

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS

CARRERA DE RELACIONES INTERNACIONALES

POSICIONAMIENTO DEL CACAO DE COSTA RICA EN EL
MERCADO INTERNACIONAL Y SU IMPACTO EN LA
IMAGEN COMERCIAL DE COSTA RICA (2014-2018)

MODALIDAD DE TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLER EN RELACIONES
INTERNACIONALES

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

BEIDY MAITE CABALCETA GONZALEZ

TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN

VICTOR ESTRADA-MENA

SEDE ARANJUEZ

AGOSTO, 2019

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mi madre y mi hermano ya que ellos dos siempre me apoyaron y me han dado la motivación necesaria para seguir adelante cada vez que quería abandonar, sin el apoyo de ellos dos no lo hubiese logrado.

También se lo dedico a mi bebé ya que me dio el impulso suficiente para continuar en la recta final al igual que mi novio que me cuidan y me motiva a diario para seguir y lograr mis sueños.

Gracias a todos por estar a mi lado y motivarme e impulsarme, sin ustedes esto no sería posible.

Agradecimientos

Le agradezco a Dios inicialmente por guiarme en el reto que acepté cuando inicié la carrera.

Le agradezco a mi mamá por enseñarme a luchar por mis sueños y levantarme cada vez que me caía en el transcurso de la carrera.

Le agradezco a mi hermano, por estar a mi lado e impulsarme, guiarme y aconsejarme cada vez que me sentía perdida en el camino.

Le agradezco a mi novio, por estar a mi lado en el momento más difícil de la carrera.

Les agradezco a todos por no dejarme caer ni darme por vencida por estar a mi lado.

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA DE CONTENIDOS	1
TABLA DE ILUSTRACIONES	3
TABLA DE GRÁFICOS.....	4
TABLA DE CUADROS	5
TABLA DE ANEXOS	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. Planteamiento del problema.....	11
1.2. Objetivos	14
1.2.1. Objetivo General	14
1.2.2. Objetivos Específicos	14
1.3. Justificación	15
1.4. Antecedentes	19
1.5. Proyecciones	21
1.5.1. Alcances	21
1.5.2. Limitaciones	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	23
2.1. Teoría sobre el origen del intercambio desigual	23
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	26
3.1. Enfoque de la Investigación.....	26
3.2. Diseño de la Investigación.....	27
3.3. Fuentes de información.....	28
3.4. Variables de análisis de la investigación	30
3.5. Instrumentos.....	32

3.6. Recolección y procesamiento de datos	32
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS	34
4.1. Describir el desarrollo histórico del cacao y la cultura costarricense en relación con el producto	34
4.2. Identificar el posicionamiento del cacao de Costa Rica en los mercados internacionales.	40
4.3. Determinar la importancia de la diplomacia económica para Costa Rica en las relaciones internacionales.	46
4.4. Analizar la importancia de las exportaciones de cacao en relación con la imagen comercial del país.	51
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXOS	62

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Árbol de Cacao.....	35
Ilustración 2. Xocolatl	36
Ilustración 3. Granos de Cacao.....	37
Ilustración 4. Mazorca de Cacao con Monilia.....	38
Ilustración 5. Logo de ICCO (Organización Internacional de Cacao)	40
Ilustración 6. Logo de esencial COSTA RICA	44
Ilustración 7. Mapa de movimiento de Cacao	52
Ilustración 8. Juan Pablo Büchert CEO Nahua Chocolate y Cacao	53
Ilustración 9. Logo de Nahua Chocolate	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 10. Perfil de sabor del Caco de Costa Rica	55
Ilustración 11. Logo de Gulfood.....	55
Ilustración 12. Stand de Costa Rica en el Gulfood.....	56

TABLA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Resultados de la encuesta.....	49
-------------------------------------------	----

TABLA DE CUADROS

Cuadro 1. Objetivos de la Marca País	44
Cuadro 2. Cantidad de embajadas, consulados y oficinas de PROCOMER por región.....	48

TABLA DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz documental.....	62
Anexo 2. Entrevista sobre los mercados Internacionales.....	63
Anexo 3. Encuesta sobre el conocimiento de la Diplomacia Económica	64
Anexo 4. Entrevista sobre las exportaciones de Costa Rica y la imagen comercial del país.	65
Anexo 5. Recolección de datos y procesamiento	66

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Antes de que Cristóbal Colón llegara a las tierras de lo que hoy se conoce como América y principalmente Costa Rica, existían grupos de pobladores autóctonos que se organizaban en cacicazgos los cuales eran los dirigentes políticos-religiosos donde se centraba la totalidad del poder, la principal característica de estos pobladores era su organización política-social y con una gran especialización en labores como el del cosechar.

La planta de cacao se consideraba sagrada por lo que su fruto también lo era, ya que provenía y era un regalo de los dioses. Los Mayas fueron los primeros en crear un brebaje amargo llamado “Xocolatl”, el cual lo obtenían tostando las semillas de los frutos de cacao y luego machacando y solamente la podían beber los reyes o nobles y eran utilizado más que todo en rituales sagrados de solemnidad. Los Aztecas aprendieron de los Mayas y le llamaron “Cacahuat” a la planta y a la bebida “Xocolatl” siendo un derivado del cacao y la mezclaban con vainilla, pimienta, guindilla, clavo, canela y otras especias con harina de maíz, también tenían la creencia que una taza de esta bebida les traía una serie de beneficios.

Con el avance del tiempo y el gran valor que este fruto tomó se llegó a utilizar como moneda de intercambio también era utilizada para pagar los impuestos de sistema feudal que los Aztecas implementaban para su época. Para el año 1519 Hernán Cortés descubrió la bebida y le llevó a España y la explotó comercialmente, pero la receta solamente lo tenían los monjes, fue hasta el momento que interceptaron una nave y el fruto fue llevado a Francia.

En Costa Rica, al cacao, junto con el banano y el café se les considera productos agropecuarios tradicionales por lo que la historia de la exportación que tienen estos productos es larga, la producción cacaotera en el país ha sido de gran importancia ya que ha generado grandes fuentes de empleo y grandes ingresos a los agricultores de este producto, todo marchaba bien hasta el año 1979 que la producción anual comenzó a bajar de un 1,1% a 0,5% en el año 1986, el descenso continuo cuando la enfermedad de la Monilia cayó en las plantaciones de cacao en el país acabando solamente con los frutos de los árboles , por lo que las autoridades tomaron la decisión de importar el producto y sus derivados, haciendo que la exportación e ingresos en el país disminuyeran de forma considerable.

Cuarenta años después de la Monilia los árboles han vuelto dar frutos, pero esto se da gracias que el Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE) ha trabajado en la genética de los árboles de cacao para que sean más resistentes a las enfermedades, en la actualidad en el país solamente 3000 hectáreas son dedicadas a este producto. En este tipo de plantaciones es normal poder observar gran variedad de flora y fauna, por lo que los agricultores aprovechan esto a las orillas de las plantaciones es normal encontrar cultivos como: frijoles, plátanos, papas y otros productos.

La cosecha de cacao se da prácticamente durante todo el año, algunos meses suelen ser de menos producción que otros, esto siempre y cuando no se vean afectados por fenómenos de la naturaleza, como por ejemplo en noviembre de 2016 y la afectación del huracán Otto hizo que las plantaciones de cacao en la zona de Upala y Guatuso se inundaran perdiendo en totalidad los frutos y que para inicios del 2017, luego de las inundaciones se presentó la sequía haciendo que la cosecha se atrasara y con ellos las exportaciones que se tenían planeadas.

Actualmente el cacao de Costa Rica mantiene una buena imagen a nivel internacional ya que se cosecha un fruto gourmet que cada vez las chocolaterías exclusivas del mundo lo buscan por ser un cacao fino de aroma, para el 2018 se exportó alrededor de \$1,2 millones de cacao o algún derivado de este a 27 países diferentes.

El mercado internacional para el cacao fino de aroma es muy amplio y poco atendido, pero este mercado es tan exclusivo que las mejores tiendas que se dedican a la producción y elaboración de chocolates finos se encuentran en la disposición de pagar sobre precios con tal de obtener un buen producto, acá es donde entra en juego la imagen de Costa Rica que poseemos dicho status según lo dictado por la Organización Internacional de Cacao (ICCO), los países de Europa Occidental (Italia, Suiza, Reino Unido, Alemania, Bélgica y Francia) y Japón son los mayores consumidores de este tipo de cacao, todo lo contrario a Estados Unidos de América donde casi no es consumido, este tipo de mercado es pequeño e independiente, especializado en la oferta y demanda, llegando a influir en el precio del grano.

Existe una herramienta tecnológica que le permite a la mayoría de los comercios costarricenses disponer de las reglas certeras para encontrar las condiciones preferenciales en los mercados internacionales y socios más importantes del país a tener ventajas sobre otros

países que no cuentan con los mismos instrumentos, por lo que Costa Rica suele ser un socio de gran atractivo para los inversionistas del extranjero. Costa Rica se ha posicionado a nivel internacional como un país verde y el país cuenta con recurso humano de gran potencial lo que permite posicionarse en los más altos niveles comerciales y llegar a los más exclusivos consumidores.

Dicho lo anterior debemos indicar que el país también goza del gran privilegio de ser conocida a nivel internacional como un país con grandes valores democráticos y lleno de paz, por lo que se dice que es la democracia más vieja y estable de América Latina. También gozan de tener un proceso de exportación con los mejores productos y servicios en el mercado internacional, para los años 80 se impulsan tres grandes proyectos que ayudarían a fortalecer la economía y uno de ellos sería el de fomentar las exportaciones de productos no tradicionales creando un modelo dinámico y visionario diversificando las exportaciones, convirtiendo a Costa Rica en el segundo mayor exportador de América Latina y actualmente se exporta 145 países.

La Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica ha logrado proyectar una imagen positiva del país en el exterior, por lo que la creación de una marca país era una necesidad para el sector comercial internacional y esta marca debe de contener los valores más esenciales del país y que logre aumentar la inversión extranjera directa, por lo que crearon la marca “*Esencial Costa Rica*”. Al crear la Marca País se busca la estrategia para lograr posicionar y capitalizar en el mercado internacional la imagen de un país, teniendo como mayor objetivo el lograr estimular la reputación del país por medio del turismo, inversiones o bien la adquisición de productos por medio de las exportaciones.

Por lo que Costa Rica busca por medio de “*Esencial Costa Rica*” el poder promover de forma integral el turismo, las inversiones y las exportaciones sin dejar de lado la cultura e idiosincrasia de Costa Rica, la marca ha sido creada por cinco valores los cuales son:

- Sostenibilidad
- Excelencia
- Innovación
- Origen

- Progreso social

En el año 2008 se llega a realizar un estudio tanto a nivel nacional como internacional de cuál es la imagen que proyecta el país, siendo el resultado que Costa Rica se proyecta como un país verde, pero que aún tiene un mayor potencial, para el 2011 bajo asesoría se escoge el slogan “*Esencial Costa Rica*”, en el 2012 luego de realizar investigaciones de mercado los resultados arrojan que Costa Rica ha pasado por una serie de facetas tanto en materia de exportaciones, turismo e inversión extranjera.

Para el 2013 se comienza a posicionar a Costa Rica a nivel internacional en lugares específicos por medio de ferias, embajadas, consulados y la creación de guías y material para el uso de la marca, oficialmente la Marca País se presentó al público en el 2016 para el público bajo el lema “*La esencia sos vos, todos somos esencial COSTA RICA*”. Toda persona física o jurídica que efectúe una actividad económica que sea afín a la atracción de inversión extranjera, turismo, exportaciones o bien una PYME que posea un fuerte potencial para la exportación o algún otro tipo de actividad que se asocie con los valores de Marca País.

El uso de la Marca País se da por medio de un licenciamiento, y toda aquella persona jurídica o física interesada en poseer dicho licenciamiento debe someterse a una serie de evaluaciones para determinar si cumple con los cinco valores principales, de ser así el interesado se le entrega un certificado reconociéndolo como “*Esencial Costa Rica*”, aquellos que posean el licenciamiento llegan a gozar de una serie de beneficios como los de:

- Generador de negocios.
- Refuerza la imagen corporativa
- Respaldo del país
- Atracción de talento, entre otros.

La Marca País es una generadora de inversión extranjera directa donde esta última es considerada el elemento más fundamental para que un país se desarrolle, más que todos aquellos que adoptaron el modelo desarrollo basados en el comercio internacional, Costa Rica inicio este proceso en 1950 con el proceso de integración regional. La inversión extranjera es la que atrae mayor impacto a la economía del país, el país ha llegado a posicionarse como uno de los destinos favorables para la recepción de inversión debido a las

cualidades que se poseen como la estabilidad política con la que cuenta el país, el alto nivel de desarrollo humano y sobre todo a la economía estable, abierta al comercio y la inversión.

1.1.Planteamiento del problema

Costa Rica ha basado su sistema económico en tres sectores: el sector primario es el dedicado a toda actividad económica donde se involucre la transformación de recursos naturales en producto de materia prima, por ejemplo, la agricultura, ganadería, pesca. Luego encontramos el sector secundario que es donde se encuentra la transformación de la materia prima en alimentos o mercancías y por último se encuentra el tercer sector económico que engloba todas las actividades que no llegan a producir un bien material de forma directa sino ofrece servicios para poder satisfacer las necesidades de los consumidores.

La economía costarricense se basa principalmente en el turismo (sector terciario de la economía), pero en los últimos años una nueva fuente de ingresos ha tomado fuerza siendo este el sector de exportaciones, Costa Rica se ha creado nombre en el mercado internacional por tan buena oferta de bienes y servicios que logra colocar en el extranjero y la imagen comercial que ha logrado ganarse gracias a los esfuerzos realizados por las empresas costarricenses.

Aunque la estrategia utilizada por Costa Rica en últimos tres años para el desarrollo se ha estado basando en el poder impulsar las exportaciones del país y así lograr la apertura de nueva inversión extranjera y logrando una liberación de forma gradual del comercio y diversificación de la canasta exportable, donde las exportaciones aumentan anualmente en un 9% en bienes y servicios.

A nivel de centroamérica Costa Rica es la nación que mejor coloca sus productos en Europa y que según el informe dado por el Centro de Estudios para la Integración Económica (CEIE) y el Sistema de Integración Económica Centroamericana (SIECA) a nivel de región Costa Rica es el que ubica el 43,2% de las exportaciones en la Eurozona. Pero aun así se encuentra la problemática de que existe muy poca diversificación en el catálogo de los productos exportables por lo que el 44% de las exportaciones del país derivan de banano 25% y de la piña con un 19%.

Para poder solventar esta problemática se debe diversificar los mercados destinos y así deje de existir la vulnerabilidad con la que actualmente contamos, también se deberán de estudiar las estrategias logísticas que se acomoden a las nuevas perspectivas de los mercados internacionales más que todo en materia de infraestructura, movilidad y logística, ya con estos cambios se lograra colocar una mayor oferta exportable.

En los últimos años las exportaciones a Europa se han concentrado los mercados como Holanda y Bélgica con un 53% de las exportaciones salientes de Costa Rica más que todo porque estos países cuentan con puertos propios y los mercados finales se encuentra en esos dos países, pero aun así un porcentaje es solamente de tránsito, para el 2016 las exportaciones sumaron un 49% y correspondió al sector agrícola y esta se concentró en banano 25%, pina 19% y café 5%, por lo que para la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) la diversificación de los mercados se dio más que todo en el sector industrial.

En el periodo de 2014-2018, se utilizó e implementó una forma de trabajo que atrajo una serie de beneficios al país como lo es la diplomacia económica, la que se basa inicialmente en utilizar las bases diplomáticas que tiene un Estado y aprovecharlas para abrir el comercio y beneficiarse de ellos.

Con base en lo anterior Costa Rica en el último periodo ha utilizado las embajadas y consulados no solo como representaciones diplomáticas sino también como centros de negocios y puentes a las exportaciones de productos costarricenses y así atraer mayor inversión extranjera, las misiones diplomáticas en el exterior deben ser centros de promoción para Costa Rica en todos los aspectos. Para lograr esto tanto el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, el Ministerio de Comercio Exterior, la Promotora de Comercio Exterior y el Coalición Costarricense de Iniciativas para el Desarrollo, deben unir esfuerzos.

La diplomacia tradicional no está mal, pero en un país como Costa Rica no lo es suficiente ya que se encuentra en constante cambio y en búsqueda de nuevas oportunidades comerciales en el extranjero y la diplomacia económica es la parte esencial para el crecimiento económico; por lo que el país se debe atrever a realizar negocios con nuevos mercados y poder diversificar los mercados, esto sin dejar de lado los mercados tradicionales.

Costa Rica goza de un reconocimiento internacional de poseer una imagen verde la misma debe ser aprovechada como una estrategia comercial tanto a nivel internacional como internacional y que la mismas trae consigo la Inversión Extranjera Directa (IED), actualmente Costa Rica goza de empresas verdes, pero que las mismas trabajan de forma verde cuando debería ser lo contrario. Para el 2014 Costa Rica logra entrar por primera vez al ranking “The Global Green Economy Index (GGEI) se dedica a analizar el impulso de las economías verdes y a partir de factores como políticas de atención al cambio climático y las dedicadas y su eficacia para detenerlo, obtuvieron el tercer lugar solamente superado por Suecia y Noruega.

Para la GGEI, Costa Rica logra hacer un buen trabajo ya que es una pequeña nación con una renta media alta, teniendo un desempeño positivo en la economía verde y la creación de una marca país, los resultados que Costa Rica logró establecer fueron gracias a los sectores de eficacia, medio ambiente y naturales.

Por lo tanto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál ha sido el posicionamiento del cacao de Costa Rica en el mercado internacional y cuál ha sido el impacto que ha tenido en la imagen comercial del país?

1.2.Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Describir el posicionamiento del cacao de Costa Rica en el mercado internacional y su impacto en la imagen comercial del país, 2014-2018.

1.2.2. Objetivos Específicos

1. Describir el desarrollo histórico del cacao y la cultura costarricense en relación con el producto.
2. Identificar el posicionamiento del cacao de Costa Rica en los mercados internacionales.
3. Determinar la importancia de la diplomacia económica para Costa Rica en las relaciones internacionales.
4. Analizar la importancia de las exportaciones de cacao en relación con la imagen comercial del país.

1.3. Justificación

La palabra cacao deriva del Nahuatl “Cacáhua”, su significado griego es el de alimentos de los dioses, conocido científicamente como Theobroma, hace aproximadamente 4000 años los primeros árboles de cacao crecían en la selva tropical de las Amazonas y Orinoco, los datos exploratorios indican que los primeros cultivos en centroamérica se dieron en Puerto Escondido Honduras y data alrededor de 1100 a.C. Entre 600 y 400 a.C. las plantaciones se extienden a Belice.

Aunque se le atribuyen a los Mayas la creación de un brebaje amargo utilizado como bebida para los dioses, estudios realizados por las universidades de Columbia, Yale, Arizona y Wisconsin indican que existen evidencia que este brebaje pudiera ser utilizado 800 años antes de lo que se cree, específicamente en el periodo formativo (1900-900 a.C.).

Para Costa Rica la palabra cacao significa cultura ya que une a las Costa Rica indígena ancestral y post Cristóbal Colon y por ser un producto socioeconómico, aunque actualmente en el Valle Central ha sido un poco olvidada más que todo después de los años setenta cuando las enfermedades de la Monilia cayeron sobre las plantaciones acabó con el 80% de la producción nacional, actualmente este producto destaca en las zonas rurales como en la zona norte, y caribeña de Costa Rica.

Para Costa Rica las plantaciones de cacao son de gran importancia junto con las plantaciones de café y banano, ya que los tres productos eran exportados y aportaban a la economía, cultura e identidad nacional, la producción costarricense de cacao solo alcanza el 5% de la producción mundial y solo el 10% se le puede considerar gourmet cotizado en los mercados europeos, asiáticos y estadounidenses ya que se considera cacao de primera calidad, de origen único, fino de aroma.

Ya sea dentro o fuera de sus fronteras, Costa Rica es conocida como un “país verde” y esto porque concentra la más grande biodiversidad del mundo, que según el Instituto Nacional de Biodiversidad (INBIO) posee el 3,6 de la biodiversidad del planeta en una superficie territorial de 51.000 kilómetros cuadrados, porque se descubre una nueva especie cada dos días, ya que algunos toman al país como un puente para trasladarse de norte a sur, al poseer este estatus los gobiernos toman con seriedad conservar la mayor cantidad de

territorio por lo que desde los años 60 se ha protegido y conservado el 26% del territorio nacional (datos obtenidos del INBIO).

Hace 20 años atrás el país se comprometió de lleno con un turismo verde, por lo que los primeros en obtener las Certificaciones de Sostenibilidad Turística fueron los hoteles, seguido por los restaurantes creando que los recursos naturales se vieran como un valor agregado a su economía. El 99% de la energía utilizada en las actividades diarias de los costarricenses pertenecen a energías renovables, haciendo público en el 2011 el propósito de convertirse en el primer país carbono neutral para el 2021.

El Estado costarricense también goza del privilegio de poseer el reconocimiento de ser un país de paz, ya que no posee ejército desde el 1 de noviembre de 1948 siendo el presidente de la Junta Fundadora de la Segunda República José Figueres Ferrer y el dinero que bien podía ser destinado para esto, se destina para la educación primaria y secundaria convirtiéndola en gratuita y obligatoria. Los costarricenses o bien conocidos como ticos son distinguidos como personas sencillas, humildes, corteses y cordiales, siempre alegres, la particular palabra “Pura Vida” se considera parte del vocabulario del “tico” y parte de su ser que describe su estado de ánimo.

Manuel González que ejerció el cargo de Ministro de Relaciones Exteriores de Costa Rica mejor conocido como canciller en el periodo 2014-2018, implemento durante su mandato en este Ministerio la Diplomacia Económica, que consiste que las representaciones del Estado hablasen de las embajadas y consulados en el Exterior no solo sirvan como fuentes de la buena relación diplomática entre países sino que sean puentes que sirvan para que los productos costarricenses lleguen a más países por medio de las exportaciones y poder atraer mayor inversión extranjera al país (IED), tal y como lo expresa el señor González las sedes diplomáticas deben ser centros de promoción del portafolio exportable del país.

Bajo el predicamento anteriormente descrito, se llega a justificar la apertura de 6 nuevas sedes diplomáticas fuera de Costa Rica en países no tradicionales con las que se busca estrechar las relaciones entre estas 6 naciones con Costa Rica y así ampliar los países a los que se le exporta.

Para el excanciller de la República de Costa Rica, el país debe dejar de ser tan cauteloso (diplomacia tradicional) y arriesgarse a la diplomacia económica e incluir en la agenda de Ministerio de Relaciones Exteriores los temas como el turismo, inversión, comercio, migración y cooperación, esto sin dejar de lado las funciones que ya desarrolla ni descuidar los países con lo que ya mantienen relaciones actualmente, también debe existir mayor coordinación entre las instituciones del gobierno que se dedican de alguna u otra forma atraer la IED.

Podemos indicar que la competitividad de un país es de gran valor ya que es el principal factor que conduce e indica el crecimiento y niveles de ingreso relacionándose con el bienestar humano, lo que quiere decir es que a mayor competitividad mayor prosperidad posee un país y que crece de forma sustentable e inclusiva, aunque en las últimas mediciones que realiza el Fondo Económico Mundial sobre la competitividad de los países muestran que Costa Rica es una economía de transición y que los factores que mayor favorece al país es la eficiencia y la innovación que aunque sean pequeñas pero notorias, basadas en la calidad del sistema educativo y de salud.

Si bien se conoce la globalización como un asociado al dismantelamiento de toda barrera artificial a los flujos de bienes, servicios, capitales, personas y a la liberación de mercados y que sobre todo la revolución que se dio en las tecnologías de la información que llevo a potenciar a las economías, la globalización trae consigo un incremento en el comercio y el aumento en el flujo de los capitales lo que llega a beneficiar a muchos países con economías emergentes como es el caso de Costa Rica, una clara ventaja de la globalización es que trae variedad de comercios para los consumidores y consigan los bienes y servicios a un mejor precio.

A los costarricenses se les debe reeducar en cuanto a las plantaciones de cacao creando conciencia de que dichas plantaciones son amigables con el ambiente y que dentro de estas mismas se pueden tener otros tipos de plantaciones, se ocupa seguir trabajando en la imagen verde del país, fortalecer aquellas áreas en las que todavía se encuentra un poco en desventaja, seguir potenciando que cada vez más empresas entiendan y creen conciencia sobre la misma.

Dentro de las Relaciones Internacionales existen una serie de teorías, pero la que más se le acerca al tema es la de la "Teoría de la ventaja comparativa" de Adam Smith, donde el autor nos indica que una nación deberá exportar un producto solo si, ese el producto de más bajo costo en el mundo, pero luego el autor David Ricardo nos da una nueva perspectiva y le llama a su teoría la ventaja comparativa y nos indica que " por medio de la cual reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo" y nos llega a indicar que una nación puede importar un bien que podría ser el de más bajo costo, solo si es más productiva en la producción de otro bien.

1.4. Antecedentes

Con la llegada de Cristóbal Colón en 1492 inicia la historia del cacao en Costa Rica, luego de la llegada de este se comenzaron a dar amplios sembradíos de cacao que era utilizados por los indígenas como alimentos y en algunas ocasiones como moneda de intercambio, luego de esto iniciaron las exportaciones de cacao a la antigua Europa, para que en el año 1657 se abriera la primera fábrica de chocolates en Gran Bretaña, observando que se podían obtener grandes ingresos del cacao es que se generó la comercialización del grano a gran escala.

No fue hasta el siglo XIX que se generó un boom comercial en Europa, por lo que las plantaciones de cacao llenaron el paisaje de Costa Rica para los años 1910 y 1978 y para este ultimo las plantaciones se enfermaron y se perdió el 80% de la producción del país, dejando las plantaciones en el olvido.

Para el 2012 Costa Rica, por medio del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) se encontraba en la búsqueda de integrarse a la Organización Internacional de Cacao (ICCO, por sus siglas en Inglés), esto con el fin de poder mejorar las condiciones del cultivo, lo que le estaría permitiendo al país poder realizar un mapa genético de las especies de cacao que actualmente se puede encontrar y especificar la calidad de cada una de las especies y así obtener certificaciones internacionales como lo es de cacao fino de aroma y obtener mayor competitividad en los mercados internacionales.

Oficialmente Costa Rica empezó el proceso a la ICCO en el 2010 al presentar su interés ante la Organización de las Naciones Unidas (ONU), ya para marzo del 2012 se rectificó el convenio ante la Asamblea General. Para el 27 de abril se reunieron los productores de cacao de Costa Rica para discutir la actual situación del producto en el país y expresar cuales eran sus preocupaciones y perspectivas. A nivel mundial Costa Rica forma parte de los países productores de cacao fino de Aroma, donde también se pueden encontrar países como Colombia, Ecuador, Jamaica, entre otros.

Para el 2013 según las estadísticas de PROCOMER la producción de cacao superó los 4,5 millones de toneladas donde 618 mil toneladas pertenece a América y el Caribe y los precios superaron los \$3000 por tonelada esto para junio del 2016, donde sigue siendo África el mayor productor de cacao a nivel internacional con el 65% de la producción mundial, para

el 2015 el mayor importador del cacao y sus derivados fue Europa con el 28,55%, seguidamente por Estados Unidos de América con el 11%.

En la lista de principales productores a nivel mundial Costa Rica posee la posición 17° en la lista, lo que equivale al 0,1% de la participación de la región, en un total de 126 países que se dedican a exportar el grano en el 2015 Costa Rica se posicionó en el lugar 52 exportando 799 mil dólares, pero en comparación con el 2014 las exportaciones decayeron un 2%.

Para el 2015 se exportaron 3,244 toneladas donde equivalían un 89% a chocolates y sus preparaciones (partida arancelaria 1806), 7% a cacao en grano (partida arancelaria 1801) y el 3% en pasta de cacao, manteca y polvo de cacao (partidas arancelarias 1803-1804-1805). Aunque los precios del cacao han aumentados y por tanto el valor de mercado lo ha hecho, los productores de cacao han disminuido debido al cambio climático, para el 2016 se contabilizo que 18 empresas fueron las responsables de exportar el cacao a 27 destinos diferentes.

Según estudio realizado por PROCOMER, la imagen comercial de Costa Rica es muy reservada, aunque los precios son altos con respecto a otros competidores pagar su valor es aceptable por la calidad de los productos, aunque algunos empresarios conocen a Costa Rica por la exportación de productos tradicionales como el café y la piña otros no tienen la idea del portafolio de activos que posee el país y dichos empresarios prefieren la compra de los productos por medio de un intermediario.

El tema de las certificaciones es de gran importancia ya que muchos mercados internacionales buscan que los productos con los cuales negocian mantengan una serie de estándares, tanto para la producción como para el consumo de sus clientes, las certificaciones internacionales son documentos que le acreditan al consumidor que la empresa productora y procesadora cumple una serie de requisitos legales como normativos para el procesamiento de alimentos en las máximas condiciones de inocuidad.

1.5. Proyecciones

La presente investigación procura guiar al lector en un enfoque de análisis de los principales factores de la exportación de cacao del país, como cuál ha sido la historia país con este producto la cultura del costarricense en él.

Si bien se desea estudiar el posicionamiento del cacao de Costa Rica en el mercado internacional y su impacto en la imagen comercial de Costa Rica, teniendo como base esto se determinará la huella que deja el país en los mercados a nivel internacional, cuál es la primera impresión que estos tienen y cuáles son las observaciones al ser un país de imagen verde. Como las plantaciones de cacao han logrado resurgir luego de que la Monilia acabará con el 80% de la producción nacional y cuáles han sido los planes de acciones de las instituciones públicas para reactivar las exportaciones del producto.

Se busca determinar cuál es la importancia de una imagen positiva por parte de los mercados internacionales en un país como Costa Rica por ser renta media y que a pesar de esto cuáles son las mayores características que estos rescatan del país todo esto en relación con las exportaciones de cacao. También se abarcará la importancia de la aplicación de la Diplomacia Económica para las relaciones diplomáticas del país y cómo afecta esta ya sea en posición positiva o negativa.

1.5.1. Alcances

La trascendencia de esta investigación radica en permitir conocer la cultura de cacao en Costa Rica el posicionamiento de este a nivel internacional y cómo esta ha logrado crear una imagen positiva del país y cuales han sido los comportamientos de la economía reactivaron las exportaciones del producto, que es lo que los mercados internacionales buscan en el producto ticos y que hace el país por mantener los números positivos para que todos salgan beneficiados.

Se conocerá por qué las relaciones saludables a nivel económico llegan a influir en las relaciones diplomáticas o viceversa. Hay que considerar que el país debe realizar algunos cambios en el pensamiento político-económico para que las exportaciones del producto

crezcan aún más y así ayudar a más familias costarricenses que se benefician de estas exportaciones.

La investigación tomará en cuenta cómo las relaciones diplomáticas que mantiene Costa Rica con otros países beneficiaría la economía del país y potencializaría las exportaciones del país y la atracción de Inversión Extranjera Directa dando paso a lo que se le conoce como diplomacia económica. Se tomará en cuenta la imagen verde que goza Costa Rica y cuáles han sido los beneficios que le han traído al país y los pasos que se han seguido para llegar hasta ella y los procesos que se deben mejorar.

1.5.2. Limitaciones

El desarrollo de la siguiente investigación presentará las siguientes limitaciones:

- La investigación no presentará ningún estudio de mercado en específico, ni estudios macroeconómicos ni microeconómicos.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El marco teórico o bien la perspectiva teórica es un proceso que nos lleva a un producto, y porque un proceso ya que obliga al investigador a sumergirse en el conocimiento que existe a su disposición y que en muchas veces se llega a vincular con el planteamiento del problema y es un producto el marco teórico. Una vez planteado el problema de estudio —es decir, cuando ya se poseen objetivos y preguntas de investigación— y cuando además se ha evaluado su relevancia y factibilidad, el siguiente paso consiste en sustentar teóricamente el estudio. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2019)

El marco teórico no suele ser en algunas veces igual a la teoría, por lo que no siempre los estudios que incluyan un marco teórico llegan a fundamentarse en una teoría, el marco o la perspectiva teóricos llega a propiciar una visión sobre donde llega a situarse el planteamiento propuesto.

2.1. Teoría sobre el origen del intercambio desigual

Con la creación del comercio exterior se crea como consecuencia la diferentes marcas sobre los medios y recursos con él de un país puede contar ya sea para producir un bien o varios bienes.

Por la diferencias anteriormente mencionadas es que se especializan las diferentes formas de producir de cada país donde también existen otras diferencias como son los recursos naturales, capital, tecnología, medio ambiente, etc. hacen que los bienes que llegan a producir en el país contengan un valor agregado, haciendo que algunos bienes tengan más valor que otros en las exportaciones o importaciones, provocando un intercambio desigual de los bienes entre los países que los producen, creando a lo que se le conoce como la “Teoría de Intercambio Desigual”.

El intercambio desigual, posee la característica de la depreciación, afectando a los productos de más valor, teniendo los términos de intercambio más desfavorables para las economías de los países en desarrollo. Se considera que un país que se encuentra en desarrollo exporta la mayoría de las materias primas y que los países que ya son desarrollados exportan a los países que se encuentran en vías de desarrollo los productos ya manufacturados, creando una desventaja en el tema de los intercambios ya que los precios de

las materias primas se desvalorizan día a día y los precios de los productos manufacturados incrementan.

Luego encontramos el tema de los aranceles que los países en desarrollo imponen a la entrada de los productos, creando una brecha aún más gran en el intercambio equitativo, obteniendo una competencia desigual entre los países de tercer mundo y los de primer mundo. La pregunta del porqué existe un intercambio desigual sigue sin obtener respuesta, pero existen una serie de teorías explicando las tendencias asimétricas del comercio, pero las mismas no son justificables si las analizamos en base al objetivo principal del comercio que es “satisfacer de manera igualitaria las necesidades de los consumidores de cada país, por medio del intercambio de productos”.

El teórico Arghiri Emmanuel trata de demostrar que la desigualdad llega a aparecer no por la diferencia en el tipo de producto, sino que el intercambio desigual depende del tipo de país que los exporta ya que la diferencia que existe en los precios depende del tipo de país que lo exporta. El intercambio desigual se dará dependiendo del país y aunque este adopte un tipo de producción será condenado a recibir menos en sus importaciones y más en sus exportaciones, debido a la diferencia en los salarios de los países de producción, para este teórico existen dos tipos de intercambio desigual:

- El intercambio desigual de sentido amplio: se da entre países que tienen una composición orgánica de capital diferente, pero con el mismo nivel de precios.
- Intercambio desigual en sentido estricto: existe una tasa media de ganancia mundial y tasas de plusvalor diferentes, esto debido a las diferencias salariales.

Para Emmanuel la diferencia salarial trae como consecuencia el intercambio desigual ya que los trabajadores tratan de obtener mayores salarios lo que contribuye en la explotación del tercer mundo, el salario se considera como una variable independiente.

Para el teórico Ruy Mauro Marini el intercambio desigual surge por el aumento de la productividad ya que esta se convierte en una forma de explotación laboral ya que el trabajador produce más producto en el mismo tiempo, pero con el mismo valor, creando que el valor unitario sea menor y el valor de plusvalía sea mayor al de los competidores. Para este teórico existen dos elementos principales para el intercambio desigual:

- El aumento en la productividad
- Incremento del trabajo convirtiéndolo en explotación laboral.

Los puntos anteriormente mencionados aplican en no todos los países, ya que algunos son capitalistas con gran avance tecnológico que ha desplazado la mano de obra, por lo que la tecnología implica mayor productividad con un mismo valor para todos los productos, Marini indica que el resultado de la explotación de trabajador y el aumento en la productividad tiene como resultado el aumento de la plusvalía.

Las transacciones entre las naciones es una tercera causa del intercambio desigual, ya que intercambian distintas clases de mercancías tales como la manufactura y materias primas para producir los bienes que otras naciones no pueden producir.

David Ricardo nos indica que la teoría de la especialización puede ser beneficiosa siempre y cuando se adquiera productos que otros no pueden producir, creando un fácil intercambio para poder cubrir las necesidades de los humanos.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación presenta un enfoque cualitativo ya que se estaría realizando una revisión bibliográfica sobre los temas a estudiar, con un diseño descriptivo porque se busca determinar cuáles son las características o perfil de Costa Rica que logra atraer a los mercados internacionales y cuál es la mayor propiedad que posee el cacao para que sea cotizado en los mercados europeos y asiáticos.

Para el desarrollo de la investigación se estará apoyando tanto en fuentes primarias siendo estos los libros y artículos especializados en los temas por desarrollar, así como las entrevistas a los profesionales en los temas a tratar dentro de la investigación, como fuentes secundarias se estaría apoyando en la información que suministran las paginas estatales dedicadas a los estudios en los temas.

Para las variables se estarán utilizado las más conocidas como la revisión bibliográfica sobre la historia de cacao en el país y cuál ha sido la cultura en este, entrevista a profundidad a expertos en el tema con lo que se pueda apoyar y sustentar lo que se investiga y una encuesta que se está aplicando tanto a alumnos como profesores de la carrera de Relaciones Internaciones en el énfasis de Comercio Exterior

3.1. Enfoque de la Investigación

La presente investigación presenta un enfoque cualitativo ya que se “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Sampieri, Collado, & Lucio, 2019) y llega a presentar las siguientes características:

- 1- Aunque ciertamente hay una revisión inicial de la literatura, esta puede complementarse en cualquier etapa del estudio y apoyar desde el planteamiento del problema hasta la elaboración del reporte de resultados.
- 2- En la investigación cualitativa con frecuencia es necesario regresar a etapas previas.
- 3- La inmersión inicial en el campo significa sensibilizarse con el ambiente o entorno en que se llevará a cabo el estudio, identificar informantes que aporten datos y nos

guien por el lugar, adentrarse y compenetrarse con la situación de investigación, además de verificar la factibilidad del estudio.

- 4- En el caso del proceso cualitativo, la muestra, la recolección y el análisis son fases que se realizan prácticamente de manera simultánea.

Se evalúa la necesidad de presentar una investigación sobre el posicionamiento del cacao de Costa Rica en los mercados internacionales y su impacto en la imagen del país a través de una revisión bibliográfica, aplicación y análisis de instrumentos de medición tales como las entrevistas y cuestionarios.

Otra definición que se puede utilizar para reforzar el método cualitativo de la investigación es la utilizada por Cesar A. Bernal en su libro Metodología de la Investigación:

“El método cualitativo o método no tradicional: De acuerdo con Bonilla y Rodríguez (2000), se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada” (Bernal, 2010)

La investigación al ser cualitativa se podrá tomar en cuenta la historia del cacao de Costa Rica y el posicionamiento del mismo en los mercados internacionales sin tener que realizar los estudios de mercados si no, tomar aquellos informes que tanto la Promotora de Comercio Exterior y el Ministerio de Comercio Exterior han emitido sobres las exportaciones de este producto en los últimos cuatro años, sin tener que dejar de lado cual ha sido el impacto en la imagen del país como lo ha sido la “*Esencial Costa Rica*”, y poder definir dentro de la investigación la diplomacia económica con la que se ha venido trabajando.

3.2. Diseño de la Investigación

La presente investigación presenta un diseño de investigación descriptiva se busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se

refieren. Esto es, su objetivo no es como se relacionan estas” (Sampieri, Collado, & Lucio, 2019).

Al tratar temas como el posicionamiento del cacao de Costa Rica y ser una investigación descriptiva se busca determinar y especificar las características que tiene el cacao del país para lograr posicionarse en los mercados internacionales, se analizará el perfil que tiene Costa Rica antes los demás en el tema de imagen verde y cuál es la percepción que tiene. Se someterá al análisis los dos temas y se recolectará información ya sea de forma conjunta o por separada.

Para poder apoyar el diseño de la investigación nos apoyamos en la siguiente definición “las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto” (Bernal, 2010). Una investigación descriptiva llega a guiarse por la pregunta de investigación y así crear una hipótesis que se llega a comprobar.

Al ser una investigación descriptiva se busca especificar cuál ha sido la posición del país en el mercado internacional y cuál ha sido la imagen que los compradores internacionales han tenido del país, que los llega a motivar para escoger a Costa Rica dentro de la gran oferta que otros países le pueden ofrecer. Porque pequeños chocolateros de Europa prefieren el cacao de Costa Rica para la producción y confección de sus productos y cuál es la cualidad que tiene esos compradores que los hacen especiales para Costa Rica.

3.3. Fuentes de información

Las fuentes de investigación utilizadas en la presente investigación facultaron el sustento teórico y metodológico, llegando a permitir el acceso y ampliación del conocimiento en el tema que se encuentra en estudio, por el tipo de investigación se empleara dos tipos de fuentes como lo son la primaria y secundaria. Como existe una diversidad de medios de transmisión de la información. se emplearon las siguientes fuentes:

- Fuentes documentales
 - o Informes de labores
- Fuentes bibliográficas

- Libros
- Manuales
- Monografías
- Revistas tanto en papel como electrónicas
- Fuentes electrónicas
 - Internet: sitios especializados en cacao e imagen de Costa Rica
 - Revistas electrónicas
 - Páginas web de las instituciones estatales e internacionales
- Entrevistas
 - Expertos en los temas

Las fuentes primarias indican que la “situación que ocurre cuando el investigador conoce su localización, se encuentra muy familiarizado con el campo de estudio y tiene acceso a ellas” (Sampieri, Collado, & Lucio, 2019). Por las que se llegan a utilizar en esta investigación son las siguientes:

- Libros
- Manuales
- Monografías
- Documentos especializados

En cuanto a las fuentes secundarias se pueden definir como “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados” (Sampieri, Collado, & Lucio, 2019). Basándose en lo anterior es que es estaría utilizando las siguientes fuentes:

- Páginas web de instituciones estatales
- Páginas web especializadas en cacao
- Documentos e informes emitidos por la Promotora de Comercio Exterior y el Ministerio de Comercio Exterior.

El tratamiento de las fuentes que anteriormente se mencionaron se realizaron mediante el análisis crítico de toda la información que se adquirió, para ampliar el conocimiento y así argumentar de forma teórica del trabajo de investigación.

3.4. Variables de análisis de la investigación

Una variable “es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse”. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2019), por lo tanto, las variables de esta investigación son las siguientes:

Objetivo	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Definición Instrumental
Describir el desarrollo histórico del cacao y la cultura costarricense con el producto	Historia del cacao	Tercer producto de importancia en las exportaciones, con una incidencia significativa.	Evolución del cacao en Costa Rica y su cultura	Revisión Bibliográficas
	Cultura costarricense en el cacao	Producto socioeconómico unido a la Costa Rica indígena ancestral y la historia post Cristóbal Colón.		
Identificar el posicionamiento del cacao de Costa Rica en los mercados internacionales	Posicionamiento del cacao de Costa Rica	Creación de un reconocimiento internacional para el producto.	Relevancia de Costa Rica en el mercado internacional del cacao	Entrevista a profundidad
	Mercados Internacionales	Movimientos de los bienes y servicios de un país a través de distintos países.		

Determinar la importancia de la diplomacia económica para Costa Rica en las relaciones internacionales	Diplomacia Económica	Acciones de presión e intermediación que realizan las instituciones del Estado a los intereses en el comercio exterior.	Notabilidad de la Diplomacia Económica como herramienta de las Relaciones Internacionales	Encuesta
	Relaciones Internacionales	Estudio de los hechos y acontecimientos políticos internacionales de un Estado.		
Analizar la importancia de las exportaciones de cacao con relación a la imagen comercial del país	Exportaciones de cacao	Tráfico de bienes o servicios (Cacao) de un país son el fin de ser utilizado en otro país.	Relación directa entre las exportaciones y la imagen de Costa Rica	Entrevista a profundidad
	Imagen comercial del país	Es como perciban la comunidad internacional a Costa Rica en el portafolio de activos		

3.5. Instrumentos

En la presente investigación se utiliza 3 matrices diferentes como la revisión bibliográfica en los dos primeros objetivos, en el tercer objetivo se utiliza la encuesta y en relación con el cuarto objetivo se estaría llevando una entrevista a profundidad, con las tres matrices se logrará alcanzar a la cabalidad para llegar al propósito deseado de cada objetivo. Los instrumentos de medición se definen como el “Recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente”. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2019).

Instrumento #1. Matriz Documental

Objetivo 1. En este objetivo se realizará una revisión bibliográfica sobre la evolución del cacao en Costa Rica y cuál ha sido la cultura de este en la población costarricense.

Instrumento #2. Entrevista a profundidad

Objetivo 2. En este objetivo se realizará una entrevista a profundidad sobre la relevancia de Costa Rica en el mercado internacional del cacao, con el fin de entender cuál es la imagen del país en lo referente a los mercados de cacao a nivel internacional.

Instrumento #3. Encuesta

Objetivo 3. Se estará realizando una encuesta a personas a estudiantes y profesores de la carrera de Relaciones Internacionales con énfasis en Comercio Exterior, sobre la notabilidad de la Diplomacia Económica como herramienta de las Relaciones Internacionales.

Instrumento #4. Entrevista a profundidad

Objetivo 4. Se estará realizando una entrevista a profundidad a un experto en el tema de la relación directa entre las exportaciones y la imagen de Costa Rica.

3.6. Recolección y procesamiento de datos

Tal y como se muestran los apartados anteriores la recolección de datos se harán tanto por medio de entrevistas a profesionales en el tema, como encuestas a los estudiantes

profesores de la carrera Comercio Internacional, una vez listo esto se procese a la medición del mismo y poder obtener los resultados más propios y adecuados a la investigación, “una que hemos seleccionado el diseño de la investigación apropiado y la muestra de adecuada de acuerdo con nuestro problema de estudio, la siguiente etapa consiste recolectar los datos pertinentes sobre las variables adecuadas en la investigación” (Sampieri, Collado, & Lucio, 2019)

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS

4.1. Describir el desarrollo histórico del cacao y la cultura costarricense en relación con el producto

El cacao o como bien se le conoce científicamente *Theobroma cacao* es una planta de origen Americano y que por el estilo de vida que los primeros pobladores llevaron imposible saber exactamente cuál fue el lugar de origen, estudios realizados han llegado a determinar que esta planta es originaria de América del Sur, más que todo en el alto de las Amazonas tales como Perú, Colombia, Ecuador y Brasil siendo este último donde se llega a encontrar la mayor cantidad de especies del mundo, al saber el origen de la planta llega se llega a encontrar gran material para comprender la resistencia a las enfermedades y plagas.

Se debe tomar en cuenta que también existen otros centros importantes de dispersión del cultivo, siendo el más importante el de Mesoamérica ya que fue acá donde los españoles descubrieron el cultivo, la cuenca del Orinoco se han encontrado importantes tipos de plantas con diferente genética que han sido valiosos para los genetistas e investigadores de cacao. Las plantas encontradas por los españoles en México y luego en Mesoamérica fue de tanta calidad que hizo que el producto se popularizara en Europa. Cuando por fin la semilla fue aceptada por los europeos y se consideró necesario en la alimentación de estos, teniendo como resultado que la semilla fuera enviada hacía otros países, actualmente el cacao se llega a cultivar en zonas tropicales húmedas, siendo ejemplo claro de lo anteriormente mencionado Costa Rica.

La historia indica que hace más de 4000 años tanto en las cuencas del Amazonas (río que atraviesa tanto Perú, Colombia y Brasil) como en el Orinoco (el cual recorre principalmente Venezuela) crecían de forma natural los árboles de cacao, la historia llega atribuirle el descubrimiento a los Olmecas y Mayas ya que ellos fueron los primeros en cosecharlos, le pusieron el nombre de “Cacahuaquchtli” que significa símbolo de vida y fertilidad. En la lengua Maya el significado es totalmente diferente ya que para ellos la palabra “cac” significa rojo haciendo referencia al color del fruto y “cau” que llega a significar fuerza y fuego.

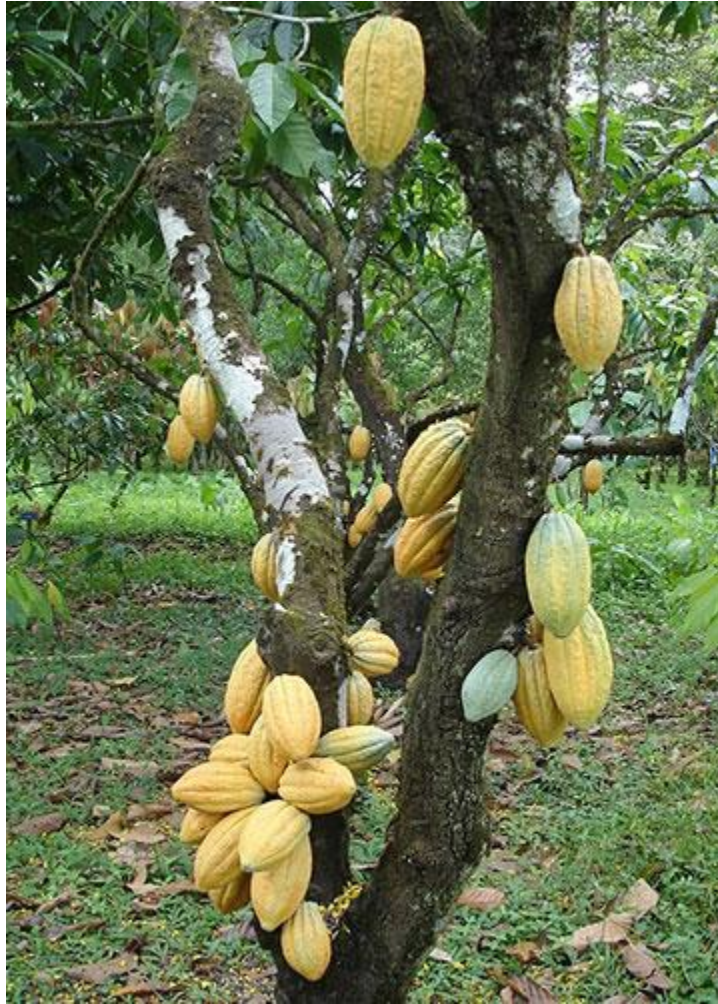


Ilustración 1. Árbol de Cacao.

Para las antiguas culturas indígenas americanas el hecho de cosechar la planta de cacao se consideraba un acto sagrado al igual que la bebida que deriva de este árbol y era perteneciente a los dioses, la leyenda llega a contar que el dios Quetzalcoatl (Serpiente Emplumada) baja desde el cielo para así poder compartir su sabiduría y conocimiento con el hombre y que les trajo de regalo la planta de cacao, creando esto último un gran enfado entre los otros dioses y no le perdonaron por haber compartido un alimento sagrado y divino, teniendo como castigo a Quetzalcoatl el destierro, este último prometiendo volver un día por donde sale el sol.

Se les atribuye a los Mayas la creación de un brebaje amargo de cacao, que consistía en el tostado y machacado de las semillas de cacao, pero dicho brebaje era reservado exclusivamente para los reyes y nobles, tenían la creencia que dicha bebida alimentaba

después de la muerte y por esa razón era utilizado en los rituales para dar solemnidad y en los rituales sagrados, también era utilizada con fines terapéuticos y a los guerreros se les daba a beber como un reconstituyente.

Fueron los Mayas los profesores de los Aztecas sobre el uso y cultivo del cacao, los Aztecas llamaron al cacao “Cacahuat” y a la bebida “Xocolatl” que la obtenían de la mezcla de las semillas con vainilla, pimienta, guindilla, clavo de olor y canela, estos descubrieron que una taza de “xocolatl” disminuía el cansancio y estimulaba la capacidad mental. Las semillas de cacao también eran utilizadas como monedas para así pagar los impuestos del sistema feudal azteca.



Ilustración 2. Xocolatl

No fue hasta 1502 en el cuarto viaje de Cristóbal Colón que los europeos vieron el cacao por primera vez, iba como parte de una carga que llevaba un indígena a bordo de un bote cerca de la Isla Guanaja en la costa de Honduras, pero no fue sino hasta 20 años después que los conquistadores españoles de México lograron observar la bodega de cacao que poseía Montezuma y la gran popularidad que tenía la bebida que se obtenía de la semilla, fue a partir de ahí que los españoles comenzaron a creer que los Aztecas eran los cultivadores del cacao pero esta civilización se asentaba en una parte montañosa y un clima totalmente inapropiado para el cultivo del árbol de cacao.

Los Mayas se asentaban en una parte de tierras bajas con clima adecuado y estos sí que fueron los verdaderos cultivadores de cacao fue esta civilización la que aprendieron como

curar y conservar las semillas y poder transformarlas en una bebida a que todo su pueblo tenía acceso y pertenecía a la dieta diaria de estos, también llegaron a traficarlo con los Aztecas.

En 1528 un cargamento comercial de cacao se dirigía a España, pero este nunca llegó a su destino si no fue hasta 1585 que llegó, pero la técnica de cómo hacer el chocolate fue un secreto muy bien guardado, pero la publicación de libros en 1625 y 1631 le dio a conocer la bebida al todo el mundo, para mediados de siglo la bebida era popular entre la aristocracia de Inglaterra y rápidamente se abrió paso por Francia y Alemania, a pesar de que España perdió el secreto de la creación del chocolate, no fue así con el cacao ya que lo monopolizaron desde el inicio y cada embarcación que llevaba cacao era desde las colonias Españolas hacia España siendo estas embarcaciones escoltadas por buques de guerra, pero la demanda de esta semilla era de tal manera que pronto se comenzó a sembrar en las Islas del Caribe como Trinidad y Tobago esto para el año 1525 y para 1655 fue para Jamaica y en 1660 fue sembrado en Martinica y Haití por parte de los franceses.



Ilustración 3. Granos de Cacao

Los árboles de cacao también fueron llevados a Costa Oro (Ghana actualmente) años después en 1879 las plantaciones se habían expandido por toda África, por lo que para 1910 estas plantaciones ya rivalizaban con las que se encontraban en América. Para el año 1570 se logra la introducción de Costa Rica a la economía colonial, basada en la exportación de víveres, ganado en pie, materias primas, a pesar de todos los esfuerzos hechos el país seguía siendo una colonia pobre y aislada hasta el punto de ser marginal, pero para “el siglo XVII el cacao fue el eje principal del ciclo exportador pero su esplendor fue fugaz y decayó debido,

entre otros factores, a la falta de caminos y puertos así como al ataque de piratas y zambos misquitos”. (Büchert, 2019)

“Desde finales de 1800 se plantaron varias fincas en la vertiente atlántica de Costa Rica dando inicios a una época de auge del cultivo que se comercializaba por Limón.” (Büchert, Características Generales de la Actividad , 2019), quedando cerca de uno de los puertos más importantes que existían en la época como era el de Portobelo en Panamá, pero como se indica en el párrafo anterior el ataque de los piratas de la época llegaron a debilitar todas las exportaciones e importaciones que entraban y salían por este puerto. Pero a pesar de esto fue en 1930 que las plantaciones se llegan a ampliar a las zonas Atlánticas, Norte y Brunca atrayendo esto consigo una mejora en los precios de exportación del cacao, siendo principalmente exportado a Suiza, Alemania y Estados Unidos.

Para la década de 1960 se considera clave ya que es en ella donde existe un mayor resplandor en la exportación de cacao, ya que se llegaba a exportar un aproximado de 10.000 toneladas lo que llegaba a representar el 2% de la producción mundial (Büchert, 2019), luego para la década de 1970 las exportaciones decaen debido a la propagación de la enfermedad de la Monilia (*Moniliophthora roreri*), ha esto se le debe agregar a la baja de los precios a nivel internacional y una propagación de material genético poco apto para la zona, creando una motivación entre los agricultores especializados en el producto abandonaran sus cosechas, creando que el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) cerrara el Programa de Cacao de la época.



Ilustración 4. Mazorca de Cacao con Monilia

Las plantaciones fueron abandonadas por más de 30 años sin ningún incentivo o motivación por parte de las autoridades del país, fue hasta el año 2003 que con un aumento en los precios a nivel internacional y el auge de un cacao fino de aroma que los Programas de Cacao del MAG resurgen al igual que las plantaciones. Este noble cultivo como lo es el cacao está presente en la idiosincrasia del costarricense que llega a constituir un importante medio de vida y desarrolla para un poco más de 350.000 agricultores que se ubican en diversas zonas del territorio nacional.

En una reciente entrevista a la viceministra de Agricultura y Ganadería, Ana Cristina Quirós Soto, destacó la dedicación de las familias productoras de la fruta. “Desde el MAG queremos felicitar a los productores y productoras de cacao, porque este es un reconocimiento al trabajo dedicado que ellos y ellas realizan por mantener la calidad de un cultivo que es ancestral, parte de nuestra cultura, y es el sostén de miles de familias rurales de nuestro país”. Basados en lo anterior podemos notar que los esfuerzos del gobierno en volver activar las plantaciones de cacao en el país están dando frutos.

En los últimos años el cacao ha sido retomado como uno de los cultivos con mayor prioridad de acción dentro del sector agropecuario y de desarrollo rural, ya que se les reconoce a un 100% que el producto nacional es fino y de aroma, los sistemas donde las plantaciones de cacao se desarrollan son sistemas que mayoritariamente son sostenibles y atendidos más que todo por pequeños y medianos productores de las zonas rurales del país.

Cabe destacar que el cacao es un producto con que contiene especificaciones muy exactas de su planeación, es un cultivo tropical que se establecen en regiones cálidas y húmedas y en las latitudes específicas que se comprende entre los 10° norte y 10° sur del Ecuador, siendo Costa Rica uno de los países favorecidos con estas condiciones, es un producto que si se encuentra en las condiciones óptimas crecen sin problemas de plagas. El cacao produce granos o bien almendras que son utilizadas en la producción y elaboración de chocolates y grasas, siendo utilizadas en la industria alimenticia y cosmetología, esta producción se da en más de 50 países que se ubican en África, América, Asia y Oceanía.

4.2. Identificar el posicionamiento del cacao de Costa Rica en los mercados internacionales.

El cacao de Costa Rica ha sido altamente reconocido a nivel internacional haciendo esto que los compradores internacionales lo consideren por encima del cacao de países como África (siendo este el mayor productor de este producto), los reconocimientos que se le otorgan en las premiaciones internacionales y el apoyo de la marca país son de gran apoyo para las exportaciones del país.

El cacao costarricense fue reconocido nuevamente por la Organización Internacional de Cacao (ICCO), la información técnica y de forma detallada sobre el cacao del país fue estudiado por un grupo de panelistas expertos en el cultivo, determinado que el cacao de Costa Rica es 100% fino de aroma. La identidad que se encargó de preparar la información fue el Ministerio de Agricultura y Ganadería apoyado por especialistas de CANACACAO, IICA, PROCOMER, EARTH, entre otros. Los panelistas se basaron en el aroma, sabor y proceso de postcosecha como lo es la fermentación y secado del grano, así como el precio al que se cotizó en los mercados internacionales el grano, por ejemplo, el grano de Costa Rica exportado en los últimos años 2017/2018 registro un promedio de precio de \$3200 por tonelada, un 60% por encima del cacao ordinario.



Ilustración 5. Logo de ICCO (Organización Internacional de Cacao)

El tener el reconocimiento de ICCO, según las autoridades del MAG llega a contribuir de forma positiva la implementación del Plan Nacional de Cacao 2018-2028, creando esto una mayor comercialización y un incremento en la participación en los mercados nacionales e internacionales y con precios diferenciados por el origen y calidad. El reconocimiento llega al país en buen momento ya que el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica ha

implementado una plataforma que impulsa los productos agropecuarios que presentan una ventaja en los mercados internacionales y el cacao es uno de los productos estrella.

Anualmente se realiza una competencia en Europa donde se demuestra la calidad de uno de los subproductos de cacao, como lo es el chocolate. Para el 2017 se realiza esta competencia por primera vez en Centroamérica, llevada a cabo en Nicaragua, donde 5 PYMES dedicadas a la producción de chocolate finos en Costa Rica enviaron sus muestras, ganando 24 premios de 80 que se entregaron en dicha competencia.

Premios como los anteriormente mencionados, tienen como objetivo principal, el apoyar a las empresas productoras de cacao, chocolateros y a los productores artesanos de chocolate a posicionarse en los mercados internacionales y sobre todo a crecer y desarrollarse como productores de cacao fino. Tal y como lo menciona el señor Moisés Gómez Miranda:

“Estos reconocimientos que brindan al chocolate de Costa Rica, son un vivo ejemplo de que se tiene un producto de altísima calidad. Los cacaos costarricenses cuando se trabajan bien y se procesan correctamente, dan como resultado un buen chocolate de excelente sabor que pueden competir con cualquiera a nivel europeo y de Estados Unidos”.

Lo anteriormente mencionado coloca en evidencia el buen trabajo que se realiza en los procesos de postcosecha del cacao, tales como el fermentado, secado y tostado, pero también nos indica que las personas que se dedican a la transformación de la semilla al chocolate son altamente preparadas en la materia. Y aunque la competición sea para el subproducto de Chocolate nos demuestra que el cacao es de calidad alta y muchos mercados internacionales como los europeos se llegan a interesarse por la semilla.

Debemos destacar que el cacao de Costa Rica en el 2013 se llegó a posicionarse entre los mejores 50 a nivel mundial, esto debido a una muestra que se envió a la competición anual celebrada en Paris, Francia. Gracias a este premio el cacao del país logró colocarse en la mira de los mercados internacionales, esto le dio el impulso que se ocupaba para que los productores nacionales volvieran a confiar en la semilla luego de su casi desaparición en los años 70 por la enfermedad que azotó las plantaciones, al colocarse en la mira de los mercados

internacionales hace que el precio por kilo de la semilla mejore y que las ganancias para los agricultores sean mejores, mejorando su calidad de vida.

Las tendencias que marcan los mercados y en los últimos años el tema sostenible ha sido de gran impacto en la población mundial consumidora de cacao o sus derivados, es por eso por lo que en el país se ha desarrollado la iniciativa donde productores de la zona de Guatuso cautivan cacao bajo prácticas sostenibles, de esta iniciativa se benefician aproximadamente 80 familias, donde con la ayuda de instituciones públicas como:

- Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)
- Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC)
- Fundación para el Fomento y Promoción de la Investigación y Transferencia de Tecnología Agropecuaria de Costa Rica (FITTACORI)
- Instituto de Desarrollo Rural (INDER)
- Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE).

Las instituciones anteriormente mencionadas han ayudado con material genético de calidad y saludable, cual es reconocido a nivel mundial debido a ser cacao fino y aroma, estos agricultores también cuentan con la ayuda de un secador natural hecho a base de paneles solares. La exviceministra de Agricultura y Ganadería Ivania Quesada Villalobos indicó “Es importante estar unidos, se deben empoderar como productores y mostrar sus grandes esfuerzos. Tienen el mejor cacao, solamente les queda apostar por darle un mejor valor agregado que les permita conquistar más mercados nacionales e internacionales”.

Un país no es nada sin su economía y los políticos deben estar conscientes que la economía llaga a trascender las fronteras convirtiendo los problemas económicos internos de un país en algo a nivel internacional, es por esto por lo que las Relaciones Internacionales tienen gran importancia ya que abarca los campos políticos, comerciales y culturales, esta disciplina de las ciencias sociales llega abarcar no solamente el intercambio de bienes, sino que se han realizado programas de integración. El comercio internacional es el intercambio de bienes económicos que se llega a efectuar entre dos o más naciones.

El mundo del cacao, desde sus inicios luchan por tener precios justos, pero solamente unas cuantas empresas internacionales 0,5 % del mercado mundial pueden contar con el sello

Fair Trade, el cual es una garantía que se le ofrece al consumidor que está comprando y consumiendo productos con valores éticos, con condiciones de trabajo digno y que se adquirió a un precio justo apoyando el desarrollo sostenible. En el país solamente unos cuantos son los que cuentan con este sello y para el área de cacao la Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (APPT) es el único.

Los datos aportados por la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica indica que “Durante más de 20 años, en Costa Rica hemos venido construyendo una sólida plataforma de comercio exterior, la cual ha servido como una herramienta de competitividad para el país, incluyendo además de los acuerdos de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Integración Centroamericana, trece Tratados de Libre Comercio (TLC), estos acuerdos cubren cerca del 80% del comercio internacional del país”. Aunque se cuenta con una sólida herramienta se debe implementar unas formas de comercio que sigan impulsando al país, así como también priorizar a otros cultivos que actualmente no se le han dado tanto auge en años anteriores.

“Las naciones con las que tenemos acuerdos comerciales y, por consiguiente, preferencias arancelarias para las exportaciones, son responsables del 66.6% del Producto Interno Bruto (PIB) del mundo y del 35.5% de la población mundial”. (PROCOMER, 2019). Aunque las exportaciones del país llegan a representar más de la mitad del PIB, esto no llega a representar nada ni asegurar, ya que en algún momento las exportaciones pueden llegar a bajar o por alguna razón las negociaciones no se dan. El 2015 fue un año de gran importancia para Costa Rica, ya que la Unión Europea fue el importador de cacao y sus derivados número uno, con un 28,5%, seguidamente por Estados Unidos de América con un 11% (datos tomados de PROCOMER).

La Marca País llega con la necesidad de buscar potenciar la imagen integral y diferenciadora del país, resaltando lo auténtico, el orgullo y la concentración de los atributos y los servicios de articulación de valor que puede llegar a ofrecer el país.



Ilustración 6. Logo de esencial COSTA RICA

Se conoce como Marca País a la estrategia para lograr posicionar y capitalizar en el mercado internacional la imagen de un país, donde su mayor objetivo es el de incentivar la reputación del país por medio del turismo, inversiones y la adquisición de productos por medio de las exportaciones. Para el país, la marca *esencial* Costa Rica es como se proyecta ante el mundo promoviendo de forma integral el turismo, las inversiones y las exportaciones, sin dejar de lado la cultura e idiosincrasia del ser costarricense. La creación de la marca país se realizó bajo dos criterios:

- Posicionamiento país: las características del ser costarricense como el “Pura Vida”.
- Competitividad país: se garantiza que las empresas bajo el sello llegan a representar los siguientes valores: excelencia, sostenibilidad, innovación, progreso social y origen costarricense.

Cuadro 1. Objetivos de la Marca País

Promocionar de manera integral el turismo, las exportaciones y la inversión extranjera directa, combinado a la cultura costarricense.	Apoyar la atracción de la inversión extranjera directa, especialmente en sectores como la tecnología y servicios de alto valor agregado.	Fomentar el talento y habilidades de los costarricenses como ventaja competitiva.
Proyectar a Costa Rica como una imagen de primer nivel protegiendo siempre su buena reputación.	Impulsar la exportación de productos con un alto valor agregado y que por ende son apreciados por los mercados internacionales.	Impulsar una Costa Rica competitiva aumentando los estándares de las empresas

Fuente: PROCOMER

La entrevista a profundidad fue el instrumento utilizado para complementar el objetivo, la misma se le realizó al Ex canciller de la República Manuel González Saénz, abogado, notario y político costarricense, que ejerció en el puesto de Ministro de Relaciones Exteriores y Culto en el periodo presidencial del 8 de mayo 2014 al 8 de mayo del 2018, posee una licenciatura en Derecho de la Universidad de Costa Rica y una maestría en la Universidad de Columbia, cuenta con amplia experiencia en puestos gubernamentales.

Costa Rica es un país pequeño en territorio, pero un país grande en alcance al momento de exportar sus productos, somos una nación que sin problemas llega a los mercados europeos, asiáticos, estadounidenses. Cada mercado tiene sus propios estándares de calidad para los productos que reciben por medio de exportaciones y gracias al buen trabajo y desempeño que tiene Costa Rica se cumplen a la perfección, siempre nos estamos obligando a mejor y seguir cumpliendo los estándares que tan bien hablan de nosotros.

Al momento que logran analizar el gran portafolio de activos con lo que actualmente contamos se sorprenden, y más al saber que cada producto o servicio que se le está ofreciendo cuenta con reconocimientos que apoyan el compromiso y servicio de los costarricenses, les gusta saber que el personal que están detrás de cada servicio o bien que se les está ofreciendo es una persona altamente capacitada y que su trabajo está bajo los estándares internacionales.

Costa Rica es reconocida mundialmente por su profesionalismo, pero también por su calidad en los bienes y servicio. Costa Rica debe mejorar sus políticas públicas, así con sus índices de pobreza, pero va por un buen camino, se deben seguir cambiando y avanzando, no podemos quedar en el pasado y es lo que estamos viviendo actualmente y podemos dejar que esto no siga rezagando.

La Diplomacia Económica fue una metodología que se implementó durante mi paso por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, realmente creo que el sí Costa Rica llega a mercados que creemos poco factibles para el país se puede descubrir que podemos sacar provecho de estos mercados, no vamos a ir y solo ofrecer todo el portafolio de activos si no que se analizara el país, ver la fortalezas, debilidades y así ofrecerles los bienes o servicios que sea beneficio para ambas partes, realmente creo que una buena implementación de este tipo de diplomacia puede ser beneficiosa pero debemos darle tiempo y crear una buena implementación.

4.3. Determinar la importancia de la diplomacia económica para Costa Rica en las relaciones internacionales.

Durante el periodo de gobierno del 2014-2018, tanto el gobierno y el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto (MRREE), se concentró en poder crear una política de exterior de Estado con grandes cimientos, creando la unidad nacional, participación dinámica y activa en el ámbito exterior, la cual llegó a servir como una unión con las políticas públicas internas del gobierno y afianzando la labor de la cancillería con el pueblo de Costa Rica. Fue justamente el excanciller de la República, Manuel A. Gonzalez Sanz quien se encargó de realizar lo anteriormente descrito por medio de las sesenta embajadas y consulados del país alrededor del mundo.

La diplomacia económica fue visto por la administración Solís Rivera como el eje estratégico de gestión para sus diferentes ámbitos, creando la diferencia con los pasados gobiernos. El MRREE es la instancia con potestad legal otorgada por el Estatuto de Servicio Exterior de la República de Costa Rica y en coordinación con otras instancias de unir esfuerzos para encaminar la promoción de la economía del país en el extranjero“... establece como funciones de las misiones diplomáticas en el exterior la promoción de actividades en materia de cooperación, comercio, inversión, cooperación diplomática y turismo” (Saénz, 2015)

En palabras del excanciller de la República indica “Nuestras embajadas se convirtieron en verdaderos centros de promoción comercial, de inversiones y turismo del país. Hemos ido más allá de la diplomacia tradicional, privilegiando la articulación con otras instituciones del Estado y convirtiendo a nuestras embajadas en puntos de venta del potencial costarricense” (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto , 2018). Lo anteriormente mencionado nos indica que las embajadas y consulados no solamente se concentran en sus funciones ordinarias, sino que incorporan las necesidades comerciales del país.

Con el fin de llevar a cabo los objetivos del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto se unió con la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER), permitiéndole a los funcionarios de la Promotora el uso de los sistemas de información del Ministerio en el

exterior y trabajar desde las sedes de las embajadas y consulados, permitiendo esto que las negociaciones se dieran con éxito ya que los funcionarios de PROCOMER se encontraban con el acompañamiento político requerido, permitiendo abrir así mayores puertas a nivel internacional.

Como la necesidad de poder unificar los esfuerzos para la promoción del país es que nace la diplomacia económica, donde se unen los tres sectores productivos como lo son el comercio, turismo e inversiones con las cuatro instituciones que velan por estos sectores como el MREE, COMEX, ICT Y CINDE, cada institución acostumbraba a realizar sus propias acciones sin comunicarlas entre sí, con la implementación de la diplomacia económica se impulsa a que las instituciones aprovechen la capacidad técnica que cada una tiene instalada para crear una distribución homogénea de la información y lograr dar una información más efectiva y poder solventar las necesidades del país.

Para 1961 que se da la Convención de Viena, se establece que los deberes de las misiones diplomáticas es la de fomentar las relaciones amistosas y el desarrollo de las relaciones económicas, culturales y científicas entre Estados. Las relaciones económicas nos hacen referencia a todo tipo de actividades comerciales, financieras inversión extranjera, turismo, cooperación comercial, apoyo de micro y macroeconómico y procesos de promoción de negocios.

Pero no fue hasta la década del 2000 que se empieza a utilizar el término de diplomacia económica cuando se les empieza a delegar a las misiones diplomáticas las negociaciones comerciales de los países, la diplomacia económica no llega a sustituir a la diplomacia tradicional y la diferencia se basa en que la diplomacia tradicional va enfocada en las relaciones entre los gobiernos y la económica en las negociaciones principalmente en el sector privado.

Aunque en Costa Rica se continua con la construcción del término, se firma un convenio entre el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto, la Asociación Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo y la Promotora de Comercio Exterior donde nos indican que la Diplomacia Exterior es "...un instrumento de la acción exterior del Estado costarricense en la que se conjuga la gestión del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto

y las instancias involucradas en la promoción económica y comercial del país, como lo es el caso de CINDE” PROCOMER y el Instituto Costarricense de Turismo.

De los convenios que anteriormente se mencionaron, la diplomacia económica llega a implicar que se emprenderá las acciones suficientes para poder incentivar las exportaciones, la inversión extranjera (IED), el turismo y la cultura e imagen del país ante el mundo. Encuentro a las exportaciones el objetivo principal es aumentar y diversificar la oferta exportable, así como destinos a los que llegan las exportaciones de los bienes y servicios. El poder tener un receptor de IED que promocio al país, llega a incentivar al país, mejorar la calidad de vida.

El MRREE es el encargado de la operatividad de la diplomacia económica por medio de sus representaciones diplomáticas por medio de sus agencias de promoción comercial PROCOMER, este tipo de estructura organizativa le permite al país acciones más puntuales en el momento de promocionar el turismo, la IED y el comercio del país y todas estas acciones se llegan a materializar por los viajes que los jefes de cancillería, COMEX y presidencia realizan.

Cuadro 2. Cantidad de embajadas, consulados y oficinas de PROCOMER por región.

Región	Embajada	Consulados separados de Embajadas	Oficinas de PROCOMER
América Latina	11	0	3
Asia Pacífico	6	2	2
Caribe	4	0	2
Centroamérica	6	3	6
Estados Unidos y Canadá	2	8	4
Europa Occidental	9	0	2
Europa Oriental	1	0	0
Medio Oriente	3	0	2
Total	42	13	21

Fuente: Vigésimosegundo informe estado de la nación en desarrollo humano sostenible (2015)

La Promotora de Comercio Exterior cuenta con tres formatos de agencias para atender las necesidades de los exportadores en el exterior, las cuales son:

- 1- Oficinas de Promoción Comercial: propias de PROCOMER
- 2- Centros de Costa Rica en Cámaras de Centroamérica: las instituciones firman convenios entre PROCOMER y las Cámaras para la prestación de servicios.
- 3- Representación Comercial bajo la figura del outsourcing: se terceriza los servicios de PROCOMER por medio de una alianza con Cancillería.

No todos los funcionarios acreditados se dedican al cien por ciento a la promoción económica, sino que se comparten con otras funciones como la gestión política y de cooperación para el desarrollo.

Para el análisis de este objetivo se ópto por aplicar una encuesta a los estudiantes de la carrera de Relaciones Internacionales de la Universidad Internacional de las Américas, dichos estudiantes se encuentran cursando el cuarto o bien quinto cuatrimestre de la carrera, la muestra fue toma a 40 individuos.

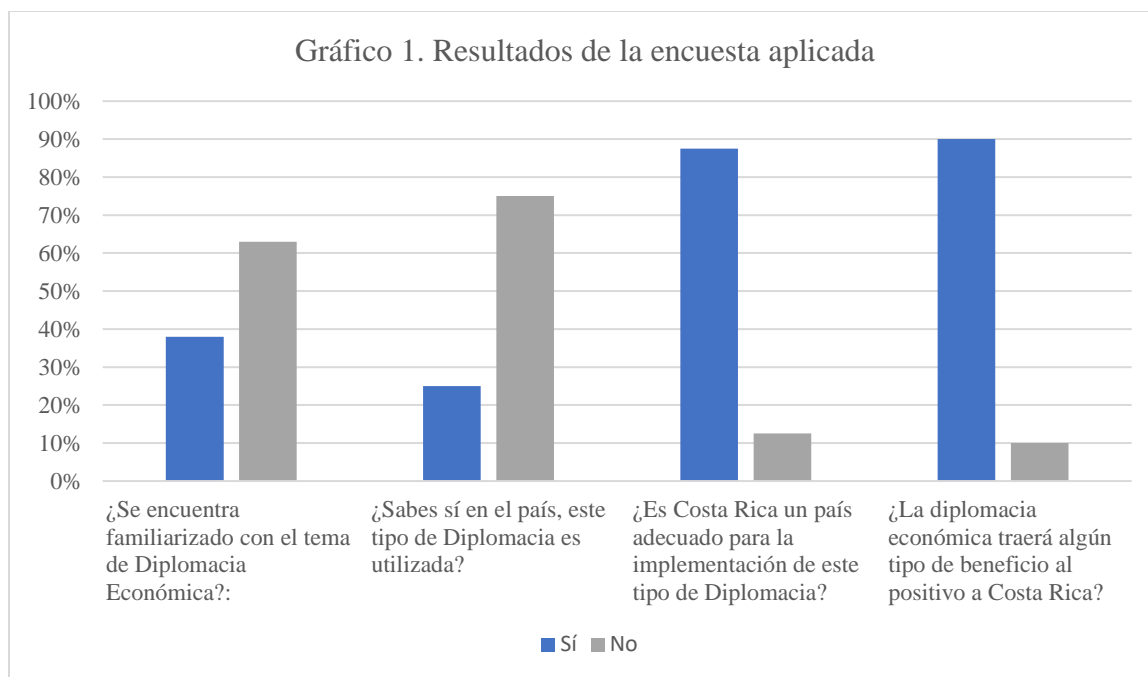


Gráfico 1. Resultados de la encuesta.

Los resultados que nos proyecta la encuesta es que solamente el 38% de los estudiantes entrevistados conocen el término de diplomacia económica, el 75% desconocen el hecho de que este tipo de diplomacia se implementa, a pesar de que el término es

desconocido para la mayoría el 88% indica que la implementación sería beneficiosa y el 90% indica que la diplomacia económica traería beneficios al país por el hecho de pensar en que es una forma de atraer una IED y poder aumentar la economía del país.

4.4. Analizar la importancia de las exportaciones de cacao en relación con la imagen comercial del país.

El cacao en Costa Rica, producto ancestral que ha pasado de generación en generación que tanto los Mayas, Aztecas y la España colonizadora se vieron hechizados por sus sabor, beneficios y valor. Costa Rica territorio bendecido por los Dioses para la producción de esta semilla tan espectacular se ha visto beneficiada de sus exportaciones.

A nivel mundial la producción llega a superar los 4 000 000 de toneladas de granos que se distribuye en cinco países (Costa de Marfil, Ghana, Indonesia, Nigeria y Camerún) con el 84% de la producción, los países americanos actualmente contribuyen con el 17 de la producción mundial, donde Costa Rica tiene el 5% de la producción a nivel mundial, eso solamente hablando en términos de materia prima, pero en el momento que llegamos a profundizar más con los subproductos que podemos obtener del cacao las cosas llegan a cambiar.

Para la ICCO la oferta y demanda de cacao ha aumentado a un buen ritmo en los últimos 50 años con un promedio mensual de 2,5%, pero destacan que la producción de esta semilla es muy temperamental por el hecho de las variaciones climatológicas como paso en el año 2016 en Costa Rica con el huracán Otto, el cual paso por medio de Upala unas de las principales zonas productoras del país haciendo que la cosecha se perdiera por las inundaciones y luego los árboles no dieran frutos por la sequía que afrontó la zona. La ICCO indica que las zonas cultivadas de cacao no han mejorado de forma significativa y que los jóvenes agricultores no lo ven como un producto que les vaya a generar buen ingreso económico.

Aunque el panorama de Costa Rica suele ser un poco diferente, ya que con el trabajo que ha estado realizando el CATIE en el momento de dar injertos de buen material genético a los agricultores, los cuales son más resistente a las enfermedades, no ha sido esfuerzo suficiente para motivar cada vez a más agricultores se arriesguen a sembrar el cacao, pero es más que todo por el precio tan bajo en el que se vende una kilo de baba de cacao.

La necesidad de mantener una buena alimentación, hace que la demanda del subproducto del cacao, el chocolate sea cada vez de más porcentaje de cacao y menos azúcar, haciendo que la demanda de chocolate fino sea cada días más, Costa Rica es uno de los pocos países que puede decir que cuenta con esta certificación, lo que le trae buenos beneficios al país ya que los productores de chocolates sanos lo buscan, por su calidad, aunque actualmente el grupo de compradores de este tipo de cacao es muy reducido la tendencia de comer sano aumenta cada día más permitiéndonos expandirnos cada día un poco más. Según la UNCTAD (Conferencia de las Naciones sobre Comercio y Desarrollo),

“A pesar de que el cacao se produce en los países en desarrollo, se consume principalmente en los países desarrollados. Los compradores en los países consumidores son los transformadores y los productores de chocolate. Unas pocas compañías multinacionales dominan tanto la transformación como la producción de chocolate.”

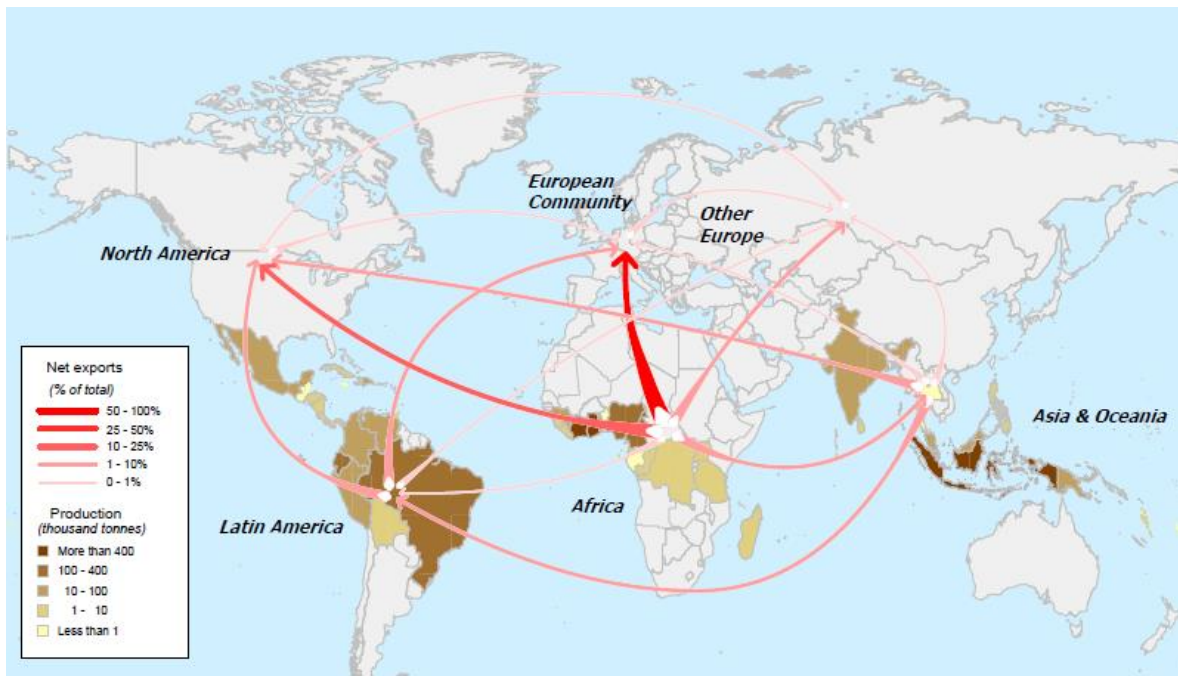


Ilustración 7. Mapa de movimiento de Cacao

Lo que muestra la ilustración pasada es como el cacao se mueve alrededor del mundo desde los países productores del grano a los países importadores, indicándonos cuáles son los principales países transformadores del cacao al chocolate y cuáles son los países consumidores, se debe distinguir entre los países que son productores a los que son

consumidores, siendo los primeros países en vías de desarrollo y los segundos países desarrollados.

La muestra utilizada para complementar el objetivo fue una entrevista a profundidad (ver anexo D) que se le realizó al señor Juan Pablo Büchert, presidente de la Asociación Cámara Nacional de Cacao Fino de Costa Rica y CEO de Nahua Cacao y Chocolate, el señor Büchert es argentino con más de 30 años de residir en Costa Rica posee un MBA en Desarrollo Sostenible del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, el cual le ayudó acercarse al cultivo de cacao y conocer de sus propiedades.

Como CEO de Nahua Chocolate y Cacao orienta su empresa a exportar cacao fino de aroma socialmente responsable, su compromiso social se encuentra con los pequeños agricultores de la zona de Upala y Guatuso, donde les compra sus cosechas a precios razonable, la empresa cuenta con su propio centro de acopio que le da empleo fijo a 4 personas de la zona que se encargan de fermentar y secar los granos de cacao una vez listos los coloca en los mercados europeos y asiáticos. Parte de la producción se queda en Costa Rica para la producción de barras de chocolate las cuales se venden en las zonas turísticas del país y se exportan a los mercados asiáticos.

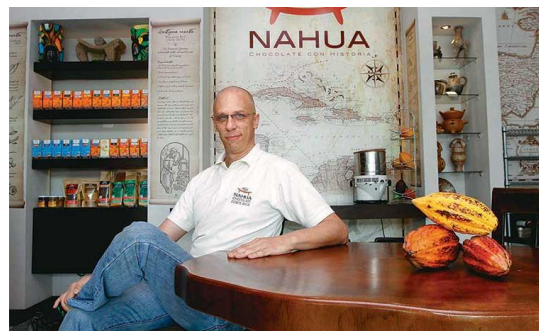


Ilustración 8. Juan Pablo Büchert CEO Nahua Chocolate y Cacao

El cacao de Upala y Guatuso exportado bajo el nombre de Cacao Nahua, han recibido a nivel internacional reconocimientos por el excelente tratamiento post cosecha que se le da al grano, reconociéndolo como un cacao fino de aroma, el chocolate que se produce bajo el nombre de Nahua Chocolate también ha recibido reconocimientos a nivel internacional. Estos premios que la empresa privada ha obtenido no solo enorgullecen a los productores de

cacao, sino que también le dan reconocimiento al país, creando que el grano se posicione a mejor precio en los mercados internacionales, IED y turismo.

Para el señor Büchert el auge del cacao se dio para los años 1600, específicamente hablando del territorio de Costa Rica los piratas llamados mequitos llegaron a nuestro territorio y nos invadieron todos los años a saquearlo pero esto se dio más que todo en matina en el atlántico y es justamente en ese momento que la conquista empezó y se comenzó a distribuir hacia zona central del país, y fue ahí donde la plantaciones comenzaron a cambiar por arroz y frijoles, en los años 1900 Costa Rica logra posicionarse como un productor de cacao a nivel mundial, pero recalca que los mejores años de cosecha para el país se dio en los sesenta que se exportaban 10.000 toneladas de cacao que representa el 2% de la producción mundial, luego las plantaciones caen enfermas, los precios bajan y material genético inadecuados hacen que las plantaciones queden en abandono.

Cuando el cacao se recupera nuevamente se da por el alta de en los precios y por la tendencia que se dio en el 2008 de comer chocolates más finos con mayor porcentaje de cacao. Cuando la producción cae y al estar administradas por pequeños agricultores las tierras de estos quedan en abandono y se da el daño ambiental, ya que la plantación es cambiada de cacao a plátano o piña, se da el empobrecimiento de las personas en las zonas remotas. El pensamiento del gobierno está cambiando en respecto a apoyar más a los agricultores de cacao y los exportadores y está dando una buena señal, pero aún no ha hecho nada en concreto, para el señor Büchert los programas que está implementando el gobierno central y el MAG no son suficientes, recalca el programa DESCUBRE de COMEX.

Para los mercados internacionales la decisión de compra la tiene más que todo el tema de la calidad del producto y no tanto en el precio, también recalcan el profesionalismo de los vendedores y exportadores del país, también es buscado por el perfil de sabor y que se encuentra bien fermentado y seco.

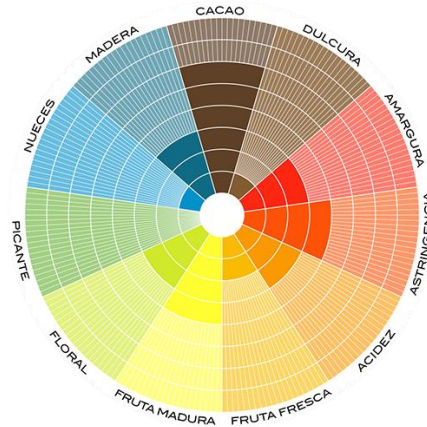


Ilustración 9. Perfil de sabor del Cacao de Costa Rica

Aunque el cacao de Costa Rica se ha posicionado muy bien en los mercados por las razones anteriormente descritas no es muy conocido el grupo de compradores es muy reducido y para seguir posicionado no se debe tener una crisis de precios y que la calidad no varíe y no colocar en riesgo las posibilidades de exportaciones.

Es muy interesante saber que para el entrevistado la diplomacia económica no ha tenido los resultados esperados por el gobierno y que si no se encuentra PROCOMER en las negociaciones no se obtienen los resultados esperados, también nos comenta que la apertura de las embajadas en los países poco “comunes” aún no le han traído el beneficio esperado para el país en el país, ya que por ejemplo propio ellos participaron en el Gulfood (Feria orientada a exponer en el Oriente medio los servicios de alimentos y sectores de hospitalidad), que a pesar de las buenas referencias que tenemos de los compradores europeos y asiáticos este mercado está orientado para otros productos, por lo que se debe trabajar aún más para poder llegar al nivel que esperan en este tipo de ferias.

Gulfood

Ilustración 10. Logo de Gulfood



Ilustración 11. Stand de Costa Rica en el Gulfood

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El cacao sin lugar alguno es uno de los productos más nobles que puede existir, el ecosistema en el que se desarrolla logra ser beneficioso para el medio ambiente ya que en las plantaciones también se logra encontrar otras plantaciones como plátano, frijoles, yuca, naranjas entre otros productos, también se logra encontrar vida silvestre.

Al inicio de la investigación se planteó la siguiente pregunta, ¿Cuál ha sido el posicionamiento del cacao de Costa Rica en el mercado internacional y cuál ha sido el impacto que ha tenido en la imagen comercial del país? El cacao de Costa Rica posee buenas particularidades como pertenecer a un grupo selecto de productores que cacao fino de aroma, el excelente trabajo que se hace con el material genético y el proceso post cosecha hace que los mercados internacionales nos consideren una excelente opción, el gran auge que ha tenido el mantener una buena alimentación hace que los consumidores de chocolate los busquen cada vez con más chocolate con más porcentaje de cacao.

Aunque el mercado de cacao fino de aroma posee un exclusivo y reducido grupo de compradores, esto no le ha quitado el animo a los productores del país, que más bien buscan la forma de como ampliar este grupo o bien buscan como ampliar el portafolio de compradores. Al ser el cacao de Costa Rica fino de aroma, hace que sea muy exclusivo y esto nos ha traído grandes reconocimientos al país, ya que esta semilla ha ganado premios a nivel internacional haciendo al país más visibles y atrayendo mayor inversión extranjera, pero no solamente la materia prima ha ganado premio uno de los subproductos como lo es el chocolate también ha ganado primeros lugares en competiciones internacionales de gran prestigio para este gremio.

Pero se puede decir que beneficios le pueden traer estos premios al país, reconocimiento del gran trabajo que los científicos están haciendo con el material genético que han hecho a las plantaciones más resistentes a las enfermedades, el proceso postcosecha que se le da a la semilla es el adecuado para poder producir un buen chocolate, y en fin el chocolate también nos muestra que las personas los trabajan son capacitadas y que podemos competir sin rencores ya que estamos a la altura. Ante los mercados internacionales tenemos una excelente imagen comercial y confiable, que nos beneficia en el aumento de las

exportaciones que nos beneficia en la economía del país, la IED aumenta ya que las empresas nos ven como un país confiable y al aumentar se genera más fuentes de empleo. Se concluye que nuestra pregunta de investigación fue contestada con éxito.

Aunque la información del cacao a nivel mundial se de gran acceso no se tiene una fuente de información concreta para saber sobre la historia del cacao estrictamente del país donde se indique la verdadera cultura del cacao en Costa Rica, el país se encuentra bien posicionado a nivel internacional a nivel general, pero cuando respecta a cacao falta trabajo, falta mayor apoyo y seguimiento del gobierno, aunque se encuentra dentro de un grupo selecto de productores de cacao fino de aroma.

La diplomacia económica aunque es una buena iniciativa y se ha estado aplicando todavía falta tiempo para lograr ver los resultados en el país y así poder determinar si este tipo de diplomacia es adecuada para el país, las exportaciones son de gran importancia para una país ya que ayuda a la economía de esta y las exportaciones de cacao están presente en Costa Rica aún no es a gran escala como lo puede ser las de piña, se debe trabajar en este tema impulsar las exportaciones de cacao y apoyar a los agricultores nacionales y al producto nacional.

Se logra identificar que a pesar de las iniciativas que ha tenido el gobierno todavía falta mayor trabajo en el área de cacao, mayor capacitación a los agricultores, mayor apoyo para sus plantaciones y aunque el país es uno de los que mejor paga el kilo de cacao en baba a nivel internacional aún se puede mejorar, ya que esto nos ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas que dependen de este producto.

Luego de la investigación realizada las recomendaciones serían:

- Dar a conocer la historia del cacao desde la primaria, ya que solamente se habla de la importancia que ha tenido las plantaciones de plátano y café y que el país se siente orgulloso de los buenos resultados del segundo producto, pero no se toma en cuenta el cacao que en los años setenta tuvo su auge y que por la enfermedad las plantaciones se dejaron abandonas.

- El gobierno central le debería de dar más apoyo a los exportadores de cacao, reconociendo aún más los esfuerzos que se hacen para poder obtener el producto de calidad que se exporta.
- Creación de sistemas especializadas en cacao que impulsen aún más las exportaciones del cacao, por lo premios que se ganan a nivel internacional se le pueden sacar al máximo el provecho.
- El cacao, producto altamente reconocido a nivel mundial por un grupo selecto de compradores debería de tener mayor promoción en las ferias internacionales.
- Mayor impulso para sustituir un porcentaje de plantaciones que son dañinas para el ambiente con cacao que es amigable con el ambiente.
- Mejorar los precios de cacao ya que, si se venden a nivel internacional a buen precio por ser fino de aroma, se puede mejorar el precio a que se le compra a los agricultores el kilo de la semilla en baba.

BIBLIOGRAFÍA

- Baldares, E. (2019). Medios internacionales cuestionan imagen verde de Costa Rica. *La Republica*, 20.
- Bernal, C. A. (2010). Metodología de la Investigación . En C. Bernal, *Metodología de la Investigación* (pág. 60). Colombia : Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Büchert, J. P. (03 de Junio de 2019). (B. M. Cabalceta G, Entrevistador)
- Büchert, J. P. (2019). *Características Generales de la Actividad* . Costa Rica .
- Cartín, M. (2 de Febrero de 2019). *Historia del Cacao en Costa Rica* . Obtenido de <https://micostaricadeantano.com/2018/09/29/historia-del-cacao-en-costa-rica/>
- CINDE. (31 de Enero de 2019). *CINDE*. Obtenido de <https://www.cinde.org/en/why/business-environment>
- Gonzalez, B. M. (2019). *Historia del Cacao*. Alajuela.
- Ibérica, F. (5 de Julio de 2018). *Sello Comercio Justo* . Obtenido de <https://sellocomerciojusto.org/es/empresas/queesfairtrade.html>
- Madrigal, M. L. (2019). Costa Rica: Bien para el promedio centroamericano pero mal para el mundial según Índice de Competitividad Global. *El Financiero* .
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto . (26 de Abril de 2018). Obtenido de Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto : <https://rree.go.cr/?sec=servicios&cat=prensa&cont=593&id=3994>
- PROCOMER. (24 de Enero de 2019). *PROCOMER*. Obtenido de <https://www.procomer.com/es/>
- PROCOMER. (01 de JUNIO de 2019). *PROMOTORA DE COMERCIO EXTERIOR DE COSTA RICA*. Obtenido de <https://www.procomer.com/es/acuerdos-comerciales-costa-rica>

- Rica, G. d. (15 de Febrero de 2019). *Costa Rica Gobierno del Bicentenario* . Obtenido de <https://presidencia.go.cr/comunicados/2017/12/costa-rica-siguio-mejorando-su-competitividad/>
- Ruy Mauro Marini, M. M. (1995). *La teoría social latinoamericana: La Centralidad del Marxismo* . México : Ediciones el Caballito S.A. .
- S. Amin, C. B. (1978). *Imperialismo y Comercio Internacional: el intercambio desigual*. España: Siglo XXI de España Editores, S.A.
- Saéñz, M. G. (2015). *Futuro con esperanza: Juventud con conocimiento y liderazgo*. San Jose, Costa Rica : Universidad Nacional de Costa Rica .
- Sampieri, D. R., Collado, D. C., & Lucio, D. M. (2019). *Metodología de la Investigación* . En D. R. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 7). Mexico DF : 2010.
- V, A. R. (2019). Embajador francés reconoce imagen 'verde' el país, pero señala elementos que la amenazan. *El Financiero* .

ANEXOS

Anexo 1. Matriz documental

Evento Histórico	Impacto producción	Efecto Cultural

Anexo 2. Entrevista sobre los mercados Internacionales

ENTREVISTA SOBRE LOS MERCADOS INTERNACIONALES

La presente entrevista tiene como finalidad recolectar datos de importancia para realizar el trabajo de investigación para optar por el grado de Bachiller en Relaciones Internacionales. Los datos recolectados serán confidenciales y serán utilizados exclusivamente para fines educativos.

Nombre completo: _____

Edad: _____

Experiencia laboral: _____

Grado de escolaridad: _____

- 1- ¿Me podría contar sobre los mercados internacionales a los que Costa Rica llega actualmente?
- 2- ¿Cuál sería la primera impresión de los empresarios internacionales del portafolio de activos que se ofrecen?
- 3- ¿De todas las características que poseen las empresas costarricenses cuáles son las que más atención le prestan en el extranjero?
- 4- ¿En su opinión en que debe mejorar el país para que los mercados internacionales decidan invertir en Costa Rica?
- 5- ¿Podría comentarme cuál es su perspectiva sobre la democracia económica y si el país realmente la está utilizando bien?

Anexo 3. Encuesta sobre el conocimiento de la Diplomacia Económica

ENCUESTA SOBRE EL CONOCIMIENTO DE LA DIPLOMACIA ECONOMICA.

El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos de importancia para realizar el trabajo de investigación para optar por el grado de Bachiller en Relaciones Internacionales. Los datos recolectados serán confidenciales y serán utilizados exclusivamente para fines educativos.

Nombre completo: _____

Edad: _____

Experiencia laboral: _____

Grado de escolaridad: _____

Instrucciones: Marcar con una “x” la respuesta que considere correcta, cabe destacar que no existen preguntas buenas o malas.

- 1- ¿Se encuentra familiarizado con el tema de Diplomacia Económica?:
 SI
 No
- 2- ¿Sabes si en el país, este tipo de Diplomacia es utilizada?
 Si
 No
- 3- ¿Es Costa Rica un país adecuado para la implementación de este tipo de Diplomacia?
 Si
 No
- 4- ¿La diplomacia económica traerá algún tipo de beneficio al positivo a Costa Rica?
 Si
 No

Anexo 4. Entrevista sobre las exportaciones de Costa Rica y la imagen comercial del país.

**ENTREVISTA SOBRE LAS EXPORTACIONES DE COSTA RICA Y LA
IMAGEN COMERCIAL DEL PAIS**

La presente entrevista tiene como finalidad recolectar datos de importancia para realizar el trabajo de investigación para optar por el grado de Bachiller en Relaciones Internacionales. Los datos recolectados serán confidenciales y serán utilizados exclusivamente para fines educativos.

Nombre completo: _____

Edad: _____

Experiencia laboral: _____

Grado de escolaridad: _____

- 1- ¿Me podría contar un poco sobre la historia del cacao en Costa Rica y la cultura cacaotera en el país?
- 2- ¿En Costa Rica el cacao era uno de los productos de mayor exportación, todo esto antes de los años 70's y después de este con la llegada de la Monilia la producción cae, como afecta esto al país?
- 3- ¿Piensa usted, que actualmente el gobierno le da la importancia que merece este tipo de producto?
- 4- En referente a los mercados internacionales, ¿qué es lo que buscan los compradores en el cacao de Costa Rica o que es lo que les hacen querer comprarlo?
- 5- ¿Piensa usted que el cacao que se produce en el país se encuentra bien posicionado y cuáles serían los factores que permitan que se sigan posicionando de esta manera?

Anexo 5. Recolección de datos y procesamiento

Pregunta	Entrevistado 1	Entrevistado 2
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

Evento Histórico	Impacto producción	Efecto Cultural
Descubrimiento del cacao por parte de los Mayas.	Materia prima disponible	Considerado un fruto de los dioses
Exportaciones de cacao costarricense.	Aumento de personal para mayor producción.	Dar a conocer el nombre de Costa Rica en Mercados Internacionales.
La caída de la producción de cacao con la enfermedad de la monilla.	Diseño de métodos para evitar la contaminación del producto.	Temor a los productos a base de cacao e impacto negativo en la imagen comercial del país.
¿Cuál ha sido la cultura del costarricense con el producto?	Oportunidad de nuevos productos de alta calidad y competentes.	Al ser producto nacional y de exportación ha incrementado el interés por parte del consumidor.
La evolución del producto en los mercados internacionales.	Altos costos para mercado nacional bajos costos para los internacionales.	Mayores fuentes de empleo y mejoramiento en la calidad y competitividad.