho introducir nuevas alternativas. Y su venta es personalizada”.* (Entrevistado 3)
- *“Principalmente a través de distribuidores importadores, la experiencia del proveedor y la presencia regional y por cultivo del importador y distribuidor, y se maneja una venta personalizada”.* (Entrevistado 5)

Análisis.

Para la distribución de los plaguicidas y los fertilizantes es importante conocer el mercado, en este caso, el mercado dominicano. La idea es conocer el proceso de venta y las empresas

dedicadas a los productos agroquímicos, para así tener diferentes opciones de venta. En primera instancia, se hace un estudio del mercado para ver la necesidad de compra; luego se investigan posibles compradores en el mercado, para realizar una venta y hacer su adecuada distribución.

Como indica la muestra, es bueno conocer el mercado al cual se va a comercializar un producto, así como la legislación y los permisos. Los elementos implicados dentro de un canal de distribución suelen ser el productor, el distribuidor y el consumidor final. Para tener un canal de distribución adecuado con el cliente, es preciso conocer los distintos intermediarios y su influencia en la venta del producto.

La definición de distribuidor, según lo señalado en el portal Foromarketing.com (s.f.), se refiere a los distribuidores de la siguiente manera: “son los agentes del mercado que permiten el paso del producto del productor a los clientes. Puede ser mayorista, que adquiera el producto para revenderlo o minorista, que lo ponga a la venta para el consumidor final” (párr.1).

Las empresas importadoras-distribuidoras son las encargadas de abastecer el mercado dominicano. Los productores agrícolas pequeños no realizan importaciones de estos productos, sino que se dirigen a las casas comerciales para la compra (Alpízar, 2017, p.73). Por su parte, los agroservicios trabajan mucho con líneas de crédito, lo que genera que los costos para el productor final se vean incrementados y sean este tipo de distribuidores los que lleguen a generar mayores ganancias (Alpízar, 2017, p.73).

Según lo señalado por los entrevistados, la venta de los plaguicidas y los fertilizantes en el mercado de República Dominicana se maneja conforme a la empresa en la que se está realizando la venta, en esto predomina la venta de agroservicios, que son los que trabajan con varias líneas de crédito. En cuanto a las ventas directas, estas se aplican cuando se hacen sin intermediarios o distribuidores. En ambos casos es fundamental conocer el tamaño del cliente, para así dar la atención conforme a lo que necesita.

Categoría 7: Oportunidades de mejora

Descripción.

Uno de los aspectos importantes al comercializar es dar el primer paso como exportador, por eso, en la categoría siete de la primera unidad de análisis, se presentan las respuestas o frases acerca de las oportunidades de mejora para aumentar las exportaciones a República Dominicana:

- *“No, realmente un mercado que se mueve solo por la demanda”*. (Entrevistado 1)
- *“Mantener la calidad”*. (Entrevistado 2)
- *“Precios más competitivos = reducir costos de producción (electricidad, materiales empaque, trámites burocráticos, etc.)”*. (Entrevistado 3)
- *“Debe mejorar el conocimiento y la capacitación de los profesionales en el área, así como la capacidad de volumen productivo de los productos”*. (Entrevistado 4)
- *“Contar con registros de productos pesticidas biológicos u orgánicos para poder proveer a la Republica Dominicana”*. (Entrevistado 5)
- *“Costa Rica, como país, tiene buenas prácticas exportadoras; sin embargo, hay problemas en puertos, almacenes fiscales y otros costos excesivamente altos que provocan pérdida de competitividad”*. (Entrevistado 6)
- *“Agilización en trámites, innovación en productos, los costos de otros países son muy competitivos, por lo que es un tema que los proveedores costarricenses deben de valorar. Es necesario un catálogo de oferta para poder conocer más nuestros productos”*. (Entrevistado 7)

Análisis.

En el momento de comercializar un producto, se debe tener en cuenta que, para el potencial comercial, lo primordial es brindar incentivos, desde que inicia el proceso de producción de los plaguicidas y los fertilizantes; por medio de asesoría en cuanto al conocimiento de los trámites legales. De modo que se obtenga ayuda significativa con respecto a la duración en los trámites y documentos necesarios para la creación de una empresa. Sin embargo, “Costa Rica ya tiene una importante penetración en el mercado, por lo que con productos innovadores y con una buena oferta para agricultura es posible aumentar esta participación” (Alpízar, 2017, p.4).

Por su parte, República Dominicana cuenta con proveedores grandes, tales como Estados Unidos, China y Colombia, debido a que desafía a los empresarios o intermediarios a brindar mayor apoyo a los productores, ya que, como se menciona en la investigación, los productores no son quienes exportan, sino que tienen un socio estratégico o distribuidor que les ayuda a comercializar sus productos. Según lo señalado por uno de los entrevistados “mantener la calidad es primordial”, debido que para que se sigan manteniendo los estándares, se debe conocer al cliente, pero sobre todo que el cliente se encuentre satisfecho con el producto enviado.

La posibilidad de aumentar oportunidades para comercializar se enfoca en los requerimientos de las empresas dominicanas, las cuales mantienen los acostumbrados estándares de calidad, aprovechan el precio superior por tonelada que este país paga en relación con otros a los que ya Costa Rica exporta, maximizan sus ganancias, aprovechando la ventaja en costos logísticos que tiene Costa Rica con respecto a Guatemala y Estados Unidos, y aprovechan un menor tiempo de tránsito en comparación con otros competidores (Alpízar, 2017, p.3).

Unidades de Análisis 2: Posibilidades Competitivas

La segunda unidad de análisis se refiere a las posibilidades competitivas que muestran los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en el mercado dominicano. Se toma en cuenta la información proporcionada por los entrevistados en este apartado.

A continuación, se indican las ocho categorías señaladas por la muestra seleccionada en el capítulo tres sobre la unidad de análisis:

1. Posibilidades competitivas.
2. Ventaja competitiva.
3. Desventajas competitivas.
4. Razones de compra.
5. Competitividad en el precio.
6. Requerimientos a proveedores.
7. Innovación.
8. Elementos aduaneros.

A cada categoría mencionada anteriormente, se indica una descripción y frases señaladas por los entrevistados, cuyo análisis se realiza mediante la comparación de teorías con expresiones indicadas.

Categoría 1: Oportunidades competitivas

Descripción.

De acuerdo con lo indicado por la muestra en las entrevistas, se conforma la primera categoría de la segunda unidad de análisis, referente a las oportunidades competitivas en relación con los plaguicidas y los fertilizantes. Las frases señaladas por los entrevistados son las siguientes:

- *“Muchas, el posicionamiento, considerando economías de escala y una cadena logística adecuada, así como definir el correcto nicho de mercado”.* (Entrevistado 1)
- *“En mercado globalizado, como el de hoy en día, la competitividad es más difícil, productores mundiales de India y China tienen copado el mercado con productos de muy bajo costo”.* (Entrevistado 2)

- *“Pienso que hay posibilidades, siempre y cuando sea con productos diferenciados que tengan alto valor agregado”*. (Entrevistado 5)
- *“Sí hay mercado y nichos que se pueden desarrollar, en el caso de fertilizantes hay 2 o 3 oferentes que tienen el mercado algo “repartido”, eso deja nichos no muy bien atendidos”*. (Entrevistado 6)

Análisis.

Con miras a promover y garantizar el desarrollo y el posicionamiento de los productos agroquímicos, se encuentra una serie de posibilidades competitivas en esta área para lograr una transformación del potencial que muestran estos productos. Tal y como lo define Porto (2009), la posibilidad competitiva es “un concepto hace referencia a la potencia, aptitud u ocasión para ser o existir algo, es decir, para que algo suceda” (párr.1).

El liderazgo en costos es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad, si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado con la oferta de las empresas oponentes. Dicho tipo de estrategia requiere una atención prioritaria finalizada para reducir los costos de producción, lo que se puede lograr por distintos medios (Castro, 2010, citando a Porter, 1980, párr.7).

La muestra de la investigación indicó que el liderazgo en costos es una de las competencias que se están dando con respecto al tema de comercialización de un producto. En cuanto a esto, los costos por parte de un país potencia son menores a los de un país menos industrializado, lo que hace que se trabajen otros factores para que las posibilidades competitivas aumenten, como lo es el caso de Costa Rica, que conoce mejor el tema de agricultura, a diferencia de un país potencia, así como la diferenciación y la globalización.

Por su parte, a partir de la comprensión de las implicaciones que la globalización maneja en los países, la agricultura y los productores, es que se tiene la capacidad de estipular las estrategias de trabajo por utilizar; pero la transición debe considerar fortalezas, debilidades y potencialidades del producto, con el fin de ingresar a nuevos mercados, cada vez más competitivos.

Es importante destacar que la diferenciación es una estrategia de alto costo y que siempre puede surgir otra empresa que se diferencie de la misma forma, en ese caso se recae en una estrategia de liderazgo en costos. Sin embargo, este último no permite a dos empresas oponentes afirmarse con igual fuerza en el mercado; pero en el caso de la diferenciación, dos empresas del mismo rubro, que apuestan en características distintas para sus productos, podrían lograr ambas un buen resultado en el mercado (Castro, 2010, citando a Porter, 1980, párr.8).

Categoría 2: Ventaja competitiva

Descripción.

En esta categoría se pretende conocer las ventajas que muestran los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses para la comercialización. A continuación, se detallan las ideas mencionadas al respecto:

- *“La ventaja está en costos logísticos”.* (Entrevistado 1)
- *“Tradición de uso, cercanía, apoyo técnico”.* (Entrevistado 2)
- *“Hay buenas probabilidades, especialmente por la cercanía. No hay formuladores en República Dominicana”.* (Entrevistado 3)
- *“Principalmente muestran conocimiento técnico, capital humano y calidad del producto en general”.* (Entrevistado 4)
- *“La calidad de los productos es excelente”.* (Entrevistado 6)
- *“Consideran que Costa Rica comprende mejor el negocio de agroquímicos, por ser parte de la región centroamericana. A su vez, empresas costarricenses cumplen con la*

expectativa de productos, son de buena calidad, cumplen con los plazos. Tiene bajos tiempos de entrega”. (Entrevistado 7)

Análisis.

La ventaja competitiva se aplica sobre los competidores que gana ofreciendo gran valor al cliente, ya sea ofreciendo precios bajos, o bien proporcionando más beneficios que justifiquen precios altos. Dependiendo del grado en que una empresa pueda diferenciarse y posicionarse como proveedora de valor superior para el cliente, gana una ventaja competitiva (Kotler, 2012, p.210).

Al comercializar los plaguicidas y los fertilizantes en República Dominicana, se toman en cuenta ventajas como la cercanía que hay entre Costa Rica y República Dominicana, gracias a la cual el tiempo de entrega es rápido; el enfoque de los costarricenses en el momento de realizar una venta; el pensamiento crítico hacia la calidad de los productos y la innovación y diferenciación de los productos. República Dominicana es un país estratégico en la zona del Caribe en cuanto al ingreso de nuevos productos. Además, es un país ideal para introducir productos que se lleven a cabo con diferentes procesos, debido a que se inclinan por la innovación y diferenciación.

Los plaguicidas importados son, en su mayoría, productos terminados y listos para anaquel, dado que no hay una oferta de empresas formuladoras en República Dominicana. El producto se trae empacado y en diferentes presentaciones (Alpízar, 2017, p. 13).

De acuerdo con los entrevistados, los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses tienen gran ventaja en el mercado de República Dominicana, debido a que no cuentan con empresas formuladoras de plaguicidas y fertilizantes. Asimismo, en temas de cercanía, de puerto Moín, Limón, a Río Haina, República Dominicana el costo del transporte es inferior en comparación con otros países proveedores de plaguicidas y fertilizantes.

Según Procomer:

Costa Rica tiene el mejor tiempo de tránsito que sus competidores de solo 4 días, y un costo mayor que USA en casi un 34% en flete marítimo, pero si incluimos el transporte local en origen, USA es un 49.8% más alto. México tiene mejores costos que Costa Rica, pero tiempos de tránsito superiores en de más de 10 días. (2017, p.11)

Los entrevistados destacan la competitividad que tienen los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, esto es de gran relevancia porque, por ende, los agroquímicos son un punto fuerte en cuanto a lo que se le proporciona al consumidor. Asimismo, la muestra de la investigación tiene conocimiento en el ámbito de la agricultura, lo que hace que se pueda implementar un conocimiento más propio de lo que el mercado dominicano necesita.

Categoría 3: Desventajas competitivas

Descripción.

En el momento de comercializar, se debe tomar como base el conocimiento adecuado de lo que se va a enfrentar con la venta de los plaguicidas y los fertilizantes, por eso, en la categoría tres de la unidad de análisis dos, se presentan las respuestas sobre las desventajas que muestran los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses:

- *“La desventaja está en los altos costos”*. (Entrevistado 1)
- *“Precio”*. (Entrevistado 2)
- *“Los precios son muy competitivos”*. (Entrevistado 3)
- *“En relación con Centro América y el Caribe, el precio ha sido siempre un factor”*. (Entrevistado 4)
- *“No tienen una clara diferenciación o valor agregado, ya que en Costa Rica el registro de pesticidas biológicos, orgánicos o botánicos es una limitante”*. (Entrevistado 5)

- *“Falta de innovación y procesos engorrosos para importar materia prima para investigación y desarrollo. Muchas instituciones participando en el proceso, lo que hace que los trámites sean lentos”.* (Entrevistado 7)

Análisis.

En el momento de comercializar, hay ventajas como desventajas; en este caso se puede mencionar una única desventaja para el sector de agroquímicos hacia el mercado de República Dominicana: el factor costo o precio, este restringe el mercado al ofrecer un producto que solo unos cuantos pueden adquirir.

La desventaja competitiva es esa variable del producto o servicio que permitirá ganar dinero y ser rentables en el intercambio de bienes y servicios. Algunos ejemplos de desventaja competitiva serían: altos precios, baja calidad, servicio lento, falta de innovación, limitadas o malas condiciones de pago, etc. (Olavarría, 2012, párr.7).

El mercado de fertilizantes en República Dominicana es altamente concentrado; sin embargo, los precios parecen ser competitivos para el productor local mediano o pequeño, mas no para los grandes productores o distribuidores, los cuales ven a las 2 principales empresas formuladoras como un competidor más (Alpizar, 2017, p. 18).

La desventaja que muestran los plaguicidas y los fertilizantes implica, como requisito estricto, valorar las ventajas que tiene, como maximizar las ganancias obtenidas por los costos logísticos, y tomar la desventaja del precio como una oportunidad para aprovechar el precio superior de lo que se exporta a República Dominicana, en relación con otros países a los cuales Costa Rica exporta. Por lo tanto, la desventaja competitiva debe establecer una relación en la cual ambos lados del mercado ganen en el momento comercializar el producto.

Categoría 4: Razones de compra

Descripción.

De acuerdo con lo indicado por la muestra en las entrevistas, se conforma la cuarta categoría de la segunda unidad de análisis, que hace referencia a las razones de compra que tienen los dominicanos con respecto a los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, a través de los siguientes señalamientos:

- *“Puede ofrecer distintos enfoques, como el de amigables con el ambiente, tema que las marcas reconocidas por su posicionamiento no pueden cambiar”.* (Entrevistado 1)
- *“Tradición, calidad, confianza”.* (Entrevistado 2)
- *“Cercanía, lead time, tamaño de empaque, el mínimo en la cantidad de compra”.* (Entrevistado 3)
- *“La calidad en cuanto a los chinos, precio en cuanto a los Estados Unidos. Cercanía o lejanía es otro factor”.* (Entrevistado 4)
- *“La facilidad de entrega, la cercanía y el hecho de poder tener flexibilidad de entregar cantidades más pequeñas que las que se comprarían de China o EEUU”.* (Entrevistado 5)

Análisis.

Un cambio en el diseño del envase, su etiqueta o en el precio puede aumentar las ventas o reducirlas. Así, estas variables no sensoriales cobran especial importancia. Además, conocer con anterioridad sus efectos se convierte en una necesidad para muchas empresas (Ainia, 2011, párr.1).

El conocimiento de las razones de compra que mueven a los clientes o potenciales clientes en el momento de comprar es decisivo para alcanzar el éxito del producto por comercializar, debido

a que, en esos momentos, el comprador va a examinar todos los factores que influyen en la compra, tales como marca, calidad, precio, innovación, entre otros.

Las razones de compra que tienen los dominicanos con respecto a otros países se basan, más que todo, en la cercanía, debido a que ese factor llega a ser fundamental en el momento del pago de los procesos de logística. Asimismo, Costa Rica brinda plaguicidas y fertilizantes que ayudan a cuidar cultivos, debido a que hay mayor calidad y mejoran la baja fertilidad de los suelos.

Dado a que la gran necesidad que declara República Dominicana es la de plaguicidas o fertilizantes orgánicos, biocontroladores, biológicos, botánicos y, en general, aquellos productos para la agricultura no convencional, Costa Rica cuenta con importantes oportunidades para posicionarse en este mercado como una economía sostenible con el ambiente e innovadora, además de ofertar productos de alta calidad (Alpízar, 2017, p.2).

Según la muestra, las razones de compra por parte de las empresas dominicanas se basan en la calidad, la cercanía y la innovación, algo que le aporte un valor agregado a los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en el momento de la venta, debido a que las empresas dominicanas necesitan tener razones diferenciadoras que hagan de Costa Rica un proveedor potencial para el país.

Categoría 5: Competitividad en el precio

Descripción.

Con respecto a lo indicado por la muestra en las entrevistas, se conforma la quinta categoría de la segunda unidad de análisis, referente a la competitividad en el precio de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, a través de las siguientes frases:

- *“El precio no es un factor determinante si el uso da el resultado esperado”*. (Entrevistado 1)
- *“Costo elevado con relación a productos de China e India, por ejemplo”*. (Entrevistado 2)
- *“Los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses son productos caros”*. (Entrevistado 3)
- *“Es un producto de costo elevado.”* (Entrevistado 4)
- *“Algunas veces el precio es mucho más alto que el que se ofrece de China o USA”*. (Entrevistado 5)
- *“Hay que buscar una diferenciación que no sea precio, si se va a una guerra de precios, Costa Rica queda en total desventaja”*. (Entrevistado 6)
- *“Para fertilizantes es un mercado de commodities, por lo que los precios competitivos son importantes para posicionarse en el mercado. En cuanto al precio de plaguicidas, están dispuestos a pagar, siempre y cuando sean productos más eficaces y menos dañinos con el ambiente”*. (Entrevistado 7)

Análisis.

La competitividad se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores fijando un precio o la capacidad de poder ofrecer un menor precio, fijada una cierta calidad (Haidar, 2012, p.285).

Lamb, Hair y Mc Daniel (2006), en el libro Marketing, octava edición; definen el precio como “aquello que es entregado a cambio para adquirir un bien o servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos” (p.586).

La muestra indicó que el precio de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses es alto, esto debido a que los costos de producción en Costa Rica son también altos, en comparación con países que tienen liderazgo en costos bajos; debido a su industrialización con respecto a países en los cuales la materia prima y la mano de obra tienen un costo más elevado. Así, Costa Rica compete

con otros países para que el factor precio no sea un oponente para la compra de los agroquímicos por parte del mercado dominicano.

La definición de pérdida de competitividad, según lo señalado en el portal Significados.com (s.f.), consiste en: “una situación de aumento de costes de producción que incide negativamente en el precio o el margen de beneficios que este arroje, todo ello sin aportar mejoras a la calidad del producto” (párr.1).

A partir de las respuestas de los entrevistados, se puede decir que el precio es un factor de competitividad con otros países con una industrialización más avanzada, como lo es Estados Unidos y China.

Dentro de los principales países proveedores de estos productos se encuentran Estados Unidos (35 %), China (13 %), Trinidad y Tobago (7 %), Colombia (6 %), entre otros. Costa Rica es el 12° proveedor de estos productos, con una participación del 2 %. (Alpízar, 2017, p.12)

Por su parte, el entrevistado uno señala que a pesar de que el precio es alto con respecto a otros proveedores de República Dominicana, esto no debe ser una limitante para su exportación, ya que los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses dan un buen resultado en calidad y uso, y, sobre todo, es un producto diferenciado con respecto a los otros.

Categoría 6: Requerimiento a proveedores

Descripción.

A continuación, se presentan las expresiones de los entrevistados con respecto a los requerimientos solicitados a los proveedores, quienes brindan la materia prima, servicios, entre

otros, los cuales forman el producto o cumplen alguna función dentro del proceso de comercialización:

- *“Lo que solicitan es que sea un socio comercial”*. (Entrevistado 1)
- *“Buen precio, abastecimiento seguro, apoyo publicitario”*. (Entrevistado 2)
- *“En general, se busca responsabilidad, crédito, asesoría, precio, calidad, comunicación”*. (Entrevistado 4)
- *“Buen servicio, entregas rápidas, buen precio y soporte en el campo”*. (Entrevistado 5)
- *“Ganar dinero, ofrecer una cartera más amplia, ofrecer productos diferenciados”*. (Entrevistado 6)
- *“Al ser un país pequeño, valoran la distribución exclusiva. Es decir, procurar que si la empresa va a distribuir el producto costarricense, no lo distribuya alguna otra distribuidora o lo haga bajo otra marca. Y acompañamiento continuo por parte del proveedor”*. (Entrevistado 7)

Análisis.

Para la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes, es importante conocer qué requerimientos solicitan los compradores a los proveedores. La idea es comprender a los compradores y ofrecerles diferentes opciones de compra con respecto a lo que soliciten. Primeramente, se debe hacer una investigación del mercado por comercializar. Asimismo, se debe delimitar qué necesita el cliente, para así posicionarse como una opción por elegir ante el mercado de República Dominicana.

Esta etapa consistirá en generar una definición clara y precisa de los aspectos más relevantes del producto o servicio que se necesita comprar o contratar, es decir, se trata de explicar qué, cómo, cuándo y dónde se quiere adquirir (Sistema de Compras y Contratación Pública de Chile, 2011, p.3). Finalmente, una buena definición de requerimientos facilitará el ajuste entre el objetivo de la compra y su resultado. Al mismo tiempo, permitirá contar con criterios objetivos y

explícitos con los cuales realizar la evaluación de las ofertas (Sistema de Compras y Contratación Pública de Chile, 2011, p.5).

A partir de las respuestas de los entrevistados, se puede decir que conocer el cliente es lo primordial, para así saber qué es lo que desea y qué beneficios clave debe a portar como proveedor para tener la satisfacción del cliente. Asimismo, se deben tomar en cuenta las razones de compra, tales como la calidad, el precio y la diferenciación.

Es sumamente importante para las importadoras dominicanas que sus proveedores les brinden exclusividad de contrato, que se trabaje con marcas propias y que los productos sean mezclas realizadas exclusivamente para esa empresa (Alpízar, 2017, p.20).

Las razones de compra explicadas en la categoría cuatro de la presente unidad de análisis son los puntos clave para saber cómo las empresas costarricenses encargadas de la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes logran definir qué tipo de producto o servicio puede satisfacer de mejor manera las necesidades del mercado dominicano.

Categoría 7: Innovación

Descripción.

De acuerdo con lo indicado por los entrevistados, se presenta la séptima categoría de la unidad de análisis dos: referente sobre la innovación como un elemento importante en cuanto a los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses. Al respecto, se destacan las siguientes frases:

- *“En los últimos años, por temas regulatorios internos de Costa Rica, no se han ofertado nuevos productos elaborados en Costa Rica al mercado dominicano”.* (Entrevistado 2)
- *“Mezclas de ingredientes activos y tamaño de envases”.* (Entrevistado 3)

- *“Principalmente, y en general, se trata de la seguridad por la calidad”*. (Entrevistado 4)
- *“Ninguno en la actualidad”*. (Entrevistado 5)
- *“Formulas diferenciadas”*. (Entrevistado 6)

Análisis.

Debido a que la gran necesidad declarada por República Dominicana es la de plaguicidas y fertilizantes orgánicos, biocontroladores, biológicos, botánicos y, en general, aquellos productos para la agricultura no convencional, Costa Rica cuenta con importantes oportunidades para posicionarse en este mercado como una economía sostenible con el ambiente e innovadora, además de ofertar productos de alta calidad (Alpizar, 2017, p.2).

Costa Rica puede sacar provecho de la producción de plaguicidas y fertilizantes amigables con el ambiente, los cuales sean de carácter orgánico. La innovación es importante para que se dé una mejor comercialización y más atractivo para el cliente, de modo que se otorgue un valor agregado al plaguicida y fertilizante costarricense. Cabe mencionar que no están interesados en moléculas con mucho tiempo en el mercado, pues van perdiendo eficacia y aumentando los costos. Buscan mezclas diferenciadas y eficientes (Alpizar, 2017, p.21).

La muestra señala que la innovación de plaguicidas y fertilizantes en Costa Rica se da con poca regularidad, debido a temas regulatorios. Además, el trámite de un nuevo registro toma tiempo, por lo que se han creado diferentes decretos para agilizar dicho proceso. “La adquisición de nuevas moléculas es importante para las distribuidoras dominicanas. Productos de primera mano que se estén necesitando en el mercado” (Alpizar, 2017, p.78).

Actualmente, el mercado se encamina a una era de innovación y creación de productos y servicios diferenciados que complementen las necesidades de las personas. Los plaguicidas y los fertilizantes son productos que aunque directamente no son utilizados por las personas, igualmente son necesarios, debido a que garantizan la limpieza de plagas y bacterias en los distintos productos

alimenticios. Por este motivo, la innovación en la producción introduce ventajas que atraen positivamente al mercado dominicano, así como tener un catálogo más amplio para dar a conocer los productos costarricenses.

Categoría 8: Elementos aduaneros

Descripción.

Esta última categoría de la unidad de análisis dos trata sobre los elementos aduaneros, con el fin de conocer el motivo de elección de las empresas dominicanas con respecto a Costa Rica. Las siguientes son frases compartidas por los entrevistados:

- *“El posicionamiento geográfico facilita mucha oferta de transporte marítimo a República Dominicana”.* (Entrevistado 1)
- *“Tradición de uso, logística y el transporte marítimo que lidera en costos”.* (Entrevistado 2)
- *“El transporte, debido a su cercanía y frecuencia de buques”.* (Entrevistado 3)
- *“Logística y regulación es uno de los puntos más atractivos, a mi parecer, para ellos en temas de elección”.* (Entrevistado 4)
- *“Definitivamente el tema de transporte es fundamental”.* (Entrevistado 5)

Análisis.

Con base en la información suministrada por los entrevistados, se procede a seguir ciertos elementos aduaneros que potencian a Costa Rica como un proveedor para República Dominicana. Los elementos más mencionados fueron la logística y el transporte de la mercancía. Por su parte, la misión fundamental de la logística empresarial es colocar los productos adecuados (bienes y

servicios) en el lugar adecuado, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, de modo que se contribuya, lo más posible, a la rentabilidad de la firma (Giraldo, 2011, párr.2).

Logística en el momento de comercializar un producto se refiere a los pasos previos que desarrollan las empresas exportadoras de plaguicidas y fertilizantes para brindarles a los clientes la cantidad deseada en el mejor momento, con respecto a las condiciones pactadas.

Costa Rica es levemente superior en los servicios logísticos en comparación con República Dominicana. Ambos presentan deficiencia en la infraestructura de sus países, así como en eficiencia aduanera, ambos conceptos impactan negativamente los costos en el transporte de bienes (Procomer, 2017, p.4).

Es necesario contar con una buena logística para la distribución de la comercialización, de manera que aporte resultados positivos a las empresas. A pesar de que República Dominicana es más pequeño en superficie que Costa Rica, los temas de logística son importantes para colocar correctamente los plaguicidas y los fertilizantes, por lo que conocer qué desea el mercado dominicano ayuda a que se haga una entrega exitosa.

La cercanía entre Costa Rica y República Dominicana es definitivamente una gran ventaja, ya que para ambos países hay gran oferta con respecto al transporte de la mercancía. En términos del transporte de los plaguicidas y los fertilizantes, la más opción de transporte más utilizada es la marítima, tal y como lo señalan los entrevistados. A su vez, Costa Rica tiene el mejor tiempo de tránsito, en comparación con sus competidores, pues le toma solo 4 días. Con respecto al costo, este es mayor al de Estados Unidos en casi un 34 %, en flete marítimo, pero si incluimos el transporte local en origen, Estados Unidos es un 49.8 % más alto. México tiene mejores costos que Costa Rica, pero tiempos de tránsito superiores en de más de 10 días (Alpízar, 2017, p.119).

Como se menciona anteriormente, República Dominicana tiene varios proveedores, pero Costa Rica se encuentra con una ventaja en tiempo y precio con respecto al transporte utilizado

para la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes, debido a que tarda cuatro días de puerto a puerto.

Interpretación de los Datos

Las oportunidades de comercialización que muestran los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en el mercado de República Dominicana se basan en el conocimiento que tiene Costa Rica de los productos agrícolas que República Dominicana utiliza. También, el tener oportunidades permite lograr un cambio y competir con diferentes proveedores, según lo menciona la muestra de la investigación.

El mercadeo es necesario para fomentar e introducir un producto en cualquier país, en este caso, los plaguicidas y los fertilizantes a República Dominicana. Además, es necesario adquirir el conocimiento de la necesidad del mercado. Los cultivos dominicanos son de carácter familiar para Costa Rica, ya que ambos son países tropicales con tierras fértiles. Asimismo, están muy interesados en agroquímicos amigables con el ambiente. La muestra menciona diferentes categorías que tienen alta expectativa, como lo son los biocontroladores, botánicos, entre otros, requeridos en ese mercado.

En temas de exportación, las instituciones son parte del proceso de comercialización de un producto a otro país, ya que generan la inscripción o los permisos para este fin. Dichas instituciones son la Promotora de Comercio Exterior y el Servicio Fitosanitario del Estado. Los entrevistados aseguran que hay más apoyo para las empresas exportadoras de plaguicidas y fertilizantes por parte de Procomer, dado que realiza estudios de mercado con respecto a productos y países en específico. No obstante, se necesita mayor asesoría en todo el proceso, no solo para ingresar al mercado.

Los entrevistados coinciden en que Costa Rica aporta valor agregado a los plaguicidas y los fertilizantes, lo que posiciona a los productos costarricenses como de buena calidad, es decir,

hay una percepción positiva por parte de los dominicanos. Se menciona también, por parte de la muestra, que las opiniones dadas, en su mayoría, posicionan a Costa Rica con una buena imagen en términos de calidad.

En el momento de ofrecer un producto, se debe establecer cuál es la necesidad que el mercado necesita para así ingresar al mercado consumidor de la manera indicada y para que aumenten las compras por parte del país interesado. La muestra señala que las empresas dominicanas solicitan plaguicidas y fertilizantes que sean de calidad, con buen empaque, con diferenciación y competitivos en cuanto al precio.

Los canales de distribución de un producto van a depender del tamaño del mercado, debido a que con empresas dominicanas se establecen diferentes tipos de venta y distribución. Según lo menciona la muestra, las ventas pueden ser transaccionales o personalizadas, como agroservicios o ventas personalizadas, si la empresa tiene mayores ingresos. Por su parte, los encargados de la cadena de distribución de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en República Dominicana son las empresas distribuidoras o agroservicios, ya que, como lo menciona Alpízar (2017), el mercado de agroquímicos en República Dominicana está concentrado en dos grandes empresas encargadas de la distribución para pequeñas empresas.

Las oportunidades de mejora son fundamentales para que siempre se ofrezca productos que satisfagan las necesidades del cliente. Las oportunidades de mejora que tienen los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses son diversas, debido a que, como lo menciona parte de los entrevistados, se basa en mantener una buena calidad del producto. Asimismo, los plaguicidas y los fertilizantes se mueven por la demanda. Por su parte, Costa Rica debe mejorar en temas de precio y trabajar de una mejor manera en productos agroquímicos que sean de carácter innovador, pero sobre todo conocer del tema de agroquímicos y del mercado, tal y como lo menciona la muestra.

Es de gran beneficio que los encargados de la confección de los plaguicidas y los fertilizantes conozcan qué posibilidades competitivas hay en la comercialización de los

productos agroquímicos, ya que, como lo mencionan los entrevistados, las posibilidades existen, siempre y cuando se sepa cómo manejarlas y explotarlas de la manera correcta. Debido a que la mayor parte del mercado está acaparada por grandes países, eso provoca que haya una competencia más activa, por tanto, se deben idear nuevas estrategias.

Una de las ventajas competitivas con las que cuentan los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses es la cercanía que hay entre Costa Rica y República Dominicana, ya que esto facilita el transporte, es decir, permite que sea rápido y su costo no es tan elevado en comparación con otros países. Igualmente, como lo menciona uno de los entrevistados, República Dominicana no cuenta con formuladores de agroquímicos, esta situación provoca que Costa Rica sea atractiva para el mercado dominicano, ya que cuenta con cuarenta y ocho formuladoras, según lo mencionado en el estudio de mercado realizado por Procomer, y no deja de lado la calidad con la que cuentan los agroquímicos costarricenses.

En cuanto a las desventajas relacionadas con los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, según lo mencionado por los entrevistados, es importante el factor precio, debido a que dichos productos tienen altos costos, lo que provoca que haya más competitividad con otros países industrializados, en los cuales los precios son más bajos. Otra parte de la muestra coincide en que el registro de plaguicidas y fertilizantes en Costa Rica es una limitante, debido a que los trámites son más lentos y hacen que la diferenciación de los productos sea menor a la que se podría ofrecer.

Hay distintas razones de compra por parte de República Dominicana, debido a que cada comprador tiene diferentes puntos clave que hacen que un proveedor logre satisfacer sus necesidades. Algunas de las razones de compra mencionadas por la muestra incluyen el tema de la cercanía entre ambos países, lo cual hace que los tiempos de entrega y costo sean elementales para posicionar a Costa Rica como un proveedor con potencialidad. Asimismo, la calidad de los productos agroquímicos costarricenses es de gran atractivo para el mercado dominicano.

Igualmente, otra facilidad es que para comercializar con Costa Rica no hay cantidad mínima ni máxima de compra.

La competitividad en el precio es un factor desventajoso para los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, según la muestra, en comparación con algunos otros proveedores fuertes que son más industrializados. Asimismo, la competitividad con países como China, Estados Unidos e India es alta, ya que esos países brindan precios menores, debido a que son líderes en costo, al ser más desarrollados. Sin embargo, los entrevistados mencionan que Costa Rica se posiciona mejor según otros tipos de factores en diferenciación y de acuerdo con qué es lo que el cliente necesite, tal como lo menciona el entrevistado uno: “el precio no es un factor determinante si el uso da el resultado esperado”.

Las empresas consultadas mencionan que las empresas dominicanas solicitan diferentes requerimientos a ellas, como proveedores, en el momento de realizar la venta. Entre esas solicitudes, indican la importancia de que la compra sea clara y precisa en los aspectos más importantes relacionados con los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses. Dentro de los requerimientos que menciona la muestra, coinciden en temas como el acompañamiento en todo el proceso como proveedor, la calidad, la diferenciación y la innovación.

Dentro de los aspectos destacados se encuentra la innovación, la cual, aplicada de forma correcta, atrae a un mercado como el de República Dominicana, debido a que, al ser un país pequeño, las empresas necesitan diferenciación para obtener una venta más competitiva. La muestra señala que hay diferentes mezclas y formulaciones que diferencian los productos agroquímicos costarricenses; sin embargo, mencionan que por temas de regulación y seguridad no se han ofertado, últimamente, plaguicidas y fertilizantes nuevos, debido a que el registro toma mucho tiempo y frena el proceso.

En el proceso de comercialización, se utilizan diferentes elementos aduaneros, los cuales facilitan que los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses se posicionen como una buena opción para República Dominicana. En ese sentido, el transporte y la logística son los dos elementos

aduaneros con los que coinciden los entrevistados, debido a que la distancia entre el puerto costarricense y el dominicano es pequeña y el tiempo de entrega es de cuatro días desde puerto Moín hasta Río Haína, lo que convierte a Costa Rica muy eficaz en eso.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo, se establecen las conclusiones y recomendaciones, derivadas del proyecto de investigación. En primera instancia, se destacan los resultados obtenidos, con el propósito de conocer la respuesta en cuanto a los objetivos de la investigación, así como para contestar la pregunta del estudio. En la segunda parte, se establecen algunas recomendaciones para los involucrados encontrados, luego de realizar la búsqueda.

Conclusiones de la Investigación

Los productos agroquímicos tienen como oportunidad de comercialización y crecimiento la preferencia por el mercado agrícola, según características del mercado dominicano, como lo es el área cultivable de productos similares a los que Costa Rica cultiva. Asimismo, las formuladoras que se encuentran en el país centroamericano son de gran beneficio con respecto al mercado dominicano.

En relación con el conocimiento del mercado, se concluye que los exportadores de plaguicidas y fertilizantes costarricenses deben tomar en cuenta, para una exportación exitosa, un estudio del mercado, así como conocer el tamaño del mercado al que se está dirigiendo. Igualmente, es importante conocer las necesidades de los compradores en República Dominicana y se debe contar con el conocimiento de la logística de exportación de los productos, los permisos y los registros en temas regulatorios.

Por un lado, existe la falta de apoyo por parte de algunas instituciones porque el registro de nuevas mezclas requiere de más permisos y solicitudes, lo que ocasiona que los procesos sean más lentos para la innovación de los productos agroquímicos. Por otro lado, se concluye que Procomer es la institución costarricense encargada, en este momento, de la asesoría para el ingreso al mercado dominicano, así como de que haya un aumento de esta producción.

Sobre la calidad, se llega a la conclusión de que los productos agroquímicos deben aportar un valor agregado, de modo que se le brinde al consumidor una asesoría en cuanto a la utilización de los plaguicidas y los fertilizantes, lo que hace que el enfoque sea más personalizado.

Otra de las conclusiones se basa en los criterios de compra del mercado dominicano sobre los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, los cuales están relacionadas con los precios y la calidad, así como con la diferenciación en los productos, lo que hace que la compra de los plaguicidas y los fertilizantes sea llevada a cabo por un valor agregado que dichos productos aportan al mercado dominicano.

Según los resultados obtenidos, para conocer cuál es el mejor canal de distribución y venta se debe analizar y conocer el mercado, para así tener consideraciones con respecto a la distribución de los productos. Sin embargo, se concluye que la mejor manera de distribuir los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses es por medio de distribuidores y agroservicios, ya que las empresas importadoras y distribuidoras son las que lideran el mercado de agroquímicos en República Dominicana, lo que hace que la venta de estos productos sea directa y personalizada.

En lo que respecta a las oportunidades de mejora de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses, se concluye que los productos agroquímicos deben trabajar en la competitividad de los precios, así como en los permisos necesarios para la incorporación de productos innovadores a la oferta, de modo que los trámites con las entidades correspondientes sean más ágiles y el catálogo de productos sea más amplio, con productos que mantengan la calidad.

Se pudo apreciar, por medio de las entrevistas recolectadas, que las posibilidades competitivas de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses sí existen; sin embargo, deben trabajar con grandes proveedores de agroquímicos para República Dominicana, de modo que se promocionen los productos diferenciados que aporten valor agregado con respecto al precio.

Una de las ventajas competitivas se basa en la calidad que tienen los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en el mercado dominicano. Se destacan también en temas de logística, debido a la cercanía, lo que hace que los tiempos de entrega sean cortos.

Entre las desventajas de comercializar los plaguicidas y los fertilizantes al mercado dominicano, se encuentran los costos elevados de los productos. Ahora bien, bajar el precio de la producción se limita debido a que se deben reducir los costos de producción, como lo son la materia prima y la electricidad, y eso no depende de las empresas distribuidoras y formuladoras. Asimismo, no hay facilidad para incorporar el nuevo registro de mezclas, lo que lo convierte en una limitante, pues es necesario esperar algunos años para eso.

Por la categoría de razones de compra, se concluye que el mercado dominicano tiene varias razones para comprarle a Costa Rica, a pesar de que cuenta con otros proveedores. Entre los motivos están: los tiempos de entrega gracias a la cercanía que hay de un puerto a otro; no hay ni un mínimo ni un máximo de compra, así como la calidad de los plaguicidas y los fertilizantes.

La competitividad en el precio es una limitante con respecto a otros países más industrializados. En cuanto a ello se concluye que sí hay competencia en precio, pero, a pesar de esto, los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses deben enfocarse en otros temas, como la diferenciación en calidad, para que su escogencia se base en el uso y no en el precio.

Entorno a los requerimientos para el proveedor, se concluye que República Dominicana le solicita a empresas costarricenses que haya un asesor durante el proceso, quien brinde conocimiento técnico en cuanto a la utilización. Asimismo, requiere que se establezcan componentes con respecto a calidad, precio y diferenciación, para ofertar mayor cantidad de productos.

Con respecto a la innovación de los plaguicidas y los fertilizantes, se concluye que hay innovación en temas de envases y mezclas ya activas; sin embargo, hay una limitante en temas regulatorios y de registro, esta provoca que no haya un proceso ágil.

Igualmente, se concluye que los elementos aduaneros que forman parte del proceso de comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses son establecidos con respecto a la cercanía geográfica que hay entre ambos países, lo que mejora, de manera considerable, los precios en relación con el transporte marítimo, así como tiempo de entrega.

Con el fin de dar respuesta a la pregunta de la investigación, se delimitan, a continuación, las recomendaciones, debido a que es importante que las empresas distribuidoras o formuladoras mantengan sus estándares de calidad, así como que tengan conocimiento del mercado. Igualmente, cabe recordar que los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses sí cuentan con potencial para ser comercializados, siempre y cuando cumplan con los aspectos mencionados anteriormente, como la calidad. Del mismo modo, se deberá sacar provecho de ventajas planteadas en términos de logística y compra.

Recomendaciones de la Investigación

En el presente apartado se genera una serie de recomendaciones con base en los resultados obtenidos en la recolección de datos de la investigación.

En primer lugar, se le recomienda a la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, entidad que brinda apoyo a las empresas costarricenses en el proceso de internacionalización para ingresar a nuevos mercados, plantear un plan de acompañamiento y asesoría en el momento de exportación, el cual se enfoque en los trámites de los productos agroquímicos. Además, la asesoría deberá contar con formas de negociación para el mercado dominicano y logístico, debido a que las

empresas encargadas de la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes tienen poco alcance a información sobre estos temas.

Además, se le sugiere al Servicio Fitosanitario del Estado desarrollar ferias y actividades que ayuden a promocionar por medio de la Unidad de Fiscalización de Agroquímicos. Igualmente, los distribuidores y formuladores en el ámbito de agroquímicos podrían proporcionar más información sobre los procedimientos y permisos de nuevos registros, porque algunos empresarios señalan que hay procesos lentos y limitantes en cuanto a requerimientos para la comercialización de nuevos productos.

Igualmente, se les sugiere a las empresas comercializadoras de plaguicidas y fertilizantes, que recurran a socios comerciales, para que la comercialización en el mercado dominicano sea de una manera ágil y les permita establecer relaciones directas con los compradores con el fin de realizar una venta exitosa.

Asimismo, se le recomienda al Ministerio de Agricultura y Ganadería, organismo encargado de velar por los cultivos en las tierras costarricenses, generar asesorías para el uso correcto de los plaguicidas y los fertilizantes, con el fin de que se pueda brindar un acompañamiento continuo de forma correcta en el proceso de comercialización y se establezcan mecanismos sobre la importancia de la utilización correcta de los plaguicidas y los fertilizantes.

Al Servicio Fitosanitario del Estado, Ministerio de Salud y Ministerio de Ambiente y Energía de Costa Rica, entidades estatales encargadas del decreto que regula el registro, uso y control de los plaguicidas y los fertilizantes, se les sugiere desarrollar una serie de capacitaciones para las empresas formuladoras de estos productos, con el fin de mejorar el funcionamiento, eficacia y eficiencia del registro de plaguicidas y fertilizantes, así como para aprovechar estas nuevas herramientas en relación con la inscripción de nuevas mezclas innovadoras para el mercado.

También se les recomienda al Servicio Fitosanitario del Estado y a las empresas comercializadoras de plaguicidas y fertilizantes que no pierdan la comunicación y trabajo en equipo, con el fin de mantener la calidad e impedir el uso de productos agroquímicos que contengan sustancias que puedan afectar a la salud y al ambiente. De este modo, la calidad continuará siendo uno de los criterios de compra por los cuales se identifica a Costa Rica.

Paralelamente, se le recomienda a las empresas distribuidoras y formuladoras desarrollar un plan de estrategias de mercado, con el propósito de ofertar productos agroquímicos diferenciados al mercado dominicano y así lograr aumentar el catálogo de productos costarricenses para miras de nuevos mercados. Lo anterior será posible por medio de la elaboración de promoción de los productos, el diseño de la presentación de producto y el apoyo de un socio estratégico para el análisis de mercado.

Finalmente, se les sugiere a futuros investigadores del tema del potencial de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses investigar sobre otros elementos potenciales de estos productos como la materia prima, análisis de proveedores, competidores y productos sustitos, así como las oportunidades de comercialización y los tipos de plaguicidas y fertilizantes innovadores no mencionados en el trabajo. Igualmente, es importante enfocar el estudio hacia temas relacionados con los decretos 39733 y 39994, con respecto al nuevo Reglamento Técnico: RTCR 484:2016; de modo que se destaque la importancia de este con respecto a los permisos generados.

REFERENCIAS

- Alekhina, S. (2015). Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Santo Domingo. El mercado de fertilizantes en República Dominicana. Recuperado de: <https://www.camarazaragoza.com/exterior/BoletinNET/docs/DocumentoHerramienta413.pdf>
- Alpízar, M. (2016). Estudio de mercado Agroquímicos en Nicaragua Oportunidades para su comercialización. Costa Rica. Recuperado de: <https://www.procomer.com/uploads/downloads/80341b1899a6295dc347476558e051eb5e7ee782.pdf>
- Alpízar, M. (2017). Oportunidades de comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes hacia República Dominicana. Costa Rica. Recuperado de: <https://www.procomer.com/uploads/downloads/a86058abc6e66fa76c41eb07382aff2e465b86f6.pdf>
- Anasa Control. (2010). Plaguicidas. Recuperado de: <http://www.anasaccontrol.cl/website/wp-content/uploads/2013/06/Plaguicidas.pdf>
- Asociación Española para la Calidad. España. (s.f.). Certificados de calidad. Recuperado de: http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/sociedad-y-consumo/2004/03/18/97345.php
- Bedmar, F. (2011). Recuperado de: <https://www.agro.uba.ar/users/semmarti/Usotierra/CH%20Plaguicidas%20fin.PDF>
- Cano, M, Beviá, B, Enríquez, M, Molins, A. (2010). Logística aplicada al Comercio Internacional. Recuperado de: http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:67166/componente67164.pdf
- Central America Data Información de Negocios. (2016). Costa Rica: Nuevo reglamento de agroquímicos. Recuperado de: https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Costa_Rica_Nuevo_reglamento_de_agroquimicos

Centro de Investigaciones Agroquímicos (2015). Biofertilizantes y Biocontroladores.

Recuperado de:

http://www.mag.go.cr/biblioteca_virtual_ciencia/biofertilizantes_biocontroladores.pdf

Centro de Investigaciones Agroquímicos (2015). Elaboración De Abonos Orgánicos En Costa Rica. Recuperado de:

<http://www.cia.ucr.ac.cr/pdf/tarifas/Nota%20tecnica%202014%20Elaboracion%20de%20abonos%20organicos%20en%20Costa%20Rica.pdf>

Crhoy.com (2017). Plaguicidas y fertilizantes ticos podrían llegar a República Dominicana.

Recuperado de: <https://www.crhoy.com/economia/plaguicidas-y-fertilizantes-ticos-podrian-llegar-a-republica-dominicana/>

De la Hoz. Generalidades de Comercio Internacional. Recuperado de:

<http://www.colmayorbolivar.edu.co/files/generalidadesdecomerciointernacional.pdf>

Defina.com. (s.f). Definición de exportador. Recuperado de: <https://definiciona.com/exportador/>

Dorta, P. Transporte y Logística Internacional. Recuperado de:

https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf

Fernández, E. (2015). Compañías ticas se abren campo en un sector agrícola en decrecimiento.

Recuperado de: <https://www.elfinancierocr.com/negocios/companias-ticas-se-abren-campo-en-un-sector-agricola-en-decrecimiento/5NDRPMKNXZFYBLC3YUXLVLDX6E/story/>

Fertisa. (s.f.). División agroquímicos Vondozeb. Recuperado de:

<https://www.fertisa.com/producto.php?id=13>

Fundación Omar Dengo. (s.f.). Proyecto de elaboración de estándares: Definición de términos relevantes. Recuperado de:

http://www.fod.ac.cr/estandares/docs/articulos_interes/definicion_iniconceptos_estand.pdf

Gardey, A. y Porto, J. (2013). Definición de potencial. Recuperado de:

<https://definicion.de/potencial/>

- Gestiopolis. (2013). Estándares de calidad que te mejoran la gestión del marketing. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/estandares-de-calidad-que-te-mejoran-la-gestion-de-marketing/>
- Hernández, S., Fernández, C., y Baptista, L. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.
- Huesca, C. (2009). Comercio Internacional. Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comercio_internacional.pdf
- Kotler, P y Armstrong, G. (2014). Marketing. Recuperado de: https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf
- Legiscomex Sistema de Inteligencia Comercial (2017). República Dominicana abrió las oportunidades a plaguicidas y fertilizantes de Costa Rica. Recuperado de: <https://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/R/republica-dominicana-abrio-oportunidades-plaguicidas-fertilizantes-costa-rica-jun-20-17-15not/republica-dominicana-abrio-oportunidades-plaguicidas-fertilizantes-costa-rica-jun-20-17-15not.asp?CodSeccion=205>
- Losantos, M. (2011). Módulo 1. Fuentes De Información: Tipos Y Características. Recuperado de: http://www.pregunte.es/manuales/M_dul01_Fuentes_Informaci_n_ML_PR_GM.pdf
- Marketingfree.com. (2008). Definición de Precio. Recuperado de: <http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (s.f.). Recomendaciones para el manejo seguro de los plaguicidas. Recuperado de: http://www.mag.go.cr/biblioteca_virtual_ciencia/tec-plaguicidas.pdf
- Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. (s.f.). Estadística sobre la Comercialización de Productos Fitosanitarios. Recuperado de: <http://www.mapama.gob.es/es/estadistica/temas/estadisticas->

[agrarias/Estadística sobre la Comercialización de Productos Fitosanitarios versión INE VERSION TRIDION tcm7-283537.pdf](#)

Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2011). Comercialización de Agroquímicos en Costa Rica. Recuperado de: <http://www.pnp.cr/index.php/en/literature-and-bibliography/bibliografia/uso-y-control-de-agroquimicos/28-meic-2011-estudio-de-mercado-de-agroquimicos/file>

Murillo, J. (2012). La entrevista. Recuperado de: [https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_\(trabajo\).pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_(trabajo).pdf)

Noticias de tiempo real 0223 (2013). Argentina. Ciudad Agroquímicos: “La importancia es promover una producción saludable”, afirma el municipio. Recuperado de: <https://www.0223.com.ar/nota/2013-4-29-agroquimicos-la-importancia-es-promover-una-produccion-saludable-afirma-el-municipio>

Olavarría, B. (2017). La desventaja competitiva. Recuperado de: <https://es.linkedin.com/pulse/la-desventaja-competitiva-bel-A9n-olavarr-ADa-mu-B1oz>

Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (2017). República Dominicana abre oportunidades a plaguicidas y fertilizantes de Costa Rica. Recuperado de: <https://procomer.com/es/noticias/republica-dominicana-abre-oportunidades-a-plaguicidas-y-fertilizantes-de-costa-rica>

Rimac S.A. (2015). Rimac cipermetrina 25 EC. Recuperado de: http://rimacsa.co.cr/wp-content/uploads/2015/05/RIMAC-CIPERMETRINA-25-EC_-Insecticida_ES.pdf

Servicio Fitosanitario del Estado. (s.f.). Fiscalización de agroquímicos. Recuperado de: <https://www.sfe.go.cr/SitePages/Laboresdefiscalizacion/InicioFiscalizacion.aspx>

Significados.com. (s.f.). Competitividad. Recuperado de: <https://www.significados.com/competitividad/>

Sistemas de Compras y Contratación Pública. (2011). Definición de Requerimientos. Recuperado de

<http://portales.mineduc.cl/usuarios/pcompras/File/2011/ACREDITACION/GuIaPrActica5DefiniciOndeRequerimientos.pdf>

Stanton, W. Etzel, M. Walker, B. (2015). Fundamentos de Marketing Decimocuarta edición.
Recuperado de:

<https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>

The Observatory of Economic Complexity. (s.f.). República Dominicana. Recuperado de:

<https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/dom/>

The Observatory of Economic Complexity. (s.f.). What does Costa Rica export to la República Dominicana? (2016). Recuperado de:

https://atlas.media.mit.edu/es/visualize/tree_map/hs92/export/cri/dom/show/2016/

The Observatory of Economic Complexity. (s.f.). What does la República Dominicana import from Costa Rica? (2016). Recuperado de:

https://atlas.media.mit.edu/es/visualize/tree_map/hs92/import/dom/cri/show/2016/

Valdivieso, M. (2018). Biocontroladores. Control de plagas en agricultura orgánica.

Recuperado de: <https://www.saludorganicasostenible.com/biocontroladores/>

Vásquez, J. (2007). Calidad. Recuperado de:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/mendez_s_g/capitulo2.pdf

Webyempresas. (s.f.). La ventaja competitiva según Michael Porter. Recuperado de:

<https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>

APÉNDICES

Apéndice 1. Cuestionario

Buenas tardes, estimado entrevistado, mi nombre es Ana Irene Rodríguez Chaves, estudiante de la Universidad Internacional de las Américas, y me encuentro, actualmente, desarrollando el proceso de Tesina para obtener el grado de Bachiller en Comercio Internacional, por lo cual le agradezco se sirva responder a las siguientes preguntas. No omito manifestarle que la información contenida en este instrumento será utilizada únicamente para efectos de la presente investigación.

1. Según su experiencia, ¿qué alternativas de comercialización tienen los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en el mercado de República Dominicana?
2. Según su opinión, ¿cuáles factores deben conocer y tomar en cuenta los exportadores de plaguicidas y fertilizantes costarricenses con respecto al mercado dominicano?
3. Según su conocimiento, ¿qué es lo que buscan las empresas dominicanas con respecto a los productos agroquímicos?
4. ¿Considera usted que existe apoyo por parte de las instituciones encargadas de promoción y distribución en el nivel internacional para aumentar las oportunidades comerciales de este sector productivo?
5. Con respecto a la calidad del producto, ¿qué aspectos solicita el mercado dominicano sobre los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses a pesar de los estándares de calidad que ya ofrece Costa Rica?
6. Según su apreciación, ¿cuáles son los criterios de compra que solicita República

Dominicana para los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses?

7. Según su experiencia, ¿cuáles son los canales de distribución que se recomienda utilizar para comercializar, con República Dominicana, los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses?
8. Según su opinión, ¿qué factores intervienen en la elección del canal de distribución por parte de República Dominicana y Costa Rica?
9. Según la práctica, ¿cuál es el diseño de la venta que se realiza para los clientes dominicanos? (Venta transaccional o personalizada).
10. Según su criterio, ¿qué aspectos Costa Rica debe mejorar para incentivar una mayor comercialización de plaguicidas y fertilizantes en el mercado de República Dominicana?
11. Según su experiencia, ¿qué posibilidades competitivas existen en cuanto a la comercialización de los plaguicidas y los fertilizantes en República Dominicana?
12. ¿Conoce usted la opinión de las empresas dominicanas sobre la calidad de los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses?
13. Según su criterio, ¿qué ventajas muestran los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en el mercado dominicano?
14. Según su criterio, ¿qué desventajas muestran los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses en el mercado dominicano?
15. En comparación con otros países, ¿conoce usted qué estrategias tiene Costa Rica para ofrecerle productos agroquímicos diferenciados a República Dominicana?

16. Según su conocimiento, ¿qué factores hacen que República Dominicana le compre a Costa Rica, si cuenta con grandes proveedores como China y Estados Unidos?
17. ¿Qué aspectos mencionan sus compradores de plaguicidas y fertilizantes en República Dominicana con respecto al precio ofrecido por Costa Rica?
18. ¿Conoce usted qué es lo que buscan las empresas dominicanas en una relación con un proveedor?
19. Según su conocimiento, ¿qué factores de innovación muestran los plaguicidas y los fertilizantes costarricenses que atraen a los compradores en el mercado de República Dominicana?
20. Según su criterio y conocimiento, ¿qué elementos aduaneros hacen que Costa Rica sea un proveedor para República Dominicana? (Logística, transporte, impuestos, regulación, tramitología).